

➤ **PSI**

POWER FOR PROFESSIONALS
Internationales Magazin
für Werbeartikel
FEBRUAR 2016
55. Jahrgang

JOURNAL



Ulrich und Philipp Mehl
Pioniere der Textilveredelung

Werbeartikel-Guide
Fanartikel, Sport, Freizeit
Kalender, Uhren,
Messgeräte

GWW
Frischer Wind für
die Verbandsarbeit

10 Jahre Inspirion Polska
Geburtstag groß gefeiert

Barbara Hofmann
Neue kreative Konzepte

Gastromea
Mit individueller Werbung
zum Erfolg



PSI 2016 IM AUFWÄRTSTREND

Unsere neuen Preislisten und Kataloge 2016 für Luftballons und Papierartikel



Jetzt auch neutrale, digitale Kataloge
für Werbeartikelhändler erhältlich
Preislisten bitte anfordern an: office@wisa.nl



THE BEST AND BIGGEST IN BALLOONS
THE TOP-PRODUCERS IN PAPER ARTICLES



EDITORIAL

NEUER WIND IN DEN SEGELN

Mit der PSI hat 2016 alles sehr gut angefangen. Aber vergessen wir nicht das Jahr 2015, es hat viele Weichen gestellt, die wir 2016 nutzen müssen. Anfänge gemacht, die auszubauen sind. In Deutschland konstituierte sich nach 40 Jahren zerklüfteter Verbandslandschaft endlich ein Einheitsverband der Werbeartikelwirtschaft, als „neuer“ GWW. Es gab den ersten Branchen-Oscar, die Sustainability Awards des PSI vor großem Publikum. Der europäische Branchen-Verband eppa hatte sich zerlegt, ohne tot zu sein. An einem neuen Verband basteln bereits die unterschiedlichsten Gruppen und Einzelpersonen. Man darf gespannt sein, was dabei herauskommt. Der deutsche Einheitsverband GWW hat sich 2015 mit einer Arbeitsgruppe zur Mes-selandschaft dafür ausgesprochen, 2017 eine PSI zu wollen, die einen Tag der großen Gruppe der werbenden Wirtschaft zeigen soll, was Werbeartikel leisten können.

Das PSI selbst arbeitet mit dem GWW seither an einer Konzeption, die besonders die Position des Handels und der Berater wahrt, gleichzeitig aber dem Werbeartikel die Bühne öffnet, die ihm schon lange zusteht. Wie sonst soll er hinter „verschlossenen Türen“ mit den anderen Werbeformen erfolgreich konkurrieren können? „Wir müssen der Welt endlich zeigen, was für ein hochwirksames und kreatives Werbeinstrument wir zu bieten haben“, sagte der GWW-Vorsitzende Patrick Poltze am Rande der PSI in Düsseldorf. Wobei er erneut unterstrichen hat, dass es die Händler und Berater sind, die ihre Kunden einladen und betreuen sollen, nicht der GWW und nicht das PSI.

Auch die diesjährige PSI hat wieder einmal gezeigt, dass es Zeit für einen vorsichtigen und strukturierten Wandel ist. Seit Jahren ist es ein offenes Geheimnis, dass Anwender aus der Industrie die Messe besuchen. Von wem sie eingeladen sind, das weiß man nicht so genau. Sie sind auf jeden Fall da und können auch nicht vom PSI ausgesperrt werden, wenn sie über ordentliche Eintrittskarten verfügen. Bei rund 17 000 Besuchern ist da eine einzelne und umfassende Personenkontrolle nicht möglich. Würde man es versuchen, so wären die Warteschlangen mehr als einen Kilometer lang. Freuen wir uns also auf eine PSI 2017 mit neuem Schwung und neuen Menschen, die unsere Botschaft in die Marketing- und Werbeabteilungen unserer Endkunden tragen.

Freuen wir uns auch auf ein Jahr, das viele Chancen bietet. Wie sagt ein altes Sprichwort: „Den Wind können wir nicht bestimmen, aber die Segel können wir richtig setzen“. 2016 wird ein gutes Jahr für gute Segler. Die PSI war der richtige Startschuss für die Jahresregatta.

In diesem Sinne



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



Manfred Schlösser

Be touched.



New
QS20.

QS.
The new
range of Peak
and
Pattern
Pens

prodir®

Personality pens.
Swiss made.

Prodir SA
Via Serta 22
CH-6814 Lamone
+41 (0)91 935 55 55

Prodir GmbH
An der Molkerei 8
D-56288 Kastellaun
Hotline: 06762 - 4069-0

www.prodir.com
open.prodir.com

Für Planer, die nichts dem Zufall überlassen.

Verlässliche Messedaten
tragen dieses Zeichen:



Erklären, was Daten im Klartext
bedeuten. Das ist unsere Sprache.
Denn auf Messen, die von uns
zertifiziert wurden, ist Verlass: Wieviele
Besucher gab es? Welche berufliche
Stellung haben sie? Wieviele treffen
Einkaufsentscheidungen? Wir liefern
die Antworten. Prompt. Übersichtlich.
Genau. Für rund 300 Messen und
Ausstellungen.

www.fkm.de

FIT FÜR DIE WERBUNG

14

Aktiv und trendy geben sich die Themen dieser Produktstrecke. Freizeitangebote, die mit Sport zu tun haben, gibt es schon fast wie Sand am Meer. Diese Erlebniswelten erfordern passende Produkte und Accessoires. Und die Branche hält diese als zielgenaue Werbeträger bereit. Maßgebende Promotion bietet darüber hinaus die zweite Produktstrecke mit Kalendern, Uhren und Messgeräten.



TRENDS & BRANDS	Macma Messeneuheit: Ein Katalog, der lebt	4
	Küchenkabinett	6
PSI 2016	PSI im Aufwärtstrend	8
FANARTIKEL, SPORT, FREIZEIT	Fit für die Werbung	14
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	28
	GWW: Frischer Wind für die Verbandsarbeit	32
	Welcome Home 2015: Einzigartiges Konzept	36
	A&O Adventstour 2015: Acht stimmungsvolle Stationen	38
	10 Jahre Inspirion Polska: Rundes Jubiläum groß gefeiert	42
	Zwei neue Mitglieder: Solides Wachstum bei DIE6	44
KALENDER, UHREN, MESSGERÄTE	Maßgebende Promotion	46
UNTERNEHMEN	Barbara Hofmann: Ansporn für neue kreative Konzepte	60
	Gastromea: Mit individueller Werbung zum Erfolg	62
PORTRAIT	Ulrich und Philipp Mehl: Pioniere der textilen Veredelung	64
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	68
MEINUNG		82
IMPRESSUM		84

PSI IM AUFWÄRTSTREND

8



Vom 13. bis 15. Januar 2016 haben die Düsseldorfer Messehallen wieder Europas größte Werbeartikelmesse beherbergt. Mit Innovationen und Produktpremieren, bezaubernden Shows auf dem Catwalk und praxisbezogenen Vorträgen war die PSI 2016 ein inspirierender Start ins neue Werbeartikeljahr – wie der erste Teil unserer Impressionen zeigt.

GWV: VERBANDSARBEIT NIMMT FAHRT AUF

32



Der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft (GWV) ist am 16. und 17. Dezember 2015 in Berlin zu seiner ersten Jahreshauptversammlung seit der Verbands-Neugründung zusammengekommen. Zum Abschluss eines ereignisreichen Jahres, in dem die bisherigen Branchenverbände zum Einheitsverband der Werbeartikelbranche verschmolzen wurden, erlebten die Mitglieder zwei prall gefüllte Tage mit hoch interessantem Programm.

ANSPORN FÜR NEUE KREATIVE KONZEPTE

60



Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel? Dann, wenn er auf die Zielgruppe abgestimmt ist und ins Schwarze trifft. Wenn er dazu noch ungewöhnlich und überraschend ist, umso besser. Warum also nicht auch einmal ein Kosmetikpinsel. Dass es funktioniert und das Konzept aufgeht, zeigt das Beispiel der Barbara Hofmann Cosmetic Pinsel GmbH.

PIONIERE DER TEXTILEN VEREDELUNG

64



Vom reinen „Frottierwaren-Produzenten“ entwickelte sich die Jura Textilgesellschaft binnen dreier Generationen zu einem internationalen Spezialisten, der sämtliche Aspekte des modernen Textilgeschäftes abdeckt. Ein in der Branche bekannter Erfolgsprotagonist ist Ulrich Mehl, der sein Unternehmen mit viel Fingerspitzengefühl seit 1987 aufbaute und nun die Geschäftsführung in die Hände seines Sohnes Philipp gelegt hat.

EINZIGARTIG
IN AUSSTATTUNG,
QUALITÄT UND
DESIGN.



Lanybook®

powered by **Lediberggroup**

Lanybook®

powered by Lediberggroup
Alkenbrede 1
D - 32657 Lemgo
Email: info@lediberg.de
www.lanybook.com

MACMA MESSENEUHEIT: EIN KATALOG, DER LEBT

Macma hat auf der PSI in Düsseldorf gezeigt, dass es ein Zusammenleben von Print und Online gibt. Eine Ehe mit großer Zukunft, wie Matthias Huff gegenüber dem PSI Journal sagte. „Sensor“ heißt das Wunderkind und ist eine App, die sich jeder Interessierte kostenlos im App Store runterladen kann. Und was braucht man noch? Einen aktuellen Katalog von Macma, der diesmal nicht durchgehend gelocht ist, bis gestern ein Markenzeichen, sondern nur noch auf der Titelseite. Auf der Seite darunter ist unter dem Loch eine Markierung platziert, die im Prinzip ein moderner QR-Code ist. Geht man nun mit seinem Handy und der geöffneten Sensor-App auf die Markierung, so beginnt der Katalog zu leben. Vom Sensor-Code ausgehend werden Strahlen gen Himmel gesendet und die Produkt-Sammlung „entblättert“ sich in fliegende

Seiten. Eine verblüffende Animation. Aber das Ganze ist kein Spiel und viel mehr als ein Gag.

Aber „Sensor“ kann noch viel mehr. So kann die Markierung auch auf einem Werbeartikel angebracht werden – was auch andere Anbieter mit ähnlicher Technik möglich machen. Geht nun der Zielkunde, etwa einer Automarke, mit seiner App auf diesen Marker, so können Einladungen zu Events, Videosequenzen und unzählige andere denkbare Botschaften transportiert werden. Ein gigantischer Mehrwert für Werbung und Wirkung eines Werbeartikels. Natürlich kostet so eine Programmierung eine Stange Geld. Sie eröffnet aber auch Möglichkeiten an Budgets heranzukommen, die der Branche bisher verschlossen bleiben. Da redet man nämlich plötzlich mit den Top-Werbeentscheidern in großen Unternehmen, die schon heute für jüngere Zielgruppen Enormes investieren.

Aber Macma sieht die App an sich auch als Fundament eines Geschäftsmodells, das Win-win-Situationen schafft, dafür aber auch gekauft werden muss. Für 199 Euro kann ein

Macma-Kunde 10 Seiten (Produkte) in seinem eigenen Katalog mit Sensor-Technologie ausrüsten lassen. Wer mehr will, kann auch noch größere Pakete erwerben.

Und noch was: Seite 123 im neuen Macma Katalog lebt. Je nach Saison oder festlichen Anlässen sind über Sensor neue „season gifts“ anzuschauen. Seite 123 wird von Macma immer wieder gepflegt und relauncht.

Verblüffend, was mit Sensor alles möglich ist. „Fast alles“, sagt Matthias Huff. Bleibt abzuwarten, wie die Branche die neue Technologie aufnimmt. Die Messe war ein super Start, hört man derzeit von den Nürnbergern.



PRINTER RED FLAG

DAS NEUE **PRINTER RED FLAG** KONZEPT VERBINDET GUTE QUALITÄT MIT EINEM GUTEN PREIS. DIE RED FLAG KOLLEKTION BEINHALTET PREISLICH ATTRAKTIVE FLEECE-MODELLE SOWIE WIND- UND SOFTSHELLJACKEN



BASIC MODELLE ZU EINEM ATTRAKTIVEN PREIS



WÄHLEN SIE AUS 7 VERSCHIEDENEN FARBEN



DAMENGRÖSSEN VON XS BIS 3XL



HERRENGRÖSSEN VON S BIS 5XL

MEHR INFOS IM NEUEN MYBOOK 2016
JETZT ANFORDERN!



DEUTSCHLAND:
info@newwave-germany.de
Tel.: +49(0)8033 979 120
www.newwave-germany.de

ÖSTERREICH:
info@newwave-austria.at
Tel.: +43(0)5373 200 60 0
www.newwave-austria.at

NewWave[®]
your complete promowear supplier

**PREMIUM DER SONDERKLASSE**

KitchenAid Küchenmaschine „Classic“

Lehoff Im- und Export GmbH

PSI Nr.: 41259

www.lehoff.de

**STERNEKRIEGER**

Kuchenform „Star Wars“

Gedalabels GmbH

PSI Nr.: 49535

www.gedalabels.de

**KOMPAKTE ELEGANZ IN EDLEN FARBEN**

Campo Isolierkanne

EMSA GmbH

PSI Nr.: 42692

www.emsa.com

**GUTEN EINDRUCK HINTERLASSEN**

Flaschenöffner „Reflects-Daru“

LM Accessoires GmbH

PSI Nr.: 42487

www.lm-accessoires.com

KÜCHENKABINETT

Kochen steht seit vielen Jahren hoch im Kurs. Immer mehr Menschen haben die genuss- und geschmackvolle Zubereitung von Speisen als Hobby entdeckt. Eine Entwicklung, die nicht zuletzt der kontinuierlich steigenden Zahl an TV-Kochsendungen geschuldet sein dürfte. Gerade auch jüngere Leute kommen zunehmend auf den Geschmack des Kochens. Ein gewisses kulinarisches Händchen zu besitzen ist gut, Küchenhelfer zu haben, ist jedoch auch entscheidend – ob bei der Zubereitung der Köstlichkeiten oder ihrer späteren Präsentation. Und die reichen von einfach und zweckmäßig bis stylisch und très chic, wie unsere Beispiele aus der Werbeartikelwirtschaft zeigen.

WIR STELLEN WERBEARTIKEL AUF DEN KOPF.

Haptische Kommunikation

ist multisensorisch, spürbar,
physisch erfahrbar und
nachhaltig emotionalisierend.
Erwiesen.

Digitale Kommunikation
ist interaktiv, aktualisierbar,
mobil, relevant, zeitgemäß
und nachhaltig bindend.
Erwiesen.

Post-it® Notes connect  ist der erste Werbeartikel,
der jederzeit aktualisiert werden kann!

Schenken Sie Ihrem Kunden ein Post-it® Produkt mit Zugang zu 5GB
gesponsortem Cloudspeicher, und bleiben Sie mit ihm dauerhaft in Kontakt.

Post-it® Notes connect  vereint die Vorteile von Haptik und
Digital in einem neuen, einzigartigen Produkt, das nach der
Übergabe digital weiterlebt, weiter genutzt wird und von Ihnen
jederzeit aktualisiert werden kann.



Promotional Products

Erfahren Sie mehr auf www.promotion.michaelschiffer.com

Michael Schiffer Promotion GmbH ■ Post-it® Notes Printer - Authorized by 3M
Telefon: +49 (0) 28 43/16 92-0 ■ www.promotion.michaelschiffer.com

Post-it® is a registered trademark of 3M





PSI 2016: BESTES ERGEBNIS SEIT SECHS JAHREN

PSI IM AUFWÄRTSTREND

Die PSI ist wieder auf Wachstumskurs: 932 Aussteller und 16 810 Besucher kamen vom 13. bis 15. Januar 2016 auf Europas Leitmesse der Werbeartikel-Wirtschaft in Düsseldorf zusammen. Mit 8 Prozent mehr Ausstellern, 3,7 Prozent mehr Besuchern und der auf 55 Prozent gestiegenen Internationalität hat die Messe das beste Ergebnis seit 6 Jahren erzielt.

Keine PSI ist wie die andere, und das ist auch gut so. Sie ist mal größer, mal kleiner, aber unabhängig davon entwickelt sie sich stetig weiter. Doch selten hat sie solche Quantensprünge gemacht wie in den letzten drei Jahren seit ihrer Neukonzeption 2014: junges Erscheinungsbild, komplett neue Präsentations- und Networking-Ideen, viele neue Services und ein hochkarätiges Vortragsprogramm. Was sich schon in den Vorjahren abzeichnete, haben die Auswertungen der relevanten Parameter in diesem Jahr bestätigt: Die PSI hat wieder Tritt gefasst und startet durch. Wie unsere Messeggespräche zeigten, ist sie für die Mehrzahl der Aus-

steller und Besucher das wichtigste Branchenereignis, auf dem man einfach präsent sein muss. Was vor allem auffiel, waren die optimistische Stimmung und die entspannte Atmosphäre, deutlich spürbar an den Ständen, in den Gängen und natürlich bei den vielen Events und beim PSI AFTER WORK.

DIE PSI STEHT FÜR INTEGRATION

Bei der Pressekonferenz zur Messe-Eröffnung beleuchtete PSI-Geschäftsführer Michael Freter das politische, wirtschaftliche und werbliche Umfeld, in dem sich die PSI heute behaupten muss. „Die Geschichte der PSI ist auch die Geschichte der europäischen Integration. Jede Erweiterung der

europäischen Gemeinschaft hat sich positiv auf die Branche und die Internationalität der Messe ausgewirkt. Wir brauchen deshalb ein wirtschaftlich geeintes Europa ohne Grenzen“, bezog Freter Stellung. Nachdem mit dem neuen GWW nun ein geeinter deutscher Verband existiert, wäre jetzt auch die Konstitution eines starken europäischen Verbandes wünschenswert, um auch auf europäischer Ebene den Dialog mit der Politik aufzunehmen und sich bei der werbetreibenden Wirtschaft als leistungsfähige Branche zu positionieren. Im Hinblick auf diese Aufgaben nannte Freter die strategischen Schritte, die PSI in Kooperation mit dem GWW in den letzten Jahren getan hat: empirische Studien zur Akzeptanz, dem Mediawert und der Wirkung von Werbeartikeln, die Generierung valider Marktdaten und die politische Arbeit.

BRANCHENUMSATZ BLEIBT STABIL

Die positive Grundstimmung, die sich in den Messehallen zeigte, findet sich auch in den jüngsten Daten des aktuellen Werbeartikelmonitors sowie der dritten Auflage des PSI-Branchenbarometers wieder. „Werbeartikel sind eine der stabilsten Größen im Werbemarkt. Mit 3,48 Mrd. Euro blieb der Branchenumsatz auch 2015 auf hohem Niveau. Nach wie vor liegen Wer-



beartikel nach dem Fernsehen auf Platz 2 auf der Skala der Netto-Werbebeeinflussungen von Werbeträgern“, fasste Freter zusammen. Allerdings hat sich der Werbeartikel-Umsatz von der Entwicklung der Gesamtkonjunktur abgekoppelt, wie GWG-Präsident Patrick Politze erläuterte. Dass der Branchen-Umsatz nicht mit dem Wirtschaftswachstum Schritt hält, führt er auf die steuerliche Benachteiligung, die überzogenen Compliance-Vorschriften vor allem der Großunternehmen sowie die gesetzlichen Beschränkungen zurück, mit denen die Branche zu kämpfen hat. Hier tun sich wichtige Aufgabenfelder auf, derer sich der neu strukturierte, gewachsene GWG künftig annehmen wird.

SEHR POSITIVE AUSSICHTEN

Auch der von PSI aufgelegte, jährlich aktualisierte Branchenreport zur Struktur und zum Geschäftsverlauf der europäischen Werbeartikel-Wirtschaft zeigt in seiner Tendenz nach oben: Insgesamt 62 Prozent der Lieferanten und 60 Prozent der Werbeartikelberater in Europa verzeichneten 2015 einen Umsatzanstieg gegenüber dem Vorjahr. Demgegenüber registrierten 24 Prozent der Lieferanten und 22 Prozent der Händler einen Umsatzrückgang. Eine deut-

lich positive Bilanz also, die jedoch eine sehr uneinheitliche Firmenkonjunktur zeigt. Die Aussichten jedoch bleiben sehr positiv, denn eine beeindruckende Mehrheit der Unternehmen erwartet für die kommenden fünf Jahre eine positive Umsatzentwicklung. Bei den Lieferanten sind es 84 Prozent, bei den Werbeartikelberatern 83 Prozent. Bemerkenswert ist auch die Höhe der prognostizierten Umsatzzuwächse: 46 Prozent der Lieferanten rechnen mit einem Wachstum von mehr als 10 Prozent. Bei den Händlern sind es sogar 54 Prozent.

ZIELGRUPPENERWEITERUNG 2017: NEUE CHANCEN FÜR DIE BRANCHE

Die PSI ist im Wandel – nichts zeigt dies so deutlich wie die geplante Zielgruppenerweiterung 2017, die Michael Freter zum Auftakt der Messe thematisierte. „Zielgruppenerweiterung – das bedeutet keine ‚Öffnung‘ der PSI, sondern die Möglichkeit, dass Werbeartikelberater ihre Kunden am letzten Messetag einladen können“, stellte Freter klar. „Alle vom Handel eingeladenen Kunden werden im Vorfeld qualifiziert, akkreditiert und erhalten gesondert gekennzeichnete Eintrittskarten mit Sichtvermerk. Die Lieferanten sind also weiterhin dem Handel verpflichtet.“ Ziel dieser von großer Verantwortung für die Branche und von gegenseitigem Vertrauen ge-

tragenen Entscheidung sei es, die Marktchancen von Lieferanten ebenso wie die des Handels und der Berater zu vergrößern. „Die PSI-Messe als Europas führende Leistungsschau bietet beste Möglichkeiten, größere Kreise der Werbewirtschaft für den Werbeartikel zu erschließen“, erklärte Freter. In diesem Sinne äußerte sich auch Patrick Politze: „Wir begrüßen es sehr, dass sich auf Einladung der Berater auch werbetreibende Unternehmen von der Leistungsfähigkeit unserer Branche überzeugen können. Nirgendwo präsentiert sich die Branche besser als hier in Düsseldorf auf der PSI. Diesen Eindruck auch an Entscheider in den Unternehmen weiterzugeben, halte ich für das wichtigste Signal unserer Branche.“

PSI: EUROPAS „SCHAUFENSTER“ DER BRANCHE

Die PSI hat in den zurückliegenden Jahren viel dafür getan, ihre Attraktivität, ihre internationale Relevanz und ihre Funktion als europaweit wichtigstes Schaufenster der Werbeartikel-Wirtschaft und als Business-Broker auszubauen. Dieser Kurs wurde auf der PSI 2016 konsequent fortgesetzt.

Nach diesem ersten Überblick lesen Sie unseren ausführlichen Messebericht in der kommenden Ausgabe.



› **Dass die Branche auch ordentlich zu feiern versteht**, zeigte sich bei der PSI AFTER WORK Party einmal mehr. Bereits zum zweiten Mal fand das Veranstalter-Event im geräumigen Chill-Out-Bezirk der Halle 9 statt. Hier konnte man den Messetag bei herzhaften Snacks, kühlen Getränken und coolem DJ-Sound bis weit in die Nacht genüsslich ausklingen lassen.

› **Nicht mehr wegzudenken von der PSI sind die Erfinder**, die sich und ihre Ideen Jahr für Jahr auf der Leitmesse der europäischen Werbeartikelwirtschaft präsentieren. Ein Eyecatcher des Jahres 2016 war die Sängerin und Fashion-Designerin Joan McLean, die unter ihrem Label „Jo-M“ Handtaschen aus alten Vinylplatten fertigt.



› **Zum ersten Mal als People's Choice Award** wurde in diesem Jahr der PSI FIRST Award verliehen. Die Besucher konnten auf der Messe für ihren Favoriten voten. Ganz vorn landete der Smartphone-Halter fürs Auto von fixxo Germany – fixxo Universal (li.). Auf Rang zwei und drei folgten die Powerbank von Vim Solution (Mitte) und die Suncard von PLAYGRND Labs (re.).



› **Der PSI CATWALK gehört mittlerweile zur PSI wie die Mode zu Düsseldorf.** Das Programm-Highlight demonstrierte mit seinen beeindruckenden Shows, dass Fashion ein zentrales Thema der Messe ist und bleiben wird. In abwechslungsreichen Choreographien zeigten hier professionelle Models die allerneuesten Promotionwear-Kollektionen.



› **Dreimal wurde eine 50-jährige PSI Mitgliedschaft geehrt:** Gunnar Sprinkmann GmbH (linkes Bild Gunnar Sprinkmann), Parzellers Buchverlag und Werbemittel GmbH & Co. KG (rechtes Bild Rainer Klitsch) sowie Hans-H. Hasbargen GmbH. 19 Jubilare nahmen ihre Ehrennadel für langjährige Mitgliedschaften (25, 30, 40, 50 Jahre) von Michael Freter entgegen.



› **Einen Blick in die Zukunft des Werbeartikels** gab es am Stand von Xindao. Besondere Blicke zog dabei „The amazing XD Robot“ auf sich, der sich u. a. zu den Klängen von Michael Jacksons „Beat It“ rhythmisch bewegte. Und der kleine Kerl hat noch mehr drauf. Bereits Ende des Jahres will Xindao roboter-technisch den nächsten Schritt tun.



› **Mittlerweile gute Tradition hat der Empfang zum PSI Executive Club.** Am Vorabend der Messeeröffnung lud Michael Freter aus diesem Anlass zum lockeren Gedankenaustausch in die VIP Lounge von Halle 10. Bei Fingerfood und Flüssigem gab's nach Begrüßung des PSI Chefs genügend Gelegenheit, über die neusten Trends der Branche zu plaudern.



› **Geballte Servicekompetenz präsentierte die PSI Institute – COMPETENCE Area.** In Halle 9 platzierte der neu geschaffene Bereich alle Serviceleistungen des PSI-Netzwerks gleichsam kompakt wie übersichtlich. Die Damen und Herren des PSI Messteams leisteten hier beratungsstarke Unterstützung für alle Mitgliederbelange und -fragen.



› **Er ist ein Urgestein kunstvollen Textildrucks: Charly Taublieb.** Zum wiederholten Male ließ er seiner kreativen gestalterischen Ader freien Lauf – zur Freude zahlreicher Besucher, die selbst mit Hand anlegen durften, um Shirts mit fantasievollen Siebdruck-Motiven zu verzieren und sich so ein unvergessliches Messe-Mitbringsel zu sichern.



› **Erstmals gemeinsam an einem Stand** zeigten sich die sechs renommierten Lieferanten der Choice-Gruppe. Dabei punkteten FARE, Halfar, Daiber, Karlowsky, SND und mbw mit Innovation, Qualität und Vielfalt. Den gemeinsamen Auftritt feierten die Herstellerpartner mit einem Sektempfang am Stand und einem anschließenden zünftigen Abendessen im Düsseldorfer Brauereihaus Schumacher.



› **Die Zeitschrift promobiss und der belgische Verband BAPP** haben zum ersten Mal den „Product Media Advisor of the Year“ (Werbeartikelhändler) gekürt. Vergeben wurde der PMA 2015 in Gold (Gemaco), Silber (Van Bavel Premiums & Gifts) und Bronze (Sky-O). PSI-Geschäftsführer Michael Freter (li.) überreichte den Preis.



› **Mit nochmals vergrößerter Standfläche** betrat PF Concept die PSI Bühne. Der neugestaltete Auftritt beherbergte zahlreiche der Neuprodukte des Multi-Spezialisten aus den Niederlanden. Eins der Highlights war das PSI FIRST Produkt Kaputar sowie Artikel der Eigenmarken BRIGHTtravels, California Innovations!, Oppenheim & Jansson und Technik-Produkte.



› **Den symbolischen Startschuss für den PSI Product Finder 3.0** und den verbesserten PSI Webshop gaben am ersten Messetag die beiden PSI Geschäftsführer Hans-Joachim Erbel (li.) und Michael Freter. Beim Drücken des Buzzers unterstützte sie die neue Reed Exhibitions Europa-Chefin Kumsal Bayazit. Product Finder 3.0 und Webshop wurden im Rahmen des eBusiness-Relaunches optimiert.



› **Immer wieder für eine gelungene Showeinlage gut:** Nach jungen Künstlern aus der RTL-Talent-Show „Das Supertalent“, die 2014 mit einer Digital-Dance-Performance begeistert hatten, und einem Flashmob 2015 eroberten in diesem Jahr Stars der Casting-Show „Deutschland sucht den Superstar“ – kurz DSDS – die Bühne auf dem Stand von LM Accessoires.

› **Bei PSI Dauergast elasto form gab es „Werbemittel mit neuen Augen“**

zu bestaunen. Im Stadl-Stand der „elasto form Alm“ präsentierte sich das bayrische Traditionsunternehmen mit frischem Schwung und modernem Auftritt. Auf die bewährte Standparty und den kultigen Spiegel-Event mit dem fetzigen Sound von „Grögötzt Weißbier“ brauchten die Besucher allerdings nicht zu verzichten.





FANARTIKEL, SPORT, FREIZEIT FIT FÜR DIE WERBUNG

Aktiv und trendy geben sich die Themen dieser Produktstrecke. Freizeitangebote, die mit Sport zu tun haben, gibt es schon fast wie Sand am Meer. Diese Erlebniswelten erfordern passende Produkte und Accessoires. Und die Branche hält diese als zielgenaue Werbeträger bereit.

Werbestarke Produkte rund um die Themen Fanartikel, Sport, Freizeit haben immer Saison. Populäre Sportereignisse wie die im Zweijahresturnus stattfindenden Welt- und Europameisterschaften der Fußballherren fungieren als starke Werbemotoren für Fanartikel. Aber auch darüber hinaus bieten sich im Rahmen der Themenfelder dieser Produktrubrik zahlreiche Werbemöglichkeiten. Der Sport wurde ursprünglich als Spiel dem Ernst der Erwerbstätigkeit gegenübergestellt und somit der darüber hinaus freien Zeit zugeordnet. Auch heute noch werden Sport und Spiel oft in einem Atemzug genannt und dienen – vom Profisport einmal abgesehen – der Freizeitbeschäftigung. Ein besseres Umfeld, ihre Botschaften zu vermitteln, ist für die Werbeartikelbranche kaum denkbar. Gleichsam sportlich wie spielerisch – sei es im Freien, in Sporthalle, Fitness-Einrichtungen oder zuhause – tut Werbung hier Wirkung und bleibt unter diesen (meist entspannten) Voraussetzungen besser haften als woanders. Die breite Palette an Produkten, welche die Promotionsspezialisten für diese Zwecke kreieren, reichen von klassischen Sportartikeln bis hin zu ausgefallenen Accessoires. <



NIE WIEDER BAUCHFREI

Mit der Gürteltasche „See Me“ von Inspirion müssen sportliche Kunden nie wieder bauchfrei joggen gehen. Die praktische Bauchtasche mit Reißverschluss auf der Innenseite bietet Platz für Schlüssel, Handy oder MP3-Player und verfügt über einen Kabelzugang für Kopfhörer. So können Läufer bequem Musik hören. Das größenverstellbare und elastische Gürtelband mit Schnappverschluss sorgt für optimalen Tragekomfort. Zudem überzeugt die Tasche aus leichtem Polyamid mit geringem Eigengewicht und eignet sich dank Spritzwasserschutz perfekt für Outdooraktivitäten. Der Reflektorstreifen auf der Vorderseite ist von Weitem gut sichtbar. Die Tasche ist in Schwarz sowie in Neon-Gelb und Neon-Orange lieferbar.

PSI 42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 52270

info@inspirion.eu • www.promotiontops.eu • www.inspirion.eu



LEUCHTEND FARBE BEKENNEN

Mit der handlich kleinen Metmaxx LED MegaBeam Taschenlampe „TeamGermany“ von Spranz steht jedem Fan eine leuchtende Möglichkeit zur Seite, um ein elegantes Statement für „sein“ Team abzugeben. Die Power MiniEcoWatt Taschenlampe sieht sich als sympathische und praktische Kombination aus Nutzen und Werbung. Sie kann auch ideal am Innenspiegel angebracht werden und besteht aus einem robusten, spritzwassergeschützten Aluminiumkorpus. Zum Empfänger kommt sie inklusive einer AA Batterie, der Halte- und Aufhängeschlaufe sowie einem Designkarton.

PSI 41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 984880

info@spranz.de • www.spranz.de

FÜR GROSSE MOMENTE



adidas

DFB-TRIKOT
HOME
UND
EURO 16 OMB

OFFIZIELLE ADIDAS PRODUKTE
ZUR FUSSBALL-EM 2016.

FRAGEN SIE BEI UNS AN!

SPORT
Böckmann

Sport Böckmann GmbH

Dinklager Straße 15 | 49451 Holdorf

Hotline: 05494/9888-0

info@sport-boeckmann.de

www.sport-boeckmann.de



ALLES DABEI AUF DER FANMEILE

Mit der FanBag von Joytex haben Besucher sowohl im Stadion als auch auf der Fanmeile immer alle wichtigen Accessoires griffbereit dabei. Gleichzeitig dokumentieren sie durch die individuelle Bedruckung der Tasche, für welches Team ihr Herz schlägt. Die klassische PP Non-Woven Tasche ist mit langen oder kurzen Henkeln kurzfristig ab 250 Stück Mindestbestellmenge ab Lager lieferbar. Auch darüber hinaus sind kurzfristige Lieferzeiten möglich, da alle Taschen von Joytex bereits seit 30 Jahren in der eigenen Siebdruckerei im münsterländischen Rhede bedruckt werden. Bis zu sechs Druckfarben sind möglich. Lieferbar ist die Tasche auch mit langen Henkeln oder ab 1.000 Stück als Sonderanfertigung in 30 Standardfarben.

PSI 41990 • Joytex GmbH & Co. KG • Tel +49 2872 95060

info@joytex.de • www.joytex.de

BILLARD FUSSBALL EROBERT FANS

Ab sofort übernimmt das Unternehmen ballprint die Europa-Vertretung des italienischen Fußball Billard Court Herstellers CALCIAMBOLA. Billard Fußball ist der neue Trendsport, welcher sich derzeit gerade rasend schnell über Europa verbreitet und auch in Deutschland mehr und mehr Anhänger findet. Neben der kommerziellen Nutzung der Spielfelder für Eventzentren bieten die Spielfelder auch große, individuell gestaltbare Werbeflächen für jede Art von Veranstaltung.

PSI 48636 • ballprint gmbh • Tel +49 4185 7086886

info@ballprint.de • www.ballprint.de



FUSSBALL-GRUSS AN NAPOLEON

Diesen Sommer ist es endlich soweit: Es heißt Daumen drücken und mitfiebern, wenn Frankreich die europäischen Fußballnationen zur 15. EM einlädt. So ein Event schreit natürlich nach der richtigen Fanartikel-Ausstattung, um das eigene Team tatkräftig zu unterstützen. Für alle Fußball- und Frankreichbegeisterten liefert elasto form den Zweispitz-Hut „Napoleon“. Der formstabile Polyester-Hut im Napoleon-Style mit schwarz-rot-gelben Streifen, weißer Paspellierung und Zierknopf lässt sich super angenehm tragen und ist auf jeder Fußballparty ein Hingucker. Veredelt wird die witzige Kopfbedeckung auf einem angebrachten Satinband im einfarbigen Siebdruck.

PSI 41369 • elasto form KG • Tel +49 9661 8900

mail@elasto-form.de • www.elasto-form.de



KRAFT-STOFF FOR WINNERS

daiber

Hotline: +49 7432/7016-800

www.daiber.de



FLASCHENÖFFNER MIT GRIP

Für alle Biker, die nach der Tour den Gasgriff nicht aus der Hand legen wollen, hat Designer Hubert Beck von Troika einen stylischen Flaschenöffner im Design eines Motorradgriffs entwickelt. Der Griff aus rostfreiem Edelstahl (V2A) und Silikon in der Farbkombi Schwarz/Silber sorgt für den richtigen Dreh, wenn beim Flaschenöffnen mal richtig Gas gegeben werden soll. Kapselheber ansetzen, kurze Drehbewegung mit der Hand, und – plopp! Genial einfach dank ausgetüftelter Fräsung im Edelstahl. Genau das Richtige für alle, die den Dreh raus haben. Eine Werbeanbringung ist per Druck oder Gravur (ab 100 Stück kostenfrei) möglich.

PSI 46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 95110

a.bauer@troika.de • www.troika.org



ORIENTALISCHE RITUALE ZUHAUSE

Von alten, fernöstlichen Traditionen inspiriert, erzählt Rituals Hammam von Trendfactory eine eigene Geschichte. In der Freizeit und nach dem Sport ist eine Massage oder im Hammam immer eine gute Wahl. Der Hammam ist einer der ältesten Reinigungsbräuche der Welt. Bei diesem Dampfbaderlebnis aus dem Orient werden Körper und Geist gereinigt. Die jahrhundertealte Tradition inspirierte Rituals dazu, eine moderne Hammam-Kollektion für zuhause zu kreieren. Die persönliche Wellness-Zeremonie ist als komplettes Geschenkset oder auch als separater Duschschaum zu beziehen.

PSI 41941 • Trendfactory BV • Tel +31 252 622233

info@trendfactory.eu • www.trendfactory.eu



MUST-HAVE FÜR GRILLFREUNDE

Mit dieser praktischen Schürze von Yink wird jeder zum Grillmeister. Das praktische Teil schützt vor Bratfett, der mitgelieferte Handschuh vor Hitze und die Grillutensilien sind immer griffbereit in den dazugehörigen Taschen. Mit Pfannenwender, Zange und Gabel aus Edelstahl steht die Ausrüstung – es fehlen nur noch ein heißer Grill, leckere Zutaten und die Grillsaison kann eröffnet werden. Wer seine Kunden auf die warme Jahreszeit einstimmen möchte, liegt mit diesem Set genau richtig. Der Anbieter offeriert zudem die Möglichkeit, individuelle Motive dekorativ auf die Vorderseite der Schürze, auf die Besteck-Schäfte oder auf den Handschuh zu drucken.

PSI 48779 • Yink - sprd.net AG • Tel +49 341 594005836
marketing@yink.com • www.yink.com

We support you in meeting all legal requirements.

Our Global Expertise:

- Consulting & Training
- Comprehensive Testing Services
 - Mechanical
 - Chemical
 - Electrical
- Microbiological
- Inspection Services
- Certification



Please contact us for an individual quotation:

Eurofins Consumer Product Testing GmbH
Am Neuländer Gewerbepark 4, D-21079 Hamburg

+49 40 49294-6859
toys@eurofins.de

www.Product-Testing.eurofins.com

Your industry is our focus

Malspaß für
kleine Fußball-Fans!



TESSLOFF MedienVertrieb GmbH & Co. KG
Tel.: 0911/ 39906 970
tessloffmedien@tessloff.com • www.tessloff.com

TESSLOFF
MedienVertrieb



EINE SCHNABELLÄNGE VORAUSS

Hier gibt es Hilfestellungen für alle, die jubeln, klatschen und anfeuern wollen: Sportliche Wettkämpfe, ob für Amateure oder Profis, sind für alle Beteiligten ein freudiges Ereignis. mbw bietet von der Klapperhand bis zum Sitzkissen zahlreiche praktische und lustige Fanartikel an. Zu den sportlichsten ihrer Art gehören die Schnabels. Sie sind unter anderem in Fußball, Tennis und Schwimmen erfahren. Neuerdings betätigen die fröhlichen Quetscheenten sich auch beim Marathon und Triathlon und zaubern nicht nur den Siegern ein Lächeln ins Gesicht. Die etwa acht Zentimeter großen neuen Modelle werden – wie ihre Kollegen – im Tampondruck veredelt.

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



KRAWATTEN NACH MASS

Eine ganz persönliche Krawatte mit dem Logo des Lieblings-Sportvereins oder des eigenen Unternehmens bietet das Promo-House bereits ab einer Auflage von 30 Stück pro Motiv an. Das Logo wird bereits beim Weben der Krawatte auf dem Webstuhl eingearbeitet und wirkt daher besonders edel. Der Platz, an dem es erscheinen soll, kann vom Kunden vorgegeben werden. Neben dem einzigartigen Design wird die Krawatte in der gewünschten Vereinsfarbe gearbeitet. Mögliche Materialien sind Polyester, Polyester Microfaser oder Naturseide.

PSI 48971 • Promo-House • Tel +48 12 4114242
biuru@promohouse.pl • www.krawaty.info



DIE RUNDE ZIMMER-ARENA

Mit der kleinen Weißblechdose von Multiflower hat der Empfänger seine eigene Fußball-Arena immer direkt auf dem Schreibtisch. Die Grassamen sind bereits im Substrat eingelegt. Nach dem Öffnen und Angießen sprießt das grüne Gras schon nach 5 bis 7 Tagen und bringt neben sportlichen Emotionen auch ein Stück Natur ins Büro. Rund um die Dose bietet die Banderole Platz für die Werbebotschaft. Diese Werbeanbringung ist ab 250 Stück per Standardmotiv oder als komplett eigene Gestaltung möglich.

PSI 45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560
info@multiflower.de • www.multiflower.de



2016 in Frankreich

soll sich der Traum wiederholen...
Wir werden Europameister!



Mit der Fußball-Tafel, die *adamo design* eigens für die Meisterschaft 2016 in Frankreich entworfen hat, sind Fußballfans für das Turnier hervorragend aufgestellt!

Für Firmen bietet sich die Tafel als ein repräsentatives Werbegeschenk an. Das individuelle

Kundenlogo wird gut sichtbar links

und rechts oben auf der Tafel

mit eingedruckt.



Weltmeisterschaft Brasilien 2014

Sporthaus Sölke
32657 Lemgo
Mittelstrasse 75



Die wiederbeschreibbare Magnettafel mit dem aktuellen Spielplan sorgt für einen guten Überblick der einzelnen Spiele. Auf der Tafel können die Flaggen der Länder als Magnete gesetzt und die aktuellen Ergebnisse mit dem Boardmarker eingetragen werden.

Selbstverständlich kann die Fußball-Tafel auch individuell nach Kundenwünschen gestaltet werden; siehe Beispielabbildungen.

Das „Made in Germany“ gewährleistet eine hohe Flexibilität, kurze Lieferzeiten und beste Qualität.

adamo design GmbH

adamo design® gmbh

Konzeption und Herstellung von Kunststoff- und Metallwaren
Bundesstr. 13c • D-32694 Dörentrup • Tel. +49 (0) 52 65 / 74 74
www.adamo-design.de • info@adamo-design.de



Made in Germany
garantiert kurze Lieferzeiten!



UMWELTFREUNDLICHE HANDTÜCHER ZUR EM

Kurz vor der Fußball-Europameisterschaft 2016 empfiehlt Arpe allen Fans dieses Ballsports die umweltfreundlichen Arpe-Handtücher zum äußeren Zeichen der Unterstützung ihrer Länder-Auswahl. Die technischen Eigenschaften der Handtücher garantieren einen respektvollen Umgang mit der Umwelt. Sie sind um 60 Prozent sparsamer waschbar, sparen so 70 Prozent des Waschmittels und reduzieren den Stromverbrauch um 65 Prozent – so die Angaben von Arpe. Das saubere Handtuch hilft beim Vermeiden von Pilzen und Bakterien, ist ökologischer, hat eine längere Lebensdauer und bietet zudem Platz für nachhaltige Werbung. Das Material – superabsorbierende Mikrofaser – ist hochwertig, grifffsympathisch und hat ausgezeichnete Druckqualität. Erhältlich ist das Handtuch in verschiedenen Druckarten und Maßen sowie personalisierbar ab 100 Stück mit Bildern und Farben je nach Wunsch des Kunden.

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

FUSSBALL KANN AUCH SÜSS SEIN

Die feine Edelmilch-Schokolade des leckeren Fußballs von Multiflower zergeht auf der Zunge. Dieser „Ball-Geschmack“ der besonderen Art versüßt jedes Fußballspiel und erinnert geschmackvoll an den edlen Spender. Platz für die Werbebotschaft ist direkt auf dem Papierfännchen, wobei eine Werbeanbringung ab 250 Stück als Standardmotiv möglich ist. Alternativ bietet Multiflower die eigene, individuelle Gestaltung der Fännchen ab ebenfalls 250 Stück an.

PSI 45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560
info@multiflower.de • www.multiflower.de



-Anzeige-

UNSER BEITRAG ZUR EM 2016

KOSTENLOSES
MUSTER
ERHÄLTICH



HAUFF
Schreibgeräte GmbH

Karlsruher Straße 31, 78467 Konstanz
Fon: +49 (0)7531 457 178 0
contacts@hauff-gmbh.de,
www.hauff-gmbh.de

EXKLUSIVE VERPACKUNGSLÖSUNGEN

Das schwedische Unternehmen Bigso Box of Sweden bietet alle möglichen Arten von Verpackungslösungen. Sportvereine können die Boxen von Bigso zum Beispiel für Saisondauerkarten, Merchandiseartikel oder Fanartikel und vieles mehr verwenden. Dabei sind die Boxen als exklusive Verpackungslösung und Mehrwert für anspruchsvolle Kunden gedacht, die Saisondauerkarten oder Merchandiseartikel kaufen. Die Boxen werden auch häufig für VIP-Kunden und Sponsoren verwendet. Sie können an die individuellen Wünsche und Vorstellungen des Kunden angepasst werden. Dafür bietet Bigso Box alle Arten von Drucktechniken.

PSI 49021 • Bigso AB • Telefon: +46 481 425 29

tobias@bigso.se • www.bigso.se



POWER AUS DER HOSENTASCHE

Echte Fans haben ihr ganz persönliches Fanbanner immer griffbereit dabei: Das Fanbanner von Macma ist da genau das richtige Accessoire für jeden, der seinen Lieblingsverein oder einen coolen Spruch stets parat haben möchte. Das Banner lässt sich auseinanderziehen und passt zusammengerollt in jede Hosentasche. Gestaltet werden können die aufmerksamkeitsstarken Teile ganz individuell mit Flaggen, Sprüchen oder jedem anderen Motiv.

PSI 40909 • Macma Werbeartikel oHG • Tel +49 911 9818133

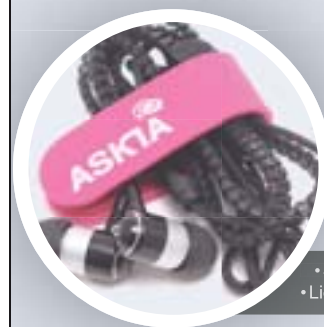
verkauf@macma.de • www.macma.de



MobileStrap

Der Handyhalter, der mehr kann.

NEU!

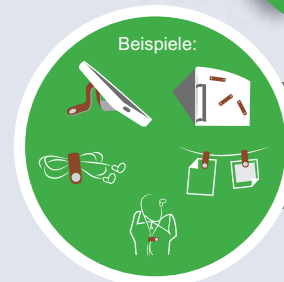


• Schon ab 500 Stück
• Lieferzeit nur 3-4 Wochen

• Preiswert
• Individuell
• Vielseitig



Beispiele:



• Handyhalter
• Kabelbinder
• Aufhänger
• Kleiderclip
• Kühlschrankmagnet

Fordern Sie Ihr persönliches Angebot an unter:

Werbemittel-Händlerservice
Hanns-Martin-Schleyer-Str. 26
47877 Willich

Tel.: 0 21 54 / 50 22 05 - 7
Fax.: 0 21 54 / 50 22 05 - 9
Mail: mail@wm-hs.de

WERBEMITTEL
Händler
SERVICE

Exklusiv bei
Pins & mehr

Mit mehr als
100 Formen!

NEU

TRIGGI® plus

Der Einkaufswagenauslöser

KANN NOCH MEHR

Einkaufswagenauslöser
Kontaktgenerierung
Schlüsselfund-Service
Marketingtool (durch eigene Registrierungsseite)



Ein **plus** mit System.



www.TRIGGI.de

Pins & mehr
GmbH & Co. KG

Pins & mehr
GmbH & Co. KG
Lechstrasse 10.8
86415 Mering

Fon: +49 • 8233 • 79312-0
Fax: +49 • 8233 • 79312-29

www.pinsundmehr.de info@pinsundmehr.de



WECKT DEN SPORTLER IN DIR

Sportlich aktive Menschen werden sich in diesem Jahr besonders über die neue Stedman Active Performance Range freuen. Sie besteht nicht nur aus modernen Active Performance Raglan T-Shirts für Damen und Herren mit viel Bewegungsfreiheit und modischer Melange-Optik, sondern auch aus einem weit geschnittenen Active Performance Top für Damen mit sportlichem Ringerrücken. Das neue Programm wird durch eine knöchellange Active Performance Pants für Damen abgerundet. Die Herren-Styles gibt es in den Farben Asphalt, Horizon, Stone und Turquoise in den Größen S bis 2XL; die Frauen-Styles von Größe S bis XL in den Farben Asphalt, Coral, Orchid und Turquoise. Die glatte Oberfläche eignet sich hervorragend für Textildrucke.

PSI 45383 • Stedman • Tel +49 241 705020

support@stedman.eu • www.stedman.eu

ALLES IM BLICK

Mit der Fußball-Tafel, die adamo design für die Europameisterschaft 2016 in Frankreich entworfen hat, sind Fußballfans für das Turnier hervorragend aufgestellt. Für Firmen bietet sich die Tafel als repräsentative Werbegabe an. Das Kundenlogo wird gut sichtbar links und rechts oben auf der Tafel eingedruckt. Die beschreibbare Magnettafel/Whiteboard mit aufgedrucktem aktuellem Spielplan und den Spielorten sorgt für einen guten Überblick. Auf der Tafel können die Flaggen der Länder als Magnete gesetzt und die aktuellen Ergebnisse mit dem Boardmarker eingetragen werden. Selbstverständlich kann eine Fußball-Tafel auch individuell gestaltet werden. „Made in Germany“ gewährleistet eine hohe Flexibilität, kurze Lieferzeiten und beste Qualität.

PSI 42299 • adamo design GmbH • Tel +49 5265 7474

info@adamo-design.de • www.adamo-design.de





LEUCHTENDE FANKURVE

Wahrer Fangeist muss nicht in Stein gemeißelt sein: Auf der Carus Candela von Seidel ist dieser in Aluminium gepackt. Mit den Candela Kerzenhaltern kann der Empfänger seine Vereins- oder Nationalfarben aus 19 brillanten Farbvorgaben zusammenstellen. Die Candelas sind stapelbar, können aber auch einzeln dekoriert werden. Zusätzlich kann ein Logo, eine Botschaft oder ein Motto individuell graviert werden. Die Carus Candela vereint damit hochwertiges und zeitloses Design „Made in Germany“.

PSI 47753 • Carus – a brand of Seidel GmbH & Co. KG • Tel +49 6421 604500

info@carus-world.com • www.carus-world.com

DEM WETTER TROTZEN

Wenn es draußen windet und regnet, sollte man nicht auf den Outdoor-Sport verzichten müssen. Gerade Jogger und Mountainbiker wollen sich erst gar nicht von widrigen Verhältnissen aufhalten lassen. Und jeder weiß: Es gibt kein schlechtes Wetter, nur schlechte Kleidung. Mit der neuen Elevate Kaputar Softshell Jacke von PF Concept, die als PSI FIRST auf der PSI Messe präsentiert wurde, hat jeder die richtige Kleidung. Sie schützt dabei nicht nur vor Wind und Wetter, sondern verfügt dank einer entsprechenden Membran über ein atmen-des System, sodass niemand beim Sport überhitzt. Perfekt also für den Outdoor-Sport bei jedem Wetter. Die Jacke ist in verschiedenen Farben erhältlich und kann direkt bei PF Concept veredelt werden.

PSI 40660 • PF Concept Deutschland GmbH

Tel +49 2822 960-0

info@de.pfconcept.com • www.pfconcept.com



GÖRENLER

*We Care
Our Fans...*



Fan Products
Responsibly Made in Turkey

Scarves



Beanies



Cushions



Flags



Pennants



Bandanas



Blankets



and more...



Phone: +90 258 242 33 33
info@gorenler.com (ENG) sales@gorenler.com (ENG)
marketing@gorenler.com (DE) stephanie@gorenler.com (FR)
www.gorenler.com

GÖRENLER

ERFOLG IN DREI FARBEN

Wer für seine Mannschaft oder sein Verein Farbe bekennen und gleichzeitig maximale Aufmerksamkeit für seine Produkte haben oder zudem zeigen möchte, dass „Made in Germany“ ein echtes Qualitätsversprechen ist, dann ist das neue Deutschlandsortiment von Staedtler genau das Richtige, um einen maximalen Werbeerfolg zu erzielen. Das Sortiment umfasst einen dünnen runden sowie einen dreikantigen jumbo Farbstift mit schwarz/rot/gelber Mine, einen Radierer mit Deutschlandflagge sowie zwei Staedtler triplus Boxen mit der Füllung schwarz/rot/gelb als Fineliner oder Fasermaler. Alle Produkte sind mit dem Gütesiegel „made in Germany“ produziert und lassen sich mehrfarbig individualisieren.

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



MEISTERSCHAFTLICH WERBEN

Für Strategiebesprechungen während des Fußballspiels oder für Kleingärtner als perfekter Vorgarten: Die emotion factory bietet dazu eine Schale aus nachwachsenden Rohstoffen, vorzugsweise aus biologischem Anbau an, die einen natürlich gewachsenen Rasen an jeden beliebigen Ort bringt. Das Startset besteht aus einer Substrattablette und einem Keimschutzbeutel mit Grassamen. Einmal angefeuchtet sprießt der Rasen in wenigen Tagen frisch aus der Box. Die umliegende Banderole kann individuell gestaltet werden. So kommt das Grün und die sportliche Botschaft an jede Zielgruppe.

PSI 45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550
info@emotion-factory.com • www.emotion-factory.com

WERBEN ZU ALLEN JAHRESZEITEN

Während der Fun-Rodel von Promowolsch zunächst einmal als klassisches Werbemittel für die Wintersaison daherkommt, offenbart sich schnell der Zusatznutzen auch im Sommer, wenn es an den Badensee oder zum Sportplatz geht: Der extrem flache und sehr schnelle Rodeluntersatz eignet sich ebenso als schützende Sitzfläche auf dem Sprudel- oder Bierkasten. Farbenfroh wie der Urlaub selbst kommt der Fun-Rodel zum Empfänger und bietet zudem eine große Werbefläche oder die Möglichkeit, ihn mit erhabenen Gravuren zu veredeln.

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





FLAGGE ZEIGEN

Individuell, heimatverbunden und außergewöhnlich – so präsentiert sich der neue EM-Stift S-Bella! Color aus der HK Collection 2016. Rechtzeitig zur Fußball-Europameisterschaft bietet dieser neue Kugelschreiber die optimale Werbepräsenz. Nicht nur zur Unterstützung seines Nationalteams, sondern auch zur ergänzenden Unternehmens-Promotion. In Form eines Clip-Emblems, das sich einfach anstecken und austauschen lässt, stehen als Motive entweder verschiedene Länderflaggen oder aber ein Fußball zur Auswahl. Vervollständigt wird der Stift auf Wunsch durch einen ein- oder mehrfarbigen Druck auf dem Schaft. Ausgestattet mit einer Jumbomine verfügt dieser neue Werbeträger auch über eine beachtliche Schreibleistung. Die Farbe des Clips steht zur freien Auswahl und kann auf die entsprechenden Ländermotive farblich abgestimmt werden. Die Aufmerksamkeit ist garantiert und aufgrund der vielfältigen Möglichkeiten wird jeder Kunden-Auftrag zu einem Fan-Unikat. Ab einer Menge von 500 Stück wird der „EM-Stift“ angeboten. Made in EU verspricht dabei höchste Qualitätsansprüche.

PSI 47160 • Hauff Schreibgeräte GmbH • Tel +49 7531 4571780
contacts@hauff-gmbh.de • www.hauff-gmbh.de



Fußballplaner zur EM 2016

- Wandplaner
- Broschüre
- Faltplaner
- Z-Planer



Fon 02381 30703-0

in.takt
musik | medien | marketing

www.planer-em-2016.de

PSI 2016 / Halle 12 / Stand 12D19

Super Sand
THE ORIGINAL

Triominos
TRIOMINOS

Robo Fish

Spiele-ideen

Goliath Toys GmbH, Otto-Hahn-Straße 46, 63303 Dreieich
E-Mail: k.wanner@goliathgames.de, Tel.: 06103/459180

Goliath

RASTAL

MARKE DES JAHRHUNDERTS

Rastal wurde in Berlin offiziell in den Reigen der „Marken des Jahrhunderts“ erhoben. Das Höhr-Grenzhausener Traditionsunternehmen steht für individuelles Glas-Design. Im Rahmen einer großen Markengala in Berlin wurde die namhafte Auszeichnung nun vor rund 350 Gästen deutscher Unternehmen verliehen. Rastal zählt damit zum exklusiven Kreis der stärksten Marken Deutschlands. Marken, die herausragend für ihre Produktkategorie stehen, werden mit diesem Preis geehrt und vom Verlag „Deutsche Standards“ in die Sonderedition „Marken des Jahrhunderts – Stars 2016“ aufgenommen. Ein prominent besetzter Beirat an Markenexperten hatte Rastal in der Produktgattung „Individuelles Glas-Design“ auserwählt.



Rastals Geschäftsführender Gesellschafter Raymond Sahn-Rastal (links) nahm von Dr. Florian Langenscheidt die Auszeichnung zur „Marke des Jahrhunderts – Stars 2016“ entgegen.

kompetenz des Unternehmens entstehen außergewöhnliche Kreationen und Lösungen. Das aufwendig gestaltete Buch „Marken des Jahrhunderts – Stars 2016“ wird über das Auswärtige Amt in alle deutschen Auslandsrepräsentanzen und die Goethe-Institute weltweit verbreitet und ist auch im Buchhandel erhältlich. www.rastal.com



Viele der Rastal-Exklusivgläser sind mittlerweile unverwechselbare Klassiker.

START MIT EIGENEM ONLINE SHOP

ALLBRANDED EXPANDIERT AUCH IN DIE SCHWEIZ

Allbranded, der Werbeartikel-Spezialist aus Hamburg, expandiert auch in die Schweiz. Ab sofort können Geschäftskunden unter www.allbranded.ch auf das komplette Sortiment mit über 50.000 individualisierbaren Werbeartikeln zugreifen und diese einfach und bequem online konfigurieren. Um anspruchsvolle Kunden, die eine individuelle Beratung



wünschen, kümmert sich ein Service Team aus erfahrenen Werbeartikel Profis. Das Hamburger Startup reagiert mit dem Launch eines Schweizer Online Shops auf zahlreiche Anfragen im Nachbarland nach einer inländischen Beschaffungsplattform. Für allbranded ist es nach der Eröffnung eines lokalen Online Shops für Österreich bereits der zweite Markteintritt innerhalb eines Jahres. Neben der vollautomatischen digitalen Abwicklung bietet allbranded auch maßgeschneiderte Sonderproduktionen an, angepasst an die individuellen Wünsche des Kunden. „Wir freuen uns sehr, dass wir unseren Kunden jetzt alle Vorzüge eines modernen und vielseitigen Käuferlebnisses in der Schweiz bieten können. Der Schweizer Markt ist anspruchsvoll, aber für uns außerordentlich attraktiv, da es vor Ort bislang kaum Angebote gibt, die unserem gleichen“, erklärt allbranded CMO Marco Krahmer. Damit bleibt das Startup auf internationalem Expansionskurs. Für die kommenden Monate sind weitere Eröffnungen von Online Shops in europäischen Kernmärkten geplant. www.allbranded.de

ADVERTISING SPECIALTY INSTITUTE

NEUE KRAFT FÜR DEN BEREICH HÄNDLERSERVICE

Der amerikanische Branchendienstleister Advertising Specialty Institute (ASI) hat einen weiteren Neuzugang zu vermelden. Von nun an wird Julie Murphy das Unternehmen als Senior Vice President für den Bereich Händlerservice verstärken. In ihrer Funktion hat sie die Kontrolle über strategische Vision, Ausrichtung und Weiterentwicklung der integrierten Plattform von ASI für



Julie Murphy

Produkte und Dienstleistungen von Händlern. Dazu zählt auch die ESP-Plattform, eine Datenbank zur Beschaffung von Werbearbeiten mit Suchfunktion und einem umfassenden Produktportfolio an Werbearbeiten sowie über die 20.000 ESP-Webseiten für Online-Shops, Firmen-Stores und Spezialshops. Julie Murphy ist auch verantwortlich für die ASI-Mitgliedschaften von Händlern und Veredlern sowie für Abonnements des ASI-Magazins, Kataloge und digitales Marketing. „Julie Murphy wird in Zusammenarbeit mit unseren erfahrenen und kompetenten Vertriebsleitern neue Vertriebsstrategien, Schulungsmaßnahmen und ‚Best Practice‘-Methoden hinsichtlich einer weiteren Verbesserung der Services unserer Mitglieder einführen“, so Timothy M. Andrews, Präsident und CEO von ASI. In ihrer vorherigen Funktion war sie bei eBay Enterprise Leiterin für internationale Vertriebsaktivitäten und Geschäftsentwicklung mit dem besonderen Schwerpunkt im Bereich Vertrieb von E-Commerce-Business-Plattformen und Marketingdienstleistungen für kleine und mittelständische Unternehmen, deren Profil mit dem der ASI-Händler vergleichbar ist. www.asicentral.com

GERMAN DESIGN AWARD 2016

WERA ERNEUT AUSGEZEICHNET

Der Werkzeughersteller Wera ist jetzt für seine Knarre Zyklop Speed mit dem begehrten German Design Award 2016 in der Kategorie Verpackung ausgezeichnet worden. „Während andere Hersteller ihre Produkte in Plastik oder grobe Kartons verpacken, nutzt Wera die Verkaufsverpackung als markenbildendes Element“, begründet die international besetzte Jury des Rats für Formgebung ihre Entscheidung und stellt fest: „Die Lösung ist eine in diesem Bereich ungewöhnlich hochwertige und robuste Verpackung, die die Produkte zelebriert, ohne das übliche Plastik einzusetzen.“ Wera-Marketingleiter Detlef Seyfarth: „Wir freuen uns über die Auszeichnung mit diesem ganz besonderen Preis, für den man von Designern vorgeschlagen werden muss. Mit diesem Verpackungskonzept bietet Wera den Anwendern ein außergewöhnliches Auspackerlebnis, das in der Werkzeugbranche einzigartig ist.“ Die Verpackung ist dabei völlig neu erdacht und in den Fokus der Produktpräsentation gerückt worden. „Jetzt ist“, so Seyfarth, „eine hochwertige, aber dennoch robuste Verpackung entstanden, die zum Aufbewahren und Weiternutzen einlädt.“ Dabei steht das Markendesign im Vordergrund und sorgt für einen außergewöhnlichen Markenauftritt. Die feierliche Preisverleihung findet am 12. Februar 2016 im Rahmen der Messe Ambiente in Frankfurt am Main statt. www.wera.de



Ausgezeichnet verpackte Marke:
Die Wera-Knarre Zyklop Speed.

WIEDER PRÄMIERT

KARL KNAUER GEWINNT GDA 2016

Bereits zum zweiten Mal in Folge ist die Karl Knauer KG, Verpackungsspezialist aus dem Schwarzwald, mit dem German Design Award (GDA) ausgezeichnet worden. Das prämierte Produkt ist eine Schiebefaltschachtel für die Firma Bauerfeind, in welcher Produkte der „Sportlinie“ abgepackt werden. Die Schiebefaltschachtel überzeugte die Jury mit ihrem Zusammenspiel von Kaltfolienprägungen in Gold- und Silber sowie einer Soft-Touch Lackierung und einer UV-Spot Lackierung. Auch in Sachen Convenience lässt das Produkt nichts zu wünschen übrig. Sowohl die innovative, voll integrierte



Das prämierte Produkt ist eine Schiebefaltschachtel für die Firma Bauerfeind, in welcher Produkte der „Sportlinie“ abgepackt werden.

Euro-Loch Aufhängung, als auch die Schiebefunktion inklusive Arretierung und Fingerlöchern sorgen für ein einfaches, intuitives Handling. Der German Design Award (GDA) ist der Premiumpreis des Rates für Formgebung. Seit 2012 vergibt die internationale Experten-Jury jedes Jahr den GDA an Produkte, die einzigartige Gestaltungstrends setzen. Im Vorjahr wurde die Karl Knauer KG bereits für die leuchtende Verpackung „Bombay Sapphire“ mit dem GDA ausgezeichnet.

www.karlknauer.de

RELAUNCH SUCCESS WERBUNG

AUS FREUDE AM SPIELEN

Pustefix Seifenblasen sind ein perfektes Give-away für Jung und Alt. Fast jeder kennt die Kultmarke und knüpft positive Assoziationen an die eigene Kindheit und die Magie der Seifenblasen. Die Emotionalisierung der Markenbotschaft macht Pustefix zum idealen Werbebotschafter. Diesen für die Werbebranche wichtigen Aspekt der Pustefix Spiele stellte Success Werbung mit der Leitmesse PSI 2016 in den Vordergrund. Der neue Slogan „Schenken Sie ein Lächeln“ wird konsequent in allen Kommunikationsme-

dien transportiert, denn tatsächlich zaubert es einem ein Lächeln ins Gesicht, sobald man mit dem Kultobjekt Pustefix in Berührung kommt. Im neuen Logo wurden außerdem die Themen Seifenblasen und Blasing in die Bildsprache aufgenommen und wirkungsvoll durch den Claim „Message in a bubble“ verstärkt. Success-Geschäftsführer, Frank W. Hein, sieht den Relaunch als wichtigen Schritt in Richtung Zukunft, da viele Kaufentscheidungen oftmals emotionale Gründe haben: „Was man liebt und wertschätzt, gewinnt mehr Aufmerksamkeit als ein nur zweckmäßiges Produkt. Success Werbung will mit Pustefix auf emotionaler Ebene zu einem effektiven Werbebotschafter für Unternehmen werden. Natürlich steht der Name Success weiterhin unbeirrbar für Werte wie Qualität, „Made in Germany“, Zuverlässigkeit, Vertrauen, Tradition und Innovationskraft.“ Mehr Informationen zur Success Werbung mit den individuellen Pustefix Seifenblasen unter: www.success-werbung.de



Der neue Slogan „Schenken Sie ein Lächeln“ wird konsequent in allen Kommunikationsmedien transportiert.

NEUE DISTRIBUTIONSSTRATEGIE

KARIBAN WEITERHIN BEI BRUMLEY

Brumley Tex, die Spezialisten für textile Veredelung, geben bekannt, dass alle Modelle der Marke Kariban weiterhin beim Unternehmen zu haben sind. Zwar ändert Kariban seine Distributionsstrategie, doch hat dies keinen Einfluss auf die Verfügbarkeit der beliebten Artikel über Brumley Tex. Das ganzheitliche Angebot des Veredlers aus Emsdetten im Münsterland im Bereich Corporate Fashion und Promotion Wear gilt auch weiterhin für alle Modelle von Kariban. So bietet Brumley Tex auch hier seinen Top Service inkl. edler Stickerei, Siebdruck oder Digitaldruck.

www.brumley-tex.de



GLOBAL INNOVATIONS GERMANY

NEUE VERTRIEBSMITARBEITERIN



Daniela Alten

Das Vertriebsteam von Global Innovations wird fortan durch Daniela Alten in den Bereichen Patente und „Open Monitor“ verstärkt. Sie kennt das Unternehmen sehr gut, da sie bei Global Innovations bereits während ihres Studiums bereits ein Praktikum erfolgreich absolviert hat. Nach ihrem Betriebswirtschaftsstudium wird sie die über 100 patentierten Innovationen an den Werbemittelfachhandel vertreiben. Zudem ist Daniela Alten Hauptansprechpartnerin für das in 137 Ländern patentierte Produkt „Open Monitor“ aus der Nanotechnologie. Sie wird diesen nicht manipulierbaren Gewinnspielprozessor von der Markteinführung bis hin zu den individuellen Sonderwünschen der Kunden betreuen und den PSI Mitgliedern vorstellen. www.globalinnovations.de

HERI-RIGONI WEITER AUF ÖKO-KURS

BELEUCHTUNG UMGESTELLT

Heri-Rigoni, der Hersteller von Stempelkugelschreibern und Stempelprodukten aller Art, hat seine Beleuchtung in den Firmengebäuden auf die LED Technik umgestellt. „Dies ist ein nur logischer Schritt in der kontinuierlichen Umsetzung sinnvoller Energieeinsparungs- beziehungsweise -vermeidungs-Strategien“, so Geschäftsführer Armin Rigoni. Beim Unternehmen aus Fischbach sind Maßnahmen zur Wärmerückgewinnung, Gebäudeisolation, eigener Stromerzeugung sowie ein maßvoller Umgang mit Energie in der Firmenphilosophie verankert. „Wer im Schwarzwald lebt und arbeitet, fühlt sich seiner Heimat verantwortlich“, unterstreicht Rigoni. www.heri.de

SAISONSTART 2016

HAWECO MIT
DREI NEUERUNGEN

Aller guten Dinge sind drei. Dementsprechend startete der Regenschirm-spezialist Haweco in die Saison 2016 mit neuer Website, neuem Katalog und neuem Messestand auf der 54. PSI vom 13. bis 15. Januar 2016 in Düsseldorf. Die Features der neuen Website sind: ein Online-Formular für die Bestellung des neuen Print-Kataloges 2016; eine ausgefeilte Filterfunktion zum schnellen Finden von Artikeln; eine umfangreiche Artikel-Detail-Ansicht mit Staffelpreisen, detaillierte Artikelbeschrei-



bung auf Basis von erklärenden Icons und mehreren Fotos der verschiedenen Artikel-Ansichten; ein Shop-Modul für Online-Bestellungen mit der Möglichkeit von Neutralversand an abweichende Lieferanschriften; einen umfangreichen Download-Bereich mit Bereitstellung von PDF-Katalogen, Preislisten, Artikeldaten, Layoutvorlagen und allen Artikelbildern in verschiedenen Auflösungen. Der neue Katalog kann über die Haweco-Webseite bestellt werden. Die Printversion erhielten Interessenten aber auch am neuen PSI Messestand unter der Standnummer 11A34, wo Haweco seinen Gästen zudem viele Neuheiten und bewährte Bestseller präsentierte. www.haweco.de

ALLER GUTEN DINGE SIND VIER

MARTOR SIEGER BEIM GERMAN DESIGN AWARD

Der German Design Award ist einer der führenden internationalen Designpreise und mit dem red dot die wichtigste Produktdesign-Auszeichnung, die auf deutschem Boden verliehen wird. Martor hat vier Produkte ins Rennen geschickt – und gleich viermal gewonnen. Das Secupro 625, das Secunorm 380, das Secunorm 590 und das Secumax 350 wurden vom Frankfurter „Rat für Formgebung“ mit dem German Design Award 2016 ausgezeichnet. Damit würdigt der Rat die „herausragende Kombination aus Ästhetik und Gebrauchswert“ bei den neuesten Sicherheitsmessern des Unternehmens aus Solingen. „Winner“ sind die Martor-Produkte in der Kategorie „Workshop and Tools“ – einer von zehn Produktdesign-Kategorien, in denen je ein Gold-Award und 15 Winner-Auszeichnungen verliehen werden. Damit konnte sich Martor im Werkzeugbereich allein vier der insgesamt 16 vergebenen Titel sichern. Für das auf der Messe A+A 2015 eingeführte Premium-Zangengriffmesser Secupro 625 und den Big-Bag-Cutter Secunorm 590 ist dies die erste hochkarätige Auszeichnung im Designbereich. Das Secunorm 380, weltweit erstes Sicherheitsmesser mit einem Klingenaustritt von fast 8 cm, konnte zuvor bereits den red dot Design-Award 2015 für sich verbuchen. Alles „abgeräumt“ hat das innovative Secumax 350 mit verdeckt liegender Klinge: Vor dem German Design Award 2016 und dem red dot Design-Award 2015 wurde es bereits mit dem pro-k Award 2015 bedacht. Verliehen wird der German Design Award Mitte Februar 2016 im Rahmen der Frankfurter „Ambiente“, der größten Konsumgütermesse der Welt. www.martor.de



Jüngst erst eingeführt: Das Premium-Zangengriffmesser Secupro 625, eins der vier prämierten Martor-Produkte.

ARWEY MIT UMA KUGELSCHREIBERN

ACAR UND UMA KOOPERIEREN

Ab Januar 2016 kooperieren der Notizbuch- und Kalenderhersteller Acar Europe und der Schreibgeräte-Spezialist uma Schreibgeräte. Die Acar Europe GmbH setzt ab diesem Zeitpunkt in ihrem Sortiment unter der Marke „Arwey“ ausschließlich Kugelschreiber von uma ein. Neben einer Standardfarbe sind weitere Kugelschreiber-Farben verfügbar, so dass diese passend zur jeweiligen Coverfarbe des Buches angeboten werden können. „Wir kennen uns seit vielen Jahren und freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit. Durch den Einsatz von uma Schreibgeräten in Arwey Notizbüchern vereinen wir moderne Farben, Haptik und Qualität, Themen, die bei beiden Marken und Sortimenten im Vordergrund stehen“, so die beiden Geschäftsführer Patrick Döring (Acar) und Alexander Ullmann (uma). www.acar-europe.de



Die Handschrift der Werbung



Der neu gewählte GWW-Vorstand: (v.l.) Michael Freter, Manfred Schlösser, Jürgen Geiger, Ronald Eckert, Patrick Politze, Frank Dangmann.

GWW JAHRESHAUPTVERSAMMLUNG

FRISCHER WIND FÜR DIE VERBANDSARBEIT

Der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) ist am 16. und 17. Dezember in Berlin zu seiner ersten Jahreshauptversammlung seit der Verbands-Neugründung zusammengekommen. Zum Abschluss eines ereignisreichen Jahres, in dem die bisherigen Branchenverbände zum Einheitsverband der Werbeartikelbranche verschmolzen wurden, erlebten die Mitglieder zwei prall gefüllte Tage mit hoch interessantem Programm.

Berlin ist etwas Besonderes. Dass der GWW die Hauptstadt als Ort seiner ersten Jahreshauptversammlung als Einheitsverband der Werbeartikelwirtschaft gewählt hat, war der Bedeutung der zweitägigen Veranstaltung durchaus angemessen. Denn nach der Gründungsversammlung im März 2015 war auch das vorweihnachtliche Treffen ein weiterer Meilenstein in der deutschen Verbandsgeschichte. Mitglieder aller Sektionen, also Vertreter von Lieferanten, Beratern, Markenartiklern und Business-Partnern waren zusammengekommen, um ihren ersten Vorstand zu wählen und die gemeinsame Arbeit auf GWW-

Ebene auf den Weg zu bringen. Die Präsenz der Branche in Berlin, in einem Umfeld, wo politische und wirtschaftliche Entscheidungen fallen, gab der ganzen Veranstaltung und den zur Debatte stehenden Anliegen zusätzlich ein besonderes Gewicht.

BESTANDSAUFNAHME UND SELBSTFINDUNG

Der erste Sitzungstag war überwiegend Verbands- und brancheninternen Themen vorbehalten: Berichte des Vorsitzenden, der Sektionen und Arbeitskreise gaben einen Überblick über bisherige Arbeitsergebnisse. Anstehende Aufgaben waren zu-

vor in den Sektionssitzungen herausgearbeitet worden. Die Sektion Business-Partner, der neben dem PSI auch andere, branchennahe Dienstleister angehören, nutzte das Meeting in Berlin unter anderem dazu, das eigene Selbstverständnis zu konkretisieren. „Wir sollten der Branche und der Politik bewusstmachen, wie breitgefächert die Dienstleistungen sind, die direkt und indirekt zu unserer Branche gehören. Wenn es gelingt, all diese Unternehmen zu integrieren, verbreitern wir nicht nur das Leistungsspektrum der Branche, sondern verschaffen ihr dank eines stärkeren Gesamtverbands auch größeres Gewicht

Dank der aktiven Mitarbeit vieler Mitglieder hat die Verbandsarbeit bereits Fahrt aufgenommen.



gegenüber der Politik“, so Sektionssprecher Manfred Schlösser. Als künftige Aufgaben der Sektion wurden die Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie sowie Durchführung weiterer Wirkungsstudien definiert. Kommunikationsziel müsse es sein, Werbeartikel bekannter zu machen und anschaulich darzustellen, was sie leisten können.

DER VERBAND WÄCHST

Den Jahresbericht des Vorstandes leitete Patrick Politze mit der News ein, dass sich der GWW um 23 Neumitglieder vergrößert hat. Die Basis der Branchenvertretung wächst also – ein gutes Zeichen für die Zukunft. Das Jahr 2015 sei ein wichtiges Jahr der Konsolidierung des Einheitsverbandes gewesen, das mit fünf Vorstands-, mehreren Steuer- und Arbeitskreissitzungen auch ein sehr arbeitsintensives war. Politze dankte dem amtierenden Vorstand, dem Beirat sowie allen, die sich aktiv eingebracht haben, für ihr Engagement und lobte, dass sich so viele Mitglieder zur Verbandsarbeit bereitgefunden haben. Gute Fortschritte mache die Zusammenarbeit mit dem BGA, hier sei man in Bezug auf die Themen Steuergerechtigkeit, Vereinfachung der Besteuerung und Entbürokratisierung vorangekommen. Auch die Kontakte zu den österreichischen und schweizer Verbän-

den seien intensiviert worden, besonders hinsichtlich gemeinsamer Branchenkonjunktur-Erhebungen.

TREND-KONZEPT WIRD ÜBERARBEITET

Der Arbeitskreis Messen hat sich unter anderem mit der Analyse der Newsweek und der Trend beschäftigt. Wie Ralf Samuel ausführte, lief die Newsweek im Wesentlichen zur Zufriedenheit der Teilnehmer ab, allerdings sollen für einen optimierten Tour-Verlauf einige Standorte geändert werden. Die Trend hingegen ist 2015 nicht so gut angenommen worden, so dass die Konzeption zurzeit überdacht wird. Denkbar sei die Straffung der Veranstaltung auf nur einen Messetag, ein zentraler gelegener Veranstaltungsort wird ebenfalls diskutiert.



Als Anerkennung für langjährige Verbandsarbeit wurden Hans Joachim Evers und Klaus Rosenberger zu Ehrenmitgliedern des GWW ernannt.



Michael Freter (PSI) mit André Schwarz, BGA (L.), und Manfred Parteina (ZAW), die den zweiten Sitzungstag eröffneten.

Trotz kritischer Stimmen wollen 86 Prozent der Aussteller und 95 Prozent der Besucher wieder dabei sein.

ZIELGRUPPENVERWEITERUNG DER PSI 2017

Ein großes Thema war die Zielgruppenerweiterung der PSI 2017, die Silke Frank vom PSI erläuterte. Grundlage der Zielgruppenerweiterung ist die vom GWW-Arbeitskreis Messen ausgearbeitete Konzeption für einen „PSI-Beratertag“. Im Arbeitskreis Messen sind Werbemittel-Berater und Großhändler, Werbemittel-Lieferanten, Markenartikelhersteller und das PSI Netzwerk repräsentativ vertreten. Das neue Konzept sieht vor, dass ausschließlich die im PSI Netzwerk organisierten Werbeartikelberater am letzten Veranstaltungstag ihre im Vorfeld akkreditierten Kunden für einen Tagesbesuch zur Messe einladen können. Alle Kunden, die auf Einladung des Handels die PSI Messe besuchen, erhalten gesondert gekennzeichnete Eintrittskarten mit Sichtvermerk. Die Lieferanten bleiben weiterhin dem Handel verpflichtet. Geplant ist zudem, die Tagesfolge der PSI Messe ab 2017 auf Dienstag bis Donnerstag zu verlegen, geöffnet ist die Messe dann jeweils bis 18 Uhr. Bislang findet die PSI von Mittwoch bis Freitag statt.

KONTROLLIERTE EINBINDUNG DER INDUSTRIEKUNDEN

„Die Entscheidung, Industriekunden strukturiert in die Messe einzubinden, ist von großer Verantwortung für die Branche und von gegenseitigem Vertrauen getragen“, sagte Patrick Politze, der die fruchtbare Zusammenarbeit mit dem PSI besonders hervorhob. Er begrüßte, dass der GWW die Möglichkeit hatte, sich in das Messekonzept einzubringen. „Wir müssen Flagge zeigen und im Dialog mit der werbetreibenden Wirtschaft deutlich machen, wie leistungsfähig, originell und vielfältig Werbeartikel als Werbeträger sind. Und wo könnte das besser geschehen als auf Europas größter Leistungsschau der Branche?“ Silke Frank betonte, dass Lieferanten verpflichtet sind, den eingeladenen Industriekunden ausschließlich Industriepreise zu nennen. Der Händler bleibt wie bisher der eigentliche Geschäftspartner des Ausstellers. Dank der PSI Scan App ist es sehr einfach, einen Industriekunden dem einladenden Berater zuzuordnen. „Indem wir den Endkunden kontrolliert in die PSI einbinden, unterstützen wir gezielt die gesamte Wertschöpfungskette und damit unsere Branche“, sagte Silke Frank.

KÜNFTIGE THEMEN DEFINIERT

Zusammenfassend nannte Patrick Politze folgende Themenkreise, womit sich der GWW im Interesse seiner Mitglieder künftig besonders auseinandersetzen wird:

- Kommunikation/Außendarstellung: Hier geht es vor allem darum, Werbeartikel als überlegene, wirkungsstarke Werbeform im Bewusstsein der Werbetreibenden zu verankern und in der Öffentlichkeit als Thema zu platzieren.
- Zeitgemäße Besteuerung: Gerechte und vereinfachte Besteuerung von Werbeartikeln soll als wichtiges Anliegen der Branche verstärkt in die politische Diskussion eingebracht werden. Hierbei gilt es, Politiker als Botschafter zu nutzen. Mit der Podiumsdiskussion am zweiten Sitzungstag wurde erfolgreich vorgeführt, wie ein solcher Weg aussehen könnte.
- Compliance: In diesem Bereich wurde großer Handlungsbedarf erkannt. Ziel führend sei hier, auf die Ausgestaltung „werbeartikelfreundlicher“ Compliance-Regeln einzuwirken.
- Stärkung des Verbands: Nach dem Auf- und Ausbau der Verbandsgremien soll der Dachverband wachsen und sich so positionieren, dass die Mitgliedschaft branchenintern und -extern als Qualitätssiegel gilt. (z.B. auch Ehrencodex)

NEUER VORSTAND

UND EHRENVORSITZENDE

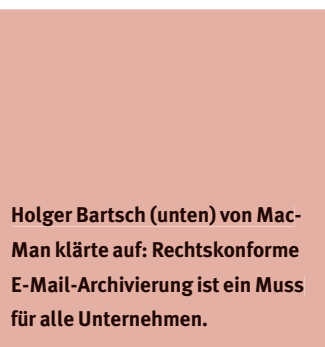
Die Wahl des neuen Vorstands unter der Leitung von Josef Bösl (Kahla) ging rasch



Dr. Janine v. Wolfersdorff führte mit ihrem Vortrag in die Steuerdiskussion ein.



Justus Schneidewind referierte fundiert zum neuen Insolvenzrecht.



Holger Bartsch (unten) von MacMan klärte auf: Rechtskonforme E-Mail-Archivierung ist ein Muss für alle Unternehmen.



Prof. Gabriel Felbermayr (oben) sprach über die Auswirkungen der Migration.



und einvernehmlich über die Bühne. Einstimmig und ohne Enthaltungen gewählt wurden: Patrick Politze (Vorsitzender), Michael Freter und Manfred Schlösser (PSI, Sektion Business Partner), Jürgen Geiger (Sektion Lieferanten), Ronald Eckert (Sektion Berater) sowie Frank Dangmann (Sektion Markenartikler). Die aus dem Amt geschiedenen ehemaligen Vorstandsmitglieder Hans Joachim Evers und Klaus Rosenberger wurden zur Würdigung ihrer Verdienste um die Verbandsarbeit auf Vorschlag des Vorsitzenden zu Ehrenmitgliedern ernannt. Evers war 8 Jahre Vorsitzender des früheren GWW sowie 12 Jahre Vorsitzender des bwg, seit 2015 ist er bwg-Ehrenvorsitzender. Auch Klaus Rosenberger blickt auf eine lange Verbandskarriere zurück: Er leitete 16 Jahre den Verband der Markenartikler AKW und war insgesamt 20 Jahre in dessen Vorstand tätig. Politze dankte beiden Kollegen für ihr Engagement, insbesondere auch im Einigungsprozess im Rahmen der Konstitution des neuen Einheitsverbands GWW.

WERBEBUDGETS STEIGEN

Am darauffolgenden Tag fand die Mitgliederversammlung in den Räumlichkeiten der Deutschen Bank Unter den Linden ihre Fortsetzung. Sowohl André Schwarz, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer des BGA, als auch Manfred Parteina, Geschäftsführer des ZAW, richteten ein Grußwort an die Teilnehmer. Mit einem Anstieg des Werbeumsatzes in Deutschland von 2,3 Prozent auf 50,3 Mrd. Euro erwartet der ZAW ein erfreuliches Ergebnis des aktuellen Werbejahrs. Auch für 2016 gehe man von einem Anstieg der Budgets aus. Hinsichtlich der unangemessenen politischen Restriktionen müssten produkt- und medienübergreifend Mindestanforderungen definiert werden.

PODIUMSDISKUSSION: POLITIKER WURDEN SENSIBILISIERT

Im weiteren Verlauf des zweiten Tagungsabschnitts stand das Thema Steuerpolitik auf der Agenda. Einleitend hörten die Teilnehmer einen Einführungsvortrag von Dr. Janine v. Wolfersdorf (Institut Finanzen und Steuern, Berlin), der die wichtigsten Fakten und Probleme der aktuellen Steuerdiskussion auf den Punkt brachte. Hö-

hepunkt der Veranstaltung war sicherlich die anschließende Diskussion zur Besteuerung von Werbeartikeln, zu der es gelungen war, mit Lothar Binding (MdB, Finanzpolitischer Sprecher der SPD) und Olav Gutting (MdB, stellvertretender finanzpolitischer Sprecher der CDU) gleich zwei Bundestagsabgeordnete an den Tisch zu bringen. Die Wahl des Tagungsorts Berlin hat die Bereitschaft der Politiker, sich den steuerrechtlichen Fragen der Branche zu stellen, sicherlich befördert. Neben den bereits genannten Teilnehmern waren Josef Bösl (Kahla/Thüringen Porzellan), Ronald Eckert (Döbler Werbeartikel) und Michael Pleines (Ferrero Deutschland) auf dem Podium. Im Laufe der konstruktiven, mitunter auch kontroversen Diskussion ist es gelungen, den Vertretern der Politik vor Augen zu führen, welchen Aufwand und welche Benachteiligungen das geltende Steuerrecht für Werbearti-

denke, dass beide Abgeordnete aufgrund der Beispiele und des offenen Gespräches erkannt haben, worin die Probleme unserer Branche und damit unserer Kunden beim Einsatz von Werbeartikeln liegen. Wenn die professionelle Lobbyarbeit des GWW sich auf offene und gesprächsbereite Teilnehmer der Politik stützen kann, dann kann ich mir vorstellen, dass hier zumindest mittelfristig Veränderungen in unserem Sinne möglich werden.“

FAZIT: GUTER START DES GWW

Weitere Fachvorträge beschäftigten sich mit den praxisrelevanten Themen „Rechtskonforme E-Mail-Archivierung“ (Holger Bartsch), der Reform der Insolvenzordnung (RA Justus Schneidewind) sowie den ökonomischen und gesellschaftspolitischen Perspektiven der Migration. Damit waren die beiden Sitzungstage ein gelungener Mix aus Information, Diskussion und Verbandsarbeit im engeren Sinne. <



kelunternehmen wie auch für Anwender bedeutet. Die Veranstaltung war ein guter Einstieg in ein wichtiges Thema, das im Arbeitskreis Politik des GWW weiter bearbeitet werden wird.

PROFESSIONELLE LOBBYARBEIT WICHTIG

Ronald Eckert, der als Werbeartikelberater an der Podiumsdiskussion teilgenommen hat, kommentierte: „Meiner Meinung nach war die Podiumsdiskussion ein echter Meilenstein auf dem Weg, die steuerlichen Nachteile für Werbeartikel abzubauen. Ich

Höhepunkt der Tagung war die Podiumsdiskussion: Dr. Janine v. Wolfersdorf, Ronald Eckert (Döbler), Michael Pleines (Ferrero), Dr. Tanja Wiebe, Olav Gutting (MdB CDU), Lothar Binding (MdB CDU) und Josef Bösl (Kahla) (v.l.)



Viel Neues brachten die neun Partner-Lieferanten zur Welcome Home mit. Auch bei den mbw „Schnabels“ gab's Nachwuchs.

WELCOME HOME 2015

EINZIGARTIGES KONZEPT

Zum sechsten Mal begrüßten die Unternehmen der Welcome Home-Eventserie professionelle Werbeartikelhändler quer durch Deutschland. Erneut baten die Ausrichter der Veranstaltungsreihe Anfang Dezember 2015 ihr Fachpublikum zum Einblick in ihre Unternehmen und neuen Kollektionen.

Neuer Partner im Kreise der ausrichtenden Werbeartikellieferanten Daiber, LM Accessoires, Jung Bonbon, Fare, Geiger-Notes, mbw, Halfar, koziol sowie der Jung-Tochter emotion factory und dem Branchenspezialist für Namensschilder und Lanyards, Aditan, war in diesem Jahre das Unternehmen uma. Der Schreibge-

rätehersteller aus Fischerbach im Schwarzwald bringe „ein hohes Maß an Professionalität, Verlässlichkeit, Händlertreue sowie einen überaus interessanten Produktionsstandort in Deutschland“ mit, hieß es als Begründung für die Aufnahme in die Welcome Home-Familie, die sich im Dezember zum sechsten Mal formierte.

UMA NEU IM KREISE

Nach dem Auftakt bei Gastgeber koziol in Erbach/Odenwald war denn das Werk von uma die nächste Heim-Anlaufstelle. Standen bei der koziol »ideas for friends GmbH des Besuch des begehbaren Zeitmaschinenparks mit der 85-jährigen Geschichte Unternehmens, die 100-Prozent-Made-in-Germany-Produktion mitsamt Veredelung sowie ein Design-Event „Wie komme ich selbst zu kreativen Lösungen?“ im Mittelpunkt, gab es bei uma neben den neusten Produktinnovationen und dem Einblick in die Fertigungsschritte am Standort auch wertvolles „Learning by doing“: Jeder Besucher konnte sein persönliches Schreibgerät kreieren und als Andenken mit nach Hause nehmen.

QUALITÄT, DIE VEREDELT WIRD

Nach zwei präsentablen Intermezzi in den bereits bewährten Eventlocations „Alte Gärtnerei“ in Taufkirchen bei München sowie „Edelfettwerk“ in Hamburg, die die Welcome Home-Serie geographisch komplettierend ergänzten, gab es auch auf den Sta-

tionen beim Taschenexperten Halfar System in Bielefeld und im Fare Schirmwerk in Remscheid für die Gäste neben der Präsentation von mehr als 300 Neuheiten auch die Möglichkeit, hinter die Kulissen der Unternehmen zu blicken und mehr über die Fertigung hochwertiger gegenständlicher Werbung zu erfahren. Halfar-Marketing- und Vertriebsleiter Peter Leseberg freute sich über 150 Gäste aus dem Werbemittelhandel, die sich intensiv mit den neuen Artikeln beschäftigten und stündlich von den Geschäftsführern Kathrin Stühmeyer und Armin Halfar per Rundgang durch Haus mit den spezifischen Charakteristika des Ausbildungsbetriebs und der Geschichte, dem Produktionsablauf sowie den Veredelungstechniken moderner Qualitäts-Werbetaschen vertraut gemacht wurden.

MISSION SUCCESSFUL

Auf der letzten Station innerhalb zweier Wochen bei Fare – das 2015 sein 60-jähriges Bestehen feierte – konnten die Besucher dem Siebdrucker über die Schulter schauen, die zahlreichen Optionen an Doming-Werbung kennenlernen oder die Gravur von Laserstickern live verfolgen. Auch hier gab es jede Menge Zeit für den im erfolgreichen Werbemittelgeschäft so wichtigen persönlichen Mitarbeiter-Kontakt. Abschließend konnten die Organisatoren erneut eine erfolgreiche Bilanz ziehen. Schon die Voranmeldungszahlen wa-



Die Geschäftsführer Kathrin Stühmeyer und Armin Halfar wechselten sich mit den Besucherführungen ab.

ren verheißungsvoll. Hinzu kamen auch viele unangemeldete Interessenten, die es sich ebenfalls nicht entgehen lassen wollten, bei den Herstellern spontan zuhause vorbeizuschauen. Schließlich zählten die Veranstalter insgesamt 757 Besucher bei sechs Events. Alles in allem verkörpert die Welcome Home Eventserie ein auch in seiner Einzigartigkeit zukunftsfähiges Konzept, dem Branchenhandel die Genese guter und auch deshalb erfolgreicher Werbeartikel in unmittelbarer Form gewinnbringend zu vermitteln. <



Hier geht's lang: Interessantes gab's bei der Werksführung zu erfahren.



Im Stickbereich von Halfar System.



Zumeist hatten die Aussteller alle Hände voll zu tun.



Erstmals im Welcome Home-Kreis dabei: die Schreibgerätespezialisten von uma.





Historisch und stimmungsvoll: Der große Saal des Zöllenspieker Fährhauses Hamburg-Kirchwerder, wo die A&O Adventstour 2015 begann.

A&O ADVENTSTOUR 2015

ACHT STIMMUNGSVOLLE PRODUKT-PRÄSENTATIONEN

Die A&O Adventstour, mittlerweile nicht mehr aus dem Veranstaltungstableau der Branchenevents wegzudenken, startete am Montag, dem 30. November, zu ihrer aktuellen Deutschlandrunde. 23 partnerschaftlich verbundene Lieferanten steuer(te)n innerhalb zweier Adventswochen acht ausgesuchte Locations an. Mit im Reisegepäck: Jede Menge Neuheiten für den Werbemittelhandel.

Zwar waren die Rahmendaten und -bedingungen des erfolgreichen Konzepts die gleichen, doch lockten diesmal einige neue Veranstaltungsorte. Auch im Kreise der ausstellenden Unternehmen gab es neue Gesichter. PF Concept, SPS, Esquire und Vossen ersetzen vier scheidende Werbeartikelhersteller und komplettierten das A&O-

Team, das erneut mit einem ausgewogenen Produkte-Mix, innovativen Ideen und intensiver Beratung zu überzeugen wusste. Der große Pluspunkt der Tour allerdings ist das in die vorweihnachtliche Stimmung eingebettete und sich an die Werbeartikelpräsentation anschließende Get-together beim traditionellen Gänsebraten, das

ganz persönliche Momente jenseits des „nur“ geschäftlichen Miteinanders schafft.

GELUNGENER AUFTAKT

Den gelungenen Auftakt der Adventstour erlebten rund 130 Besucher im historischen Ambiente des Zöllenspieker Fährhauses in Hamburg-Kirchwerder direkt an der Elbe. Das ehemalige Fährhaus mit seiner mehr



Allenthalben wurde stillvoll getafelt wie hier im Speisesaal des Zollenspieker Fährhauses auf dem Schiffsparkett der Queen Mary I.



Es ist angerichtet ...

als 750-jährigen Geschichte dient seit geraumer Zeit als stimmungsvolles Restaurant, Hotel und Veranstaltungsgebäude. Eingebettet in die Bausubstanz findet sich auch mit das älteste Stück Mauerwerk der Hansestadt. Und der Fußboden des Speisesaals für das Gänseessen stammt vom Schiffsparkett der Queen Mary I.

KONZEPT MIT IMMER MEHR ZUSPRUCH

Veranstaltungskoordinator Martin Blindow, Geschäftsführer von infoplus, zeigte sich schon zu Beginn der Rundreise sehr zuversichtlich, was den Erfolg der diesjährigen Tour betrifft: „Wir können bereits jetzt 350 Voranmeldungen von Unternehmen mit weit über 800 Personen verzeichnen, darunter auch viele namhafte und große Handelsunternehmen und ‚Wiederholungstäter‘. Auch der Eröffnungstermin hier ist ausgebucht. Das Konzept unserer A&O Adventstour findet immer mehr Zuspruch. Bewusst haben wir für die Zusammenkünfte mit den Händlern keine der oft austauschbaren Messerhallen, Hotels oder



Im Zeichen der Gans und der Weihnachtszeit: Das Logo der A&O Adventstour.

Konferenzsäle ausgewählt, sondern atmosphärisch und architektonisch unverwechselbare Örtlichkeiten. Der Erfolg und die stetig positive Resonanz der Gäste bestärken uns, die Reihe in diesem Sinne weiterzuführen.“ Die weiteren Stationen der ersten Woche waren dann der historische alter Gutshof der Familie A. Borsig in Nauen bei Berlin mit einem „gemütlichen Ausklang“ im Kellergewölbe der Brennerei, das Hotel-Residence Klosterpforte in Marienfeld bei Gütersloh und das Landhotel Classhof in der Nähe Düsseldorf (Martin Blindow: „Die Hütte war übervoll!“).

IN TRADITIONSREICHEN MAUERN

Am 7. Dezember startete die A&O-Adventstour im Jagdschloss Kranichstein nahe Darmstadt in ihre zweite Woche. Wie auch an den vorausgegangenen Stationen waren die Lieferanten wieder in einer besonders edlen Location zu Gast: Das dreiflügelige Gebäude des heutigen Hotels geht bis auf das Jahr 1580 zurück, als Landgraf Georg I. von Hessen-Darmstadt das ehemalige Hofgut als Jagdschloss ausbauen



Viel Neues gab es zu begutachten, wie hier im Gebäck des Landguts Borsig



Viele Interessenten fanden sich auch im Landhotel Classhof bei Düsseldorf ein.



Schöner Backsteinbau: Das Landgut Borsig in Nauen bei Berlin, zweite Station der Tour.

ließ. Im Laufe der Jahrhunderte wurde das wunderschön gelegene Anwesen von seinen verschiedenen adligen Eigentümern dem jeweiligen Stil entsprechend umgebaut und ist heute einer der wenigen barocken Jägerhöfe, die in Deutschland noch erhalten sind. Viele prominente Gäste haben hier schon logiert, unter anderem war Königin Victoria gerne hier zu Gast. In einem Trakt dieses geschichtsträchtigen Hauses präsentierten bei frühlinghaftem Wetter gut gelaunte und motivierte Aussteller ihre Werbeideen. Die vielseitige Produktpalette ließ nichts vermissen und reichte vom pfiffigen Streuartikel bis hin zu anerkannten Marken. In entspannter und familiärer Atmosphäre war viel Zeit für Gespräche, zum Kennenlernen und zum Vertiefen der Kontakte. „Wir hatten eine tolle erste Woche mit interessierten Besuchern. An allen Orten war viel los, wobei Berlin immer ein wenig aus der Reihe fällt. Die schönen Locations heben die Stimmung, alle fühlen sich wohl, es macht einfach Spaß“, so Joep Raanhuis von Joytex.

Einen besonderen Stellenwert messen Andrea Takacs und Anne Mulder von Artihome den Abendveranstaltungen mit traditionellem Gans-Essen zu: „Die netten Tischrunden beim Abendessen sind hervorragend zur Kontaktpflege geeignet. Bei manchen Kunden haben wir erst abends im lockeren Gespräch erfahren und auch wirklich verstanden, wo ihre Interessen und Bedürfnisse liegen. Deswegen sind solche Veranstaltungen aus unserer Sicht auch sehr effektiv.“

NAMHAFTE BRANCHENGÄSTE

Diesem „meistbesuchten“ Standort folgten das Hotel Adler in Asperg bei Ludwigsburg mit seinem Sterne-Restaurant (das natürlich gänzlich belegt war), das Gut Sonnenhausen (Glönn) unweit von München (Martin Blindow: „Es fehlte so gut wie keine namhafte Firma der Branche – wir sind hier mal mächtig stolz!“) und abschließend das Hotel Herzogspark in Herzogenaurach, wo der Abend „erst weit nach Mitternacht im fröhlichen Kreis der Mitaussteller endete“.

GANSEESSEN MIT „SOCIALISING EFFECT“

Letztlich zogen alle Beteiligten eine rundum positive Bilanz. „Es waren ausnahmslos erfolgreiche Tage für alle Beteiligten. Insbesondere das abendliche Gänseessen mit dem Kunden regt immer wieder und immer neu zu intensiven Gesprächsrunden an – und zwar nicht nur über das Geschäft. So soll es auch sein, denn der ‚socialising effect‘ der Tour darf und soll nicht unterschätzt werden. Leider hat das Wetter nicht immer mitgespielt, denn auf einigen Fahrten und an einigen Locations hatten wir mit kräftigen Regenfällen zu kämpfen. Unseren Kunden hat das zum Glück nichts ausgemacht, denn sie sind fast alle gekommen, darüber hinaus – und das ist auch erwähnenswert – fanden sich immer wieder Gäste ein, die nicht angemeldet waren. Hier hat wohl die Neugierde gesiegt“, berichtet Joep Raanhuis (Joytex) und resümiert: „Das Urteil der Kunden kann man wie folgt zusammenfassen: Eine Messe in angenehmer ‚familiärer‘ Atmosphäre, wo Neid ein Fremdwort und Freundschaft selbstverständlich sind. Es wurden viele ‚echte‘ und interessante Neuheiten gezeigt, welche man in Ruhe begutachten, sich darüber aber auch ausgiebig beraten lassen konnte.“

WEITER VERBESSERTE BILANZ

Auch die abschließende Bilanz konnte sich sehen lassen: „In diesem Jahr haben wir mit den Zahlen nochmals deutlich zugelegt – je nach Standort zwischen 12 und 25 Prozent“, freut sich Martin Blindow. „385 Firmen fanden den Weg zu uns. Damit konnten wir insgesamt über 890 Gäste begrüßen. Besonders stolz sind wir auf den deutlichen Anstieg bei unseren ‚Gänseessen‘ mit über 575 Teilnehmern – 65 Prozent der Gäste haben an der Abendveranstaltung teilgenommen.“



Gute Stimmung auch im Hotel-Residence
Klosterpforte nahe Gütersloh.



Gleich kommt die Gans „geflogen“: Gemütliche Runde vor dem Essen im Hotel Adler in Asperg
bei Ludwigsburg.



Auch auf Jagdschloss Kranichstein bei Darmstadt war das Interesse an Neuem groß.



Angeregte Gespräche
auf Gut Sonnenhausen.



Geschlossen für „Trading Ideas“ (v.l.): Marek Kempa, Christine Hinrichs, Jolanta Kempa, Sönke Hinrichs.



Der Festsaal ist gefüllt. Die Jubiläumsfeier kann beginnen.

10 JAHRE INSPIRION POLSKA

RUNDES JUBILÄUM GROSS GEFEIERT

Anlässlich des zehnjährigen Bestehens feierte Inspirion Polen vergangenen Oktober in Trzebnica den runden Geburtstag ganz groß. Circa 150 Gäste, darunter viele Geschäftspartner und Kunden aus ganz Europa, waren der Einladung nach Polen gefolgt.

Unter der Gästeschar der Jubiläumsfeier befanden sich auch Kollegen aus dem Stammhaus in Bremen und anderen Inspirion-Niederlassungen, die es sich nicht nehmen lassen wollten, persönlich zu gratulieren. Am Samstagnachmittag besichtigten die Gäste beim Tag der offenen Tür das Firmengebäude von Inspirion Po-

len. In der hauseigenen Druckerei konnten sich die Besucher über verschiedenste Veredlungstechniken informieren und von der Druckkompetenz der polnischen Gastgeber überzeugen.

„LEIDENSCHAFT FÜR WERBEMITTEL“
Die Jubiläumsfeier am Abend fand in einer zum Hotel umgebauten Mühle statt,

in der ein Großteil der Partygäste untergebracht war. In ihrer Laudatio rekapitulierte Jolanta Kempa, die polnische Niederlassungsleiterin, die letzten zehn Jahre. Zudem würdigte sie das Engagement aller Mitarbeiter, die die Geburtstagsfeier liebevoll bis ins kleinste Detail geplant hatten. „Wir feiern heute uns und unsere Leidenschaft für Werbemittel. Zehn Jahre Inspirion Polska zeugen von einer erfolgreichen Geschäftspolitik, auf die wir alle stolz sein können. Dennoch ruhen wir uns nicht auf unserem Erfolg aus. Der osteuropäische Markt wartet täglich mit neuen Herausforderungen auf uns, denen wir uns als zuverlässiger Lieferant mit hohen Qualitätsstandards gerne stellen. Wir bieten unseren Kunden einen professionellen Service inklusive der Veredlung unserer Werbeartikel“, so Kempa. Weitere Redner waren u.a. Inspirion-Geschäftsführer Sönke Hinrichs, der besonders die polnische Gastfreundschaft lobte. Auch Marek Długozima, der Bürgermeister von Trzebnica, wohnte den Feierlichkeiten bei, um dem Traditionsunternehmen seine Anerkennung zu zollen. Denn mit rund 100 Mitarbeitern gehört Inspirion Polska zu einem der größeren Arbeitgeber der Stadt.

AUSGELASSENE PARTY

Beim festlichen Abendessen hatte das internationale Publikum Gelegenheit, sich besser kennenzulernen und Geschäftsbeziehungen zu stärken. Und wie es sich für eine ordentliche Geburtstagsparty gehört, gab es zum Nachtschisch eine mehrstöckige Geburtstagsstorte. Am späteren Abend wur-



Die Band „Mitlos“ sorgte für die musikalischen Akzente des Abend. Am Mikro singt Dmitrij Bortin, ein Inspirion-Mitarbeiter aus Bremen.



Bei der Begrüßung (v.l.): Jolanta Kempa, Sönke Hinrichs, Magdalena Kempa übersetzt ins Englische.



Je später der Abend: ausgelassene Stimmung beim Tanzen.

de mit Cocktails in den Inspirion-Firmenfarben Blau und Orange auf das Geburtstagskind angestoßen. Für musikalische Unterhaltung sorgte die einheimische Folklore-Band „Mitlos“. Einige Gäste beschränkten sich nicht nur aufs Tanzen, sondern stimmten auf der Bühne in der jeweiligen Landessprache bekannte Melodien an.

„PERFEKTE GASTGEBER“

Am Ende wurden Jolanta Kempa und ihr Team für die arbeitsintensiven Partyvorbereitungen belohnt, denn alle Gäste hatten Spaß und einige tanzten bis in die frühen Morgenstunden. „Die Kollegen in Polen sind perfekte Gastgeber und wissen, wie man feiert. Zudem war es schön zu sehen, dass so viele Mitarbeiter in unserer polnischen Niederlassung schon seit Anfang an dabei sind“, fasst Sönke Hinrichs die Jubiläumsfeier zusammen.

www.inspirion.eu



Hinrichs Töchter setzen vor der Fotowand Inspirion-Artikel in Szene (v.l.): Stephanie Hinrichs, Mareike Hinrichs und Ulrike Hinrichs. Hier konnten sich alle Gäste in lustigen Posen ablichten lassen.



MIT ZWEI NEUEN MITGLIEDERN INS NEUE JAHR

SOLIDES WACHSTUM BEIM VERBUND DIE6

Der Werbemittelverbund DIE6 bilanziert das abgelaufene Geschäftsjahr mit einem zufriedenstellenden Verlauf und startet mit positiven Erwartungen in das Jahr 2016. Zudem kann DIE6 mit den Unternehmen Eduard Wolf und Jansen Verkaufsförderung zwei neue Mitglieder begrüßen.

Unsere Mitgliedern ist es innerhalb einer starken Gruppe gelungen, sich erfolgreich in enger werdenden Märkten zu behaupten und ihre Marktpositionen zu festigen“, so DIE6-Aufsichtsratsvorsitzender Heinrich Grübener. „Wir sehen unsere strategische Ausrichtung – die Einkaufsumsätze der Partnerunternehmen in einem starken Marketing- und Einkaufsverbund zu bündeln – wieder einmal positiv bestätigt“, bekräftigt DIE6-Geschäftsführer Holger Kapanski. „Es wirkt sich auf unsere überwiegend mittelständisch geprägten Mitgliedsunternehmen und deren konsolidierten Umsatzentwicklungen deutlich positiv aus. Trotz eines erheblich steigenden Wettbewerbs- und Preisdrucks innerhalb der Branche. Eine zusätzliche Be-

stätigung erfahren wir darüber hinaus durch den Beitritt der Unternehmen Eduard Wolf aus Fürth und Jansen Verkaufsförderung aus Mülheim an der Ruhr.“

„GESAMTPAKET PASST“

„Das Gesamtpaket DIE6 passt hervorragend zu unserem Unternehmen“, begründet Torsten Jansen, Geschäftsführer des Unternehmens Jansen Verkaufsförderung, den Beitritt zum Verbund mit Wirkung zum 1. Januar 2016. „Die zukunftsorientierte Ausrichtung innovativer Werbemittelunternehmen, ein ebenso moderner Internetauftritt sowie die starke Plattform in Form des DIE6-Printauftritts mit einem überaus ansprechenden Katalog sind wesentliche Gründe, die meinen Vater und mich überzeugt haben, mit unserem Unternehmen

beizutreten.“ 1988 gründete Vater Heiner Jansen das gleichnamige Unternehmen in Mülheim, das seitdem überaus erfolgreich am Markt agiert und sein Leistungsspektrum auf über 300 Quadratmetern Showroom-Fläche am Firmenstandort präsentiert. Seit 1999 bilden Vater und Sohn gemeinsam die Geschäftsführung der Full-Service-Agentur, die ihren Kunden ein komplettes Dienstleistungspaket bietet – vom aufwändigen Prägedruck bis hin zum Lager- und Versandservice.

ÜBERZEUGENDES MARKETINGANGEBOT

1959 wurde das Unternehmen Eduard Wolf in Nürnberg gegründet, das seit 1993 von Thilo Wolf in der zweiten Generation geführt wird und 1997 nach Fürth umgezogen ist. Der Geschäftsführer möchte vor allen Dingen den regionalen Markt in der wirtschaftsstarken Region rund um Nürnberg, Fürth und Erlangen stärker bedienen. „Nach interessanten und sehr informativen Gesprächen bin ich zu dem Schluss gekommen, dass uns DIE6 bei diesem Vorhaben hervorragend unterstützen kann. Das Marketingangebot hat mich überzeugt, außerdem schätze ich die Möglichkeit, sich mit anderen Unternehmen intensiv auszutauschen, so wie es im Verbund praxisnah gehandhabt wird“. Sowohl Thilo Wolf als auch Heiner und Torsten Jansen zeigen sich von der offensiven Marketingstrategie und dem umfangreichen Dienstleistungsangebot der DIE Promotion Service überzeugt. www.die6.de



Heiner Jansen (li.) und Torsten Jansen (re.) freuen sich zusammen mit Holger Kapanski (2 v. r.) und Heinrich Grübener auf die Zusammenarbeit im Werbemittelverbund DIE6. Foto: DIE6



Thilo Wolf wurde von Heinrich Grübener (li.) und Holger Kapanski nach erfolgter Beitrittsbeurkundung in die Mitte genommen.

Foto: DIE6

SO VIELSEITIG WIE DIE TEXTILE KETTE.

www.textile-network.de



textilenetwork

Ihr Begleiter in der Textilbranche!



KALENDER, UHREN, MESSGERÄTE

MASSGEBENDE PROMOTION

Die Produktgruppen dieser Rubrik sind allesamt Erzeugnisse, die sowohl in der Beliebtheits-, als auch auf der Nützlichkeitsskala weit oben stehen. Zwar sind auch Uhren eigentlich Messgeräte, nehmen in dieser Gruppe aber eine Sonderstellung ein. Und Kalender haben das ganze Jahr über Saison.

Alles mit Maß – so lautet eine der Maximen, die im 7. vorchristlichen Jahrhundert an der Tempelwand des Orakels von Delphi zu lesen waren. Dass die Philosophen unter den „alten Griechen“ meist auch Mathematiker waren, ist kein Zufall, denn das altgriechische Wort „Mathēmata“ bedeutet schlicht „Wissen“. So sah man einen Zusammenhang zwischen der Ordnung der Welt und den Zahlen. Für den allen noch aus Schülerzeiten bekannten Pythagoras (geboren 570 vor Christus!), den Urvater von Mathematik und Naturwissenschaft, war die Zahl (und die ihr innewohnende Harmonie) Ursprung und Wesen aller Dinge. Neben anderen fundamentalen mathematischen Gesetzmäßigkeiten entdeckte er unter anderem auch das konstante Verhältnis zwischen der Länge der Saiten einer Leier und den musikalischen Grundintervallen. Soweit unser kurzer Exkurs zu den Anfängen der aller Messtechnik zugrundeliegenden Wurzeln. Etwas profaner, jedoch für unsere Branche ebenso bedeutend befassen wir uns auf den nächsten Seiten mit ‚maß‘-gebenden Werbeartikeln wie Messgeräten und Uhren sowie einem der Promotionsklassiker, dem Kalendarium. <



WERKZEUG IM MINI-FORMAT

Die Wasserwaage mit Schraubendreher aus dem Sortiment der Krüger & Gregoriades Im- & Export GmbH zeigt sich als extrem handliches Miniwerkzeug aus Metall, das außerdem noch zwei magnetische Bits (kreuz und schlitz) enthält. Geliefert wird es verpackt in einer Geschenkbox und eignet sich dank seiner Maße (ca. 12,8 x 1,3 cm) ideal als Give-away. Mehr interessante Angebote gibt es direkt beim Unternehmen. Ein breit gefächertes und stets aktuelles Sortiment ermöglicht es, Kundenwünsche differenziert zu erfüllen. Mehr als 900 Artikel sind ständig lieferbar, heißt es aus Hamburg.

PSI 47203 • Krüger & Gregoriades Im- & Export GmbH • Tel +49 40 731021-80
info@kg-hamburg.de • www.kg-hamburg.de

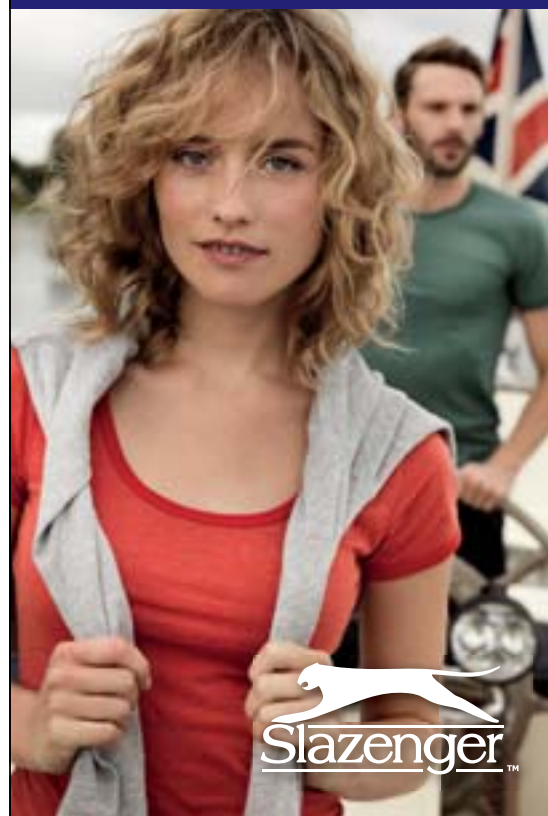
WEGWEISER IM GROSSSTADTDSCHUNGL

Kurs halten, Orientierung geben oder sagen, wo es lang geht. Dazu braucht man Begleiter, auf die man sich verlassen kann. Wie diesen Kompass mit rutschfestem Soft-Grip-Überzug und stabilem Karabinerhaken zum Anhängen von Schlüsseln aus der Troika Design Werkstatt. Dank übersichtlichem Zifferblatt lässt sich die Richtung auf einen Blick ablesen – für klare Ansagen auch im Großstadtdschungel. Die Werbeanbringung erfolgt per Druck auf Rückseite und/oder Gravur auf dem Karabiner. Ab einer Bestellmenge von 100 Stück ist die Gravur zudem kostenlos.

PSI 46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 95110
a.bauer@troika.de • www.troika.org



**DISCOVER
OUR 50 NEW
STYLES**





RUNDUM BESCHIED WISSEN

Bewegungstracker und Kalorienberechner sind voll im Trend. Jeder will wissen, wie viel er sich bewegt, wie tief der Schlaf war und wie viele Kalorien er verbrannt hat. So wird der ganze Tag hindurch gemessen und vieles kann anschließend optimiert werden. Doch warum sowohl ein Tracking-Armband als auch eine Uhr am Handgelenk tragen? Der Avenue Field Aktivitäten Tracker verbindet eine hochwertige Digitaluhr mit allen Funktionen, die ein Tracking-Armband haben muss: vom Schrittzähler über das Messen des Schlafverhaltens bis hin zu den verbrannten Kalorien. Alle gemessenen Daten sind dann übersichtlich in einer kostenlosen App für iOS und Android verfügbar. So ist nicht nur die Uhrzeit immer im Blick, sondern auch die eigenen Aktivitäten über den Tag verteilt.

**PSI 40660 • PF Concept Deutschland GmbH • Tel +49 2822 960-0
info@de.pfconcept.com • www.pfconcept.com**

HANDLICHER COUNTDOWNER

Der nächste Advent kommt bestimmt. Und der kleine XS-Adventskalender von Jung erzielt dann große Werbeerfolge. Gefüllt mit 24 Brandt-Knusperkugeln oder mit 24 Gubor-Knusperkugeln sorgt er auch bei kleinen Budgets für viel Werbewirkung. Der handliche Countdowner in Vollkartonhülle zum Preis von rund einem Euro wird vierfarbig schon ab 330 Stück angeboten. Mit den beiden starken Marken Brandt und Gubor als Inhalt schafft der Werbende zudem Vertrauen und Sympathie zu diesem für alle Einsatzzwecke idealen Give-away. Der XS-Adventskalender ist auch als Mailingverstärker oder Weihnachtskarte, die schon zum 1. Dezember ankommt, ein echter Hit.

**PSI 41545 • Jung Bonbonfabrik GmbH & Co KG • Tel +49 7042 9070
zentrale@jung-europe.de • www.jung-europe.de**





Die Handschrift der Werbung

FASHION



Fashion SI VIS
0-0134 SI VIS



Fashion SI VIS
0-0134 SI VIS



WECKRUF INS BLAUE

Mit dem Wecker „Modern Retro“ bringt Inspirion Farbe ins Schlafzimmer. Allein das Design ist etwas für Aufgeweckte, denn der Wecker überzeugt durch seinen stylischen Retro-Look sowie die blauen Applikationen und Bedientasten. Der Alarm wird über das Retro-Läutwerk ausgelöst. Bei Bedarf lassen sich zwei Weckzeiten sowie Weckintervalle für verschiedene Wochentage einstellen. Dank Snooze-Funktion werden Schlafmützen im Fünf-Minuten-Takt sanft aus den Federn geholt. Der Retro-Wecker verfügt über eine digitale Zeit- und Datumsanzeige. Und dank der blauen Hintergrundbeleuchtung weiß man auch nachts, was die Stunde geschlagen hat. Die Lieferung erfolgt in einer Geschenkbox.

PSI 42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 5227-0

info@inspirion.eu • www.inspirion.eu • www.promotiontops.de



FITNESSBAND IM UHRENDISEIGN

Die „Smart-Fit“ von Kasper & Richter besitzt alle technischen Raffinessen eines Fitnessarmbands und überwacht die körperlichen Aktivitäten selbst während des Schlafs. Der smarte Activity-Tracker im Uhrendesign kann entweder am Handgelenk an einem Armband oder ohne Band in der Tasche getragen werden. Dazu gibt's eine kostenlose App für Android und iOS. So zeigt die „Smart-Fit“ Schritte, zurückgelegte Distanz, Kalorienverbrauch sowie Uhrzeit mit Datum an, verfügt über einen Wecker mit Vibrationsalarm und benachrichtigt bei eingehenden Anrufen. Die Akkulaufzeit beträgt etwa 14 Tage. Die Werbefläche befindet sich auf Rückseite der Uhr (25 x 25 mm).

PSI 40043 • Kasper & Richter GmbH & Co. KG • Tel +49 9131 50655-0

info@kasper-richter.de • www.kasper-richter.de



LEICHTER DURCH DIE ZEIT

Die „Time Line Max“ ist eine Funkuhr mit großem, ausgesprochen übersichtlichem Display. So lässt sich die „Time Line Max“ auch von weitem gut ablesen und eignet sich besonders für den Eingangs- oder Empfangsbereich, das Wartezimmer und das Büro. Die klare Struktur der Funkuhr macht die Zeitorientierung einfacher. Durch den ausgeschriebenen Wochentag und das vollständige Datum wird die Funkuhr auch zur idealen Alltagshilfe für Senioren, Alzheimer- und Demenzpatienten. „Time Line Max“ empfängt die Uhrzeit über das DCF 77 Signals, was stets die aktuelle Uhrzeit und das aktuelle Datum garantiert. Die Umstellung von Sommer auf Winterzeit erfolgt ebenfalls automatisch. Der Wochentag kann in sieben Sprachen angezeigt werden.

PSI 41875 • TFA Dostmann GmbH & Co. KG • Tel +49 9342 308-0
info@tfa-dostmann.de • www.tfa-dostmann.de

TOP-PLAYER



MULTIFLOWER

Promotion Ideen für Wachstum

Industriestraße 88 • D-69245 Bammental
Fon +49 (0) 6223 - 86 65 6 - 0 • Fax +49 (0) 6223 - 86 65 6 - 10
www.multiflower.de • info@multiflower.de



Jetzt GRATIS, den
neuen Katalog
anfordern unter
info@multiflower.de



rastal

Mittendrin
statt
nur dabei!

www.rastal-promotion.com

Champion 0,3 l

FÜLLT DIE STUNDEN MIT FARBE

Die Wanduhr „Happy Hour“ von TFA Dostmann ist ein echtes Highlight für jedes Zuhause, das Büro, das Wartezimmer, den Eingangs- oder Empfangsbereich und als Geschenk. Die „Happy Hour“ bereitet dem Stunden-einerlei ein Ende. Wer diese originelle Uhr an seiner Wand hängen hat, bekommt zu jeder Uhrzeit den Stundenzeiger in einer anderen Farbe präsentiert. Der extra flache Rahmen in matter Metalloptik unterstreicht den modernen Charakter der Wanduhr.

PSI 41875 • TFA Dostmann GmbH & Co. KG • Tel +49 9342 308-0
info@tfa-dostmann.de • www.tfa-dostmann.de



ALLES AUF EINEN BLICK

Egal ob privat oder beruflich, ein guter Überblick ist alles. Der digitale Tischkalender WT 2500 der Marke Technoline bringt Struktur in den Alltag und erleichtert die Organisation. Neben der automatisch fortlaufenden Monatsanzeige einschließlich Kalenderwochen und Tagesmarkierung sind auch die Funkuhrzeit sowie die aktuellen Innentemperatur- und -luftfeuchtwerte übersichtlich dargestellt und schnell zu erfassen. Als zusätzliches Feature bietet der batteriebetriebene Kalender zwei Weckalarme mit Schlummerfunktion. Einmal hingestellt ist der WT 2500 zudem ein begehrtes Werbemittel – mit viel Platz für eine Werbeanbringung – das als dauerhafter Blickfang mit Sicherheit für große Aufmerksamkeit sorgt.

PSI 43817 • Technotrade Import-Export GmbH • Tel +49 3375 216050
info@technotrade-berlin.de • www.technotrade-berlin.de

EM 2016 FRANKREICH

Ihre Werbung auf Bällen & Sporttextilien



Eine runde Sache: ballprint steht für kreative Beratung, clevere Umsetzung und kompetente Herstellung in ISO zertifizierten Produktionsstätten. Im Mittelpunkt: Ihr Logo, Ihre Grafiken, Ihre Vorstellungen. So bleiben Sie der Optik Ihrer Marke treu und punkten bei jedem Spiel. Blitzschnell und extrem flexibel: Ob kleine oder große Auflage, wir produzieren Ihre Bestellungen professionell. Damit Ihre Ball-Spiel-Werbung ein Gewinn ist.

ballprint gmbh .Lange Mühren 1 . D-20095 Hamburg. Tel. (+49)40/30059139 Fax (+49)40/30059145 . Mail : info@ballprint.de

ballprint
www.ballprint.de

ÜBER 6.000

LAGERENDE PRODUKTE MIT 95% VERFÜGBARKEIT!

- IT und Multimedia Zubehör direkt vom Hersteller – Seit 25 Jahren
- Deutsche Qualitätsstandards
- Als Rohling oder inkl. Veredelung (Gravur / Druck) ab 25 Stück
- Lieferzeit inkl. Veredelung ab 5 Werktagen nach Auftragseingang
- Sonderkonfektionierungen auf Anfrage
- DIN EN ISO 9001:2000 zertifizierter Qualitätsservice

INTOS ELECTRONIC AG | Siemensstraße 11 | D-35394 Gießen | Tel.: +49 (0) 641 / 9726 - 200 | E-Mail: kabel@intos.de



www.intos.de

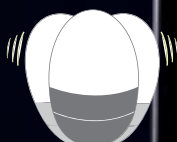
NACHTLICHT-EI



TROIKA®



TIMER-FUNKTION:
6 MINUTEN LEUCHTZEIT



MIT STEHAUFMÄNNCHEN-FUNKTION

EGGTIVATE
Nachtlcht und Meetingtimer mit Erschütterungs-
sensor (6 Minuten Leuchtzeit) und Stehaufmänn-
chen-Funktion, weißes LED Licht, Aluminium/ABS

Auch als MEETINGTIMER verwendbar



UMBAUARBEITEN SICHER VORBEREITEN

Der Feuchtigkeits-Detector MD von Brennenstuhl hilft, bevorstehende Arbeiten im oder am Haus sicher auszuführen. Das Gerät bestimmt den Feuchtigkeitsgehalt von unterschiedlichen Untergründen. Holz oder Baustoffe wie z. B. Beton, Ziegel, Estrich, Gipskarton, Tapeten etc. sind kein Problem. Der Einsatz des Gerätes verhindert das versehentliche Anbohren einer Wasserleitung und schützt so vor Folgeschäden. Die Anzeige des Wertes erfolgt über das große LCD Display. Ein Akustischer Ton ergänzt jede Messung. Auf Wunsch besteht die Möglichkeit einer Veredelung.

PSI 41141 • Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. KG • Tel: +49 7071 8801-171
werbemittel@brennenstuhl.de • www.brennenstuhl.de

PERFEKTES TIMING IN DER KÜCHE

Ob Braten oder Frühstücksei – die Geschmäcker sind verschieden. Der Küchentimer „Touch’n’Cook“ von TOPiCO sorgt für die richtige Konsistenz von Speisen. Mit der Küchenuhr lässt sich die Zeit präzise einstellen. Der LED-Küchentimer besitzt eine digitale Anzeige für 99 Minuten und 59 Sekunden. Nach Zeitablauf erklingt ein Signalton. Die Bedienung ist einfach und erfolgt über Touchtasten auf dem Display. Eine Hintergrundbeleuchtung erscheint circa 30 Sekunden lang nach dem Berühren einer Taste. Zudem verfügt der Küchentimer über einen ausklappbaren Aufsteller auf der Rückseite. So haben Köchinnen und Köche die Zeit immer im Blick. Dank Magnet lässt sich die Uhr auch am Kühlschrank befestigen.

PSI 44327 • Topico Handels GmbH & Co. KG • Tel +49 421 52270
sales@topico.de • www.topico.de





UHREN IM WUNSCHDESIGN

Die Romanowski Design GmbH aus Berlin bietet originelle Uhren aus Papier (Tyvek). Diese sind wasserabweisend, recycelbar und reißfest. Die Uhren verfügen auch über eine Datumsanzeige. Die Batterie lässt sich zudem einfach wechseln. Romanowski produziert die Uhren ganz im gewünschten Design, auch bereits ab kleinen Stückzahlen „innerhalb kurzer Zeit“. Alle Uhren werden in Deutschland in Handarbeit produziert. Dies alles macht die Chronometer zu extrem flexiblen, innovativen Werbeträgern, die mit ihrer Werbung immer im Blick des Trägers oder der Trägerin sind und sehr vielseitig eingesetzt werden können. Außer Uhren fertigt das Unternehmen auch Geldbörsen, Smartphone-Hüllen, Kreditkartenetuis, Federtaschen und weitere Artikel aus dem Werkstoff Papier.

PSI 44359 • Romanowski Design GmbH • Tel +49 30 64493417
romanowski-design@t-online.de • www.romanowski-design.com



OSTER SPECIALS



MY M&M'S®
BAG 10g

NEU



**Bereits ab
3.700 Stück!**

- Ihr Bild
- Ihr Logo
- Ihre Botschaft



**MAXI-, MIDI-, MINI-
OSTERHASEN**

→ 40g, 20g, 6g



**Süße
Werbung**
Qualität + Wirkung

www.suesse-werbung.de

Wir informieren Sie gerne!
Service-Hotline: 07643/801-555



PRÄMIERTES DESIGN

Dieser Chronograph überzeugt mit modischem Design und Funktionalität – eine exklusive und hochwertige Werbegabe für besondere Kunden. Die wasserdichte Uhr verfügt über eine Datumsanzeige und zwei Zusatzziffernblätter. Klassische Elemente wie das schwarze Echtleder-Armband und das Edelstahlgehäuse vermitteln zeitlose Eleganz und Beständigkeit. Das reduzierte Design und der All-Black-Look verleihen der Uhr eine urbane Optik. Diese exklusive Kombination wurde 2015 sogar mit einem IF Design-Award prämiert. Yink graviert dieses edle Produkt mit dem Wunsch-Logo auf dem Stahlgehäuse.

PSI 48779 • Yink – sprd.net AG • Tel +49 3413929440
service@yink.com • www.yink.com

FITNESS IM BLICK

Mit der fitbit Fitnessuhr „Charge“ präsentiert Lehoff ein high-performance Activity-Armband, das den real-time Fitness-Status des Nutzers sowie die Telefonnummer von Anrufern anzeigt. So bleibt man/frau immer auf dem Laufenden. Der smarte Aktivitätsmesser trackt Schritte, zurückgelegte Strecke, verbrannte Kalorien, erklommene Etagen und die Anzahl der aktiven Minuten. Außerdem überwacht er den Schlaf (inkl. Schlafrhythmus und stummem Vibrationsalarm). „Charge“ ist spritzwassergeschützt und verfügt über bis zu 7 Tagen Akkulaufzeit. Mit dem komfortablen Armband lässt sich die fitbit App (für iOS/Android/WindowsPhone) kostenlos nutzen. Über die weiteren Features informiert Lehoff gerne detailliert.

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





SICHER IST SICHER

Unter der Rubrik „Messgeräte“ stellt Macma ein kurioses Fabrikat vor: einen digitalen Alkoholtester mit integriertem Zigarettanzünder und USB Ladekabel. Der Tester zeigt Alkoholgengen ab 0,01 Promille an. Ab einem Alkoholwert von 0,5 Promille löst das Gerät klugerweise einen Alarm aus. Der elektrische Zigarettanzünder wiederum bringt auch bei Wind und Wetter eine Zigarette jederzeit um Glühen. Die Werbung platziert Macma per Druck auf das Gerät.

PSI 40909 • Macma Werbeartikel oHG • Tel +49 911 9818133
verkauf@macma.de • www.macma.de

pillow®

pillow das neue 150 cm
lange flexible
Rollmaßband im
Miniformat



*hoechst***mass**®

Seit 100 Jahren Maßbänder und Rollbandmaße

Hoechstmass Balzer GmbH

Wiesenstraße 13
D-65843 Sulzbach/Ts.

Telefon 0049 - 61 96/50 05-0
Telefax 0049 - 61 96/50 05 55

e-mail: info@hoechstmass.com
www.hoechstmass.com

www.youtube.com
Hoechstmass Balzer - Messefilm

AKTIVITÄT AM HANDGELENK

Das fitbit Aktivitäts- und Schlafarmband „Flex“ ist ein schmales, betont modisches Armband, das tagsüber Schritte, Strecke und verbrannte Kalorien aufzeichnet. In der Nacht verfolgt es den Schlafrhythmus und morgens weckt es geräuschlos. Anhand der Lämpchen sieht man, wie nahe man seinem persönlichen Ziel schon gekommen ist. Das smarte „Flex“ – die ideale Motivation, sich mehr zu bewegen und aktiver zu werden.

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



TEMPERATURKONTROLLE

Zum Thema Uhren und Messgeräte offerieren die Experten des Unternehmens Spranz eine starke „Wohlfühlstation“ mit Innen- und Außenthermometer (inklusive Funkaußensensor). Damit ist die lokale Temperatur jederzeit unter Kontrolle. Ebenfalls im Gerät integriert: die präzise funkgesteuerte Digitaluhr (DC77) mit Datumsanzeige. Schon rein optisch eignet sich diese „Wohlfühlstation“ als Designalternative für das Office, den Schreibtisch oder zuhause. Geliefert wird im Designkarton. (Die zum Betrieb nötigen AA Batterien können nach Wunsch ebenfalls mitgeliefert werden.)

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



**Meet Valuable
New Customers for Your Products**
A unique Event Introducing You to the
Top Distributors in the UK

Stand No: **9M03**

www.sourcingcitymarketplace.co.uk

Sourcing City Customers have a Collective Spend of Over £500*million

To Find Out More, Please call Liz or Andrea
on 0044 1252 701034 or e.mail: liz@sourcingcity.co.uk

Weds 21st & Thurs 22nd September 2016
at FIVE Show Centre, Farnborough, UK - 30 mins from Heathrow

Sourcing City are founding members of PromoAlliance with PSI & ASI



*Easter advertising
sweets offer*

 **Chocolate Fried Egg 65 g**
Cat. No 0475



6 Easter Eggs with Orange Yolk 65 g 
Cat. No 0476



www.slodkieupominki.pl

SLODKIE  UPOMINKI


**HAPPY
EASTER**



BARBARA HOFMANN COSMETIC PINSEL GMBH

ANSPORN FÜR NEUE KREATIVE KONZEPTE

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel? Dann, wenn er auf die Zielgruppe abgestimmt ist und ins Schwarze trifft. Wenn er dazu noch ungewöhnlich und überraschend ist, umso besser. Warum also nicht auch einmal ein Kosmetikpinsel. Dass es funktioniert und das Konzept aufgeht, zeigt das Beispiel der Barbara Hofmann Cosmetic Pinsel GmbH.

Seit 30 Jahren ist das familiengeführte Unternehmen am Markt. Die Barbara Hofmann Cosmetic Pinsel GmbH produziert und vertreibt hochwertige Kosmetikpinsel und -accessoires. Einer gleichbleibend hohen Qualität, feinsten Materialien und einer sorgfältigen Verarbeitung der Produkte gilt dabei das größte Augenmerk. Schließlich wird am Standort Fliesen, nahe Fulda, zum Teil noch in Handarbeit gefertigt. Den Schwerpunkt auf ein Kosmetikpinsel-Programm zu legen, zu dem heute fünf exklusive Serien gehören,

war keine Idee der ersten Stunde, sondern vielmehr eine konsequente Entwicklung. Sehr schnell hatte sich herauskristallisiert, dass trotz eines wachsenden Unternehmens der weitere Erfolg lediglich durch eine Spezialisierung des Angebotes zu gewährleisten war.

AM ANFANG STAND EINE VISION

Begonnen hatte alles 1985 mit einer Vision des Firmengründers Lothar Thamm, dem Vater und Schwiegervater der heutigen geschäftsführenden Gesellschafter. Er startete mit einem Unternehmen für To-

ilettenartikel. Die „Barbara Hofmann Vertriebsgesellschaft für internationale Parfümeriewaren mbH“ war geboren. Zum Repertoire zählte damals kosmetisches Zubehör für Drogerie- und Parfümerieartikel. Im Zuge der Spezialisierung auf Kosmetikpinsel wurde das Unternehmen im Dezember 1989 in „Barbara Hofmann Cosmetic Pinsel GmbH“ umbenannt, nicht zuletzt um auch nach außen deutlich zu machen, wo künftig die Fachkompetenz liegen würde.

EIN UNTERNEHMENSZIEL MIT HOHEM ANSPRUCH

Bei einfach nur einer Spezialisierung sollte es jedoch nicht bleiben. Vielmehr gab es sehr schnell ein definiertes Unternehmensziel: „der“ kompetente Anbieter für Kosmetikpinsel in Europa zu werden. Dafür wurde eine Strategie entwickelt, die unter anderem auch eine kontinuierliche Messepräsenz mit klar konzipierten Ständen auf namhaften Messen vorsah, wie zum Beispiel Beautyworld Frankfurt, Beauty Düsseldorf, Cosmeeting Paris oder Cosmoprof Bologna. Von Unternehmensseite wird dies als „ein wichtiger Meilenstein unseres Erfolges“ bezeichnet. Schnell wurde klar, dass im Export ein enormes Wachstumspotential liegen, andererseits aber ganz neue Herausforderungen auf das Unternehmen zukommen würden. Gefragt war

jede Menge Flexibilität, sich auf neue Märkte und ihre Gepflogenheiten einzustellen. In diesem Zusammenhang machte die Barbara Hofmann Cosmetic Pinsel GmbH sehr schnell einen Schlüssel zum Erfolg aus: Sprache. Mit Englisch, Französisch, Niederländisch, Polnisch und Italienisch verfügen die Export-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter über die wichtigsten Landessprachen. Fast gleichzeitig nahmen die Anforderungen an Logistik und elektronischen Datenverkehr zu. EDV-Anpassungen und kontinuierliche Schulungen sind längst zu einer permanenten Aufgabe geworden. Termingenaue Anlieferungen bei den mittlerweile in ganz Europa ansässigen Kunden nach deren individuellen Anweisungen in alle Länder, zum Teil auf Spezial-Paletten und mit entsprechenden Barcode-Etiketten, gehören lange schon zum Tagesablauf. Ebenso wie die zum Teil seit Jahren gefertigten kundenindividuellen Eigenmarken.

WERBEARTIKELBRANCHE

ALS ZUSÄTZLICHES STANDBEIN

Ein zusätzliches Standbein ist im Laufe der Jahre auch die Werbeartikelbranche geworden. Hier hat sich die Barbara Hofmann Cosmetic Pinsel GmbH einen beständigen Kundenkreis erschlossen, für den das Unternehmen immer wieder neue Ideen und Konzepte entwickelt – ganz nach Kundenwunsch und sehr individuell. Der Erfolg gibt den Profis aus Fliesen recht: „Der Kosmetikpinsel als ein besonderer, ungewöhnlicher Werbeartikel hat schon viele Kunden angenehm überrascht. Als besonderer Messeplatz ist die PSI Messe in Düsseldorf für uns unverzichtbar geworden“, heißt es dazu von Unternehmensseite.

VERLÄSSLICHKEIT UND SICHERHEIT

ALS WICHTIGE ASPEKTE

Eine ansprechende Produktauswahl ist das eine. Den langfristigen Erfolg macht jedoch mehr aus. Für die Barbara Hofmann Cosmetic Pinsel GmbH spricht über ihre Produktpalette hinaus ihre Größe. „Für unsere Kunden sind wir als mittelständisches Unternehmen dank unserer Schnelligkeit, Zuverlässigkeit und unserer Entscheidungskompetenz in kurzen Wegen ein vertrau-



enswürdiger Partner. Straffe, kompetente Strukturen in allen Bereichen sowie eine solide kaufmännische Basis schaffen Planungssicherheit.“ Ein weiterer, immer wichtigerer Aspekt sei im Laufe der Entwicklung die Produktsicherheit geworden. Um den Anforderungen des Gesetzgebers und der sich ständig erweiternden Materialien gerecht zu werden, arbeitet das Unternehmen mit Experten der Branche zusammen. Produktprüfungen unabhängiger Labors von Hansecontrol in Hamburg und Fernost geben der Barbara Hofmann Cosmetic Pinsel GmbH und ihren Kunden Sicherheit. Die Fertigung der Produkte in BSCI zertifizierten Fabriken gewährleistet die Einhaltung internationaler Standards der Beschäftigten vor Ort.



VERANTWORTUNG

HAT VIELE GESICHTER

Das Fliedener Unternehmen sieht sich in der Verantwortung – und das in vielerlei Hinsicht: in unternehmerischer mit Blick

auf Produktqualität und Produktsicherheit, Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit, in sozialer als in der Gemeinde tief verwurzelt. So ist das Unternehmen mit gut 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein wichtiger Arbeitgeber in der Region. Einen besonders hohen Stellenwert nehmen zudem soziale Projekte ein. Nicht von ungefähr gehört das Unternehmen zu den Gründungsmitgliedern der Vereine „Kinder im Königreich“ sowie „Fliedener Tisch“ und betätigt sich seit vielen Jahren als Sponsor von dkms-live, SOS Kinderdorf und Greenpeace. Umweltschutz ist ohnedies ein wichtiges Thema. Wo immer es möglich ist, werden Verpackungen vermieden. Werden sie doch notwendig, wird auf recycelbare Materialien zurückgegriffen. Der Strom wird mittels einer Photovoltaikanlage selbst erzeugt. Energiesparende Beleuchtung und Heizsysteme entsprechen dem neuesten Standard.

ZWISCHENFAZIT UND PERSPEKTIVE

Gibt es nach 30 Jahren Firmenbestehen so etwas wie ein Zwischenfazit? „Wir können bei aller Bescheidenheit voller Stolz auf das Erreichte zurückblicken. Die Barbara Hofmann Cosmetic Pinsel GmbH bietet als internationale Adresse für innovative und trendige Produkte ein perfektes Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Vielzahl unserer langjährigen zufriedenen Kunden aus Fachhandel, Industrie und Werbeartikel bestätigen uns dies immer wieder“, ist aus Fliesen zu hören. „Das ist für uns nicht nur Lob, sondern auch Ansporn für neue, nie dagewesene kreative Konzepte.“ Die Zukunft kann kommen. <



Das servicestarke Gastromea-Team (v.l.): Maria Siewert (Sachbearbeiterin), Ursula Kubitz (Auftragsabwicklung und Druckvorstufe), Simone Steinherz (Konfektionierung), Nadine Sievers (Vertrieb), Ralph Kopschek (Technik und Versand); unten: Christian Darmstädter (Inhaber), Laura Steinmeier (Auszubildende zur Mediengestalterin).

GASTROMEIA

MIT INDIVIDUELLER WERBUNG ZUM ERFOLG

Bedruckte Trinkhalme, Zucker-Sticks mit Wunschdesign, Thermobecher und Pappbecher für den Kaffee zum Mitnehmen – Gastronomen und Hoteliere können sich bei ihren Gästen auf zahlreichen, durchaus auch ungewöhnlichen Wegen ins Gedächtnis rufen. Christian Darmstädter hat sich mit seinem Unternehmen GASTROMEIA auf genau solche Produkte spezialisiert und betreibt „Deutschlands erste Eventartikel-druckerei für Gastronomie und Hotellerie“.

Was macht den Erfolg einer Veranstaltung aus? Eine gute durchdachte Organisation. Was macht den Erfolg eines Restaurants aus? Das gute Essen, der aufmerksame Service, angenehmes Ambiente. Und was zeichnet ein gutes Hotel aus? Bequeme Betten, ein reichhaltiges Frühstücksbuffet, ein schöner Pool. Damit sich

der Gast wohlfühlt, sind all diese Faktoren sicher wichtig, doch der Erfolg eines Gastgebers hängt vor allem davon ab, ob der Besucher das Haus in guter Erinnerung behält, ob er gerne wiederkommt und es sogar weiterempfiehlt. Das dezent angebrachte Logo auf Servietten, Bestecktaschen oder vielleicht der Trinkhalm im

Cocktail können genau dazu beitragen. „Gerade in kleinen und mittelständischen Betrieben wird das Thema Werbung jedoch häufig vernachlässigt“, stellt Christian Darmstädter fest.

LANGJÄHRIGE ERFAHRUNG

Der 41-Jährige weiß, wovon er spricht. Er arbeitete 16 Jahre lang als Fach- und Führungskraft in der gehobenen Gastronomie und Hotellerie, sammelte Erfahrungen im In- und Ausland und absolvierte staatliche Abschlüsse der Hotelfachschule und zahlreiche Abschlüsse mit den Schwerpunkten Marketing und Consulting. „Ich habe für die Häuser, in denen ich gearbeitet habe, oft lange nach verlässlichen Lieferanten gesucht, die Werbeartikel mit einem Firmenlogo bedruckt liefern können“, erinnert sich Darmstädter. So entstand die Idee für eine Werbeagentur, die sich auf kostengünstige Produkte für Gastronomie und Hotellerie spezialisiert hat.

ALLES AUS EINER HAND

2005 zunächst als ausschließliche Papierdruckerei für den gastronomischen Verbrauchsartikelmarkt gegründet, verlagerte sich der Fokus von GASTROMEIA bald auf die eigene Produktion von Werbemitteln für den deutschsprachigen Raum. Heu-



Heute verfügt das Unternehmen in seinem Online-Shop über fünf Hauptkategorien: Becher, Trinkhalme, Ess- und Trinkbares, Licht und Schatten sowie Papierdruck – allesamt Artikel, die – richtig eingesetzt – einen echten Mehrwert erbringen.

Das dezent angebrachte Logo auf Servietten, Bestecktaschen oder vielleicht der Trinkhalm im Cocktail können dazu beitragen, dass der Gast wiederkommt.



te verfügt das Unternehmen in seinem Online-Shop über fünf Hauptkategorien: Becher, Trinkhalme, Ess- und Trinkbares, Licht und Schatten sowie Papierdruck. „Das Besondere ist, dass nahezu alle Produkte, die hier eingestellt sind, bedruckt werden können“, betont Christian Darmstädter. Das Sortiment sei zu 85 Prozent individualisierbar, könne also auf die Bedürfnisse des einzelnen Kunden zugeschnitten werden, etwa mit dem Logo oder Schriftzug des jeweiligen Restaurants, Hotels oder des Gastgebers. Das Angebot von GASTROMEIA richtet sich grundsätzlich an die Werbemittelindustrie. „Unsere Produkte und unser Service zielen sowohl auf große Restaurant- oder Hotelketten ab als auch auf kleine und mittelständische Unternehmen sowie auf einzelne Veranstalter“, erklärt der Geschäftsführer. Jeder Kunde profitiert davon, dass er bei GASTROMEIA alles aus einer Hand erhalte. Ziel sei es, diese Produkte nur über den Werbemittelberater zu vertreiben.

ECHTER MEHRWERT UND NUTZEN

„Wir haben Artikel, die fast keiner kennt, aber richtig eingesetzt einen Mehrwert bringen. Ich meine damit zum Beispiel unseren Trinkhalmsticker. Richtig eingesetzt zieht dieser Sticker mehr Besucher an. Fragt ein Endkunde beim Werbemittelberater nach, möchten wir einfach, dass die Berater unsere Produkte kennen und damit dem



Endkunden für seine Veranstaltung zusätzlich einen echten Nutzen bringen. Dafür stellen wir auch alle nützlichen Verkaufsinstrumente zur Verfügung“, erklärt Darmstädter.

REICHHALTIG UND AUSSERGEWÖHNLICH

Die Kunden von GASTROMEIA profitieren von zwei Vorteilen: Einerseits können sie aus einem reichhaltigen Sortiment wählen, das sowohl die Gestaltung und Produktion von Eventartikeln – wie Ohrenstöpsel, Logo-Teelichter und ähnlichem – abdeckt, als auch Verbrauchsartikel wie Servietten, Bestecktaschen oder Zucker-Sticks mit individuellem Werbedruck bereithält. Andererseits gehören selbst außergewöhnliche Werbemittel wie bedruckte Trinkhalme, BIO-Pappbecher oder Mailingtüten mit individuellem Inhalt wie Tee, Gewürze oder angelieferte Inhalte zum Programm.

DER GAST ALS KUNDE

Dem Werbefachmann Darmstädter ist jedoch auch wichtig, dass sich der Blick der Branche ändert, dass Kunden als Gäste verstanden werden und demnach auch der Service entsprechend aussieht. „Tatsache ist, dass der Gast in einem Hotel oder Restaurant andere, in der Regel höhere Ansprüche an die Produkte und den Service hat, als der Kunde in einem Geschäft. Auf den Punkt gebracht, könnte man sagen, dass der Gast immer der schwierigste Kunde ist“, erläutert er. Die Definition von Dienstleistung müsse daher lauten, die Bedürfnisse des Gastes zu erkennen und darauf den Service auszulegen. „Und Gastgeber ist nicht nur der gehobene Gastronom oder Hotelier“, bemerkt Christian Darmstädter, „sondern auch der Betreiber einer Imbissbude oder eines Straßencafés, der Tankstellenpächter oder der Messeveranstalter.“ Mehr zum Unternehmen gibt es direkt über die Webseite der Spezialisten für individualisierte Event- und Gastronomieartikel zu erfahren. <

GASTROMEIA

Cups + Straws + Sweets & more
Bahnhofstraße 31
D-42781 Haan
Tel. +49 2129 5678-654
info@bedrucken-gastro.de
www.bedrucken-gastro.de



ULRICH UND PHILIPP MEHL

PIONIERE DER TEXTILVEREDELUNG

Beim Unternehmen Jura Textilgesellschaft mbH mit Sitz im schwäbischen Ofterdingen handelt es sich um einen Textilvertrieb und modernen Veredlungsbetrieb hochwertiger Werbetextilien. Von einem reinen „Frottierwaren-Produzenten“ entwickelte sich das Unternehmen binnen dreier Generationen zu einem internationalen Spezialisten, der sämtliche Aspekte des modernen Textilgeschäftes abdeckt. Ein in der Branche bekannter Erfolgsprotagonist dieser Entwicklung ist Ulrich Mehl, der sein Unternehmen mit viel Fingerspitzengefühl seit 1987 aufbaute und nun die Geschäftsführung in die Hände seines Sohnes Philipp gelegt hat.

Wir treffen Unternehmensgründer Ulrich Mehl und seinen Sohn und Nachfolger in der Geschäftsführung, Philipp Mehl, im Besprechungszimmer des Jura-Unternehmenssitzes in Ofterdingen am Rande der Schwäbischen Alb – eine Region, die eine lange Tradition in der textilverarbeitenden Branche besitzt. Dazu zählt auch das Unternehmen Jura, benannt nach der geologischen Formation dieses Landstrichs, die sich im aktuellen Logo in Form einer in diesen Geo-Schichten oftmals zu findenden Schnecken-Versteinerung auch bildlich niederschlägt. Die Wurzeln von Jura Textil gehen zurück auf den elterlichen Betrieb Ulrich Mehls, die im Jahre 1928 gegründete Frottierweberei Eugen Mehl in Mössingen. Diese gelangte unter dem eingetragenen Warenzeichen „Jura“ rasch zu überregionaler Bekanntheit. Anfang der 1980er Jahre rückten gestickte Veredelungen auch in den Blickpunkt der Werbemittelbranche. Da war Ulrich Mehl bereits im Werk seiner Eltern tätig. 1979 war er mit eingestiegen und hatte seine Kompetenzen auf dem Fachgebiet nach und nach erweitert und die Wertigkeit bestickter Frottierware als Werbeartikel erkannt. Mit der regelmäßigen Teilnahme an der PSI Messe – ab 1982 noch mit der Frottierweberei, später dann als Jura Textil – eröffnete sich für Jura ein neues, attraktives Geschäftsfeld, auf das man sich im Folgenden ganz konzentrierte. Damit zählen Ulrich Mehl und sein Unternehmen Jura auch zu den Pionieren in der Werbetextilbranche.

TRADIERTE WERTE

Im Zuge einer durch veränderte gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen notwendigen Umstrukturierung übernahm er schließlich 1987 die Geschäftsleitung der durch ihn neu gegründeten Jura Textilgesellschaft mbH. Das Unternehmen hatte sich bis dahin bereits einen Namen gemacht und durch hohe Qualität, Zuverlässigkeit und zügige Lieferzeiten einen treuen Kundenstamm erschlossen. Seit 1987 gelang es Jura nun auch als ebenso treuer Partner des Werbemittelhandels das Kundenspektrum Schritt für Schritt zu vergrößern. „An-

fangs konzentrierten wir uns noch auf unsere ursprünglichen Kernkompetenzen, das Besticken von und der Handel mit Handtüchern, Duschtüchern und Bademänteln. Durch die Spezialisierung auf die textile Werbung suchten und fanden wir allmählich gute Lieferanten und erweiterten unser Veredelungssortiment über Frottierwaren hinaus auch auf Werbetextilien im Bereich Oberbekleidung“, erzählt Ulrich Mehl. Beim Wachstum des Unternehmens kamen Jura auch die seit der Firmengründung von 1928 stets tradierten Werte wie Qualität und Zuverlässigkeit zugute. „Der offene wie ehrliche Umgang mit unseren Kunden war und ist der Schlüssel zu gegenseitigem Vertrauen“, betont Mehl die Gründe für eine kontinuierliche, auf stete Konsolidierung bedachte Weiterentwicklung seines Betriebs.

„DER ULI VON JURA“

Vor allem in den 1990er und 2000er Jahren war Ulrich Mehl einer der ersten, der mit seiner Stickmaschine auf zahllosen PSI- und Hausmessen über die bloße Präsentation von Produkten einen zusätzlichen Anziehungspunkt schuf und dadurch seinen Bekanntheitsgrad im Kreise des Werbemittelhandels sukzessive ausweiten konnte. Unvergessen bleibt auch sein erster Auftritt mit der Jura Textilgesellschaft mbH auf der PSI 1989, als er aus der Not eine Tugend machte und die zuvor leeren Stellwände seines Standes ebenso spontan wie publikumswirksam einfach mit Frottiertüchern behängte. „Das kam an und ermöglichte viele neue Kundenkontakte“, erinnert sich Ulrich Mehl. Mittlerweile hat er für fast alle bedeutenden Werbemittelhändler Deutschlands gearbeitet und ist den meisten auch sehr gut bekannt. Viele kennen ihn als „den Uli von Jura“. Und Jura wuchs. Was zu Gründungszeiten mit einem „Frottierhandel in der Garage“ begonnen hatte, entwickelte sich nach und nach zu einem leistungsfähigen Kompetenzzentrum für Textilien und Veredelungen mit internationalem Format. 1999 wurde ein eigenes geräumiges Unternehmensgebäude am Standort Ofterdingen errichtet, verkehrsgünstig unweit von Stuttgart gelegen.



EXKLUSIVE KOLLEKTIONEN

Hier ging man die Aufgaben der Zukunft zielstrebig an. „Dabei waren wir immer bemüht, unser Marken- und Produktportfolio auszubauen. Bis heute gelang es uns, stetig neue renommierten Textilhersteller und eine neue Handelsmarke ins Sortiment einzugliedern“, so Ulrich Mehl. „Die Kundenwünsche werden immer spezifischer. Das erfordert eine breitere Produktpalette“, ergänzt er. Dies war mit einer der Gründe, auch eine eigene Marke einzuführen. Unter dem Label „Ammonit“ (ebenfalls der örtlichen Geologie entstammend) bietet



Jura Textil dem Werbemittelmarkt nun Sonderproduktionen fair und ökologisch in Europa produziert an. „Die Ware wird in der Türkei gefertigt, was im Vergleich zu der herkömmlichen, aus Fernost importierten wesentlich schnellere Lieferzeiten bedeutet. Außerdem führen wir hier auch selbst die Warenendkontrolle durch. Im Rahmen der Markenstrategie bei Jura sind wir bestrebt, auch kleinere, dafür umso flexiblere Labels im Markt zu lancieren. Beispiel hierfür ist die betont sportliche Kollektion der schwedischen Marke Matterhorn, die wir exklusiv für Deutschland vertreiben“, erläutert Philipp Mehl, der im Zuge des Generationenwechsels dabei ist, die Firma schrittweise aus den Händen seines Vaters zu übernehmen und bereits Anfang des Jahres 2015 die Geschäftsführung übernommen hat.

GEMEINSAME ENTSCHEIDUNGEN

Der Sohn agiert seit 2008 im elterlichen Unternehmen. Er studierte an der dualen Hochschule Stuttgart Betriebswirtschaftslehre mit Fachrichtung Industrie. Zwar absolvierte er eine Ausbildung bei einem Reutlinger Großküchenproduzenten und hatte die Möglichkeit, dort eine Führungsrolle zu übernehmen, doch reizte ihn letztlich die Herausforderung, ein eigenes Unternehmen zu leiten. So entschied er sich dafür, den Betrieb seines Vaters einmal zu übernehmen. „Grundgedanke bei der Unternehmensfortführung war, einige Zeit an der Seite meines Vaters zu arbeiten, um alle Eigenheiten und Abläufe genau kennenzulernen“, so Philipp Mehl, der betont, wie wichtig ihm dabei die Unterstützung seines Vaters Ulrich war und ist. Pläne und

Entscheidungen werden gemeinsam entworfen, besprochen und getroffen. Dabei galt es zunächst, die auch für Jura Textil schwierige Phase des Wirtschaftstiefs im Jahre 2008 zu überwinden. „Trotz Kurzarbeit gelang es uns, keinen einzigen unserer zum Teil langjährigen Mitarbeiter zu entlassen“, berichtet Ulrich Mehl.

KLUGE INVESTITIONEN

Jura ging gestärkt aus der Krise hervor und konnte sich durch kluge Investitionen in Arbeitsfläche, Lager, Maschinenpark und Vertrieb kontinuierlich weiter entfalten. Im Jahre 2013 vergrößerte man die Kapazitäten des Firmengeländes um ein modernes Hochregallager mit 432 Palettenstellplätzen und damit auch den Logistik- und Dienstleistungsbereich, um für das Full-Service-Geschäft noch flexibler auf Kundenwünsche eingehen zu können. So hat



ULRICH MEHL IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Schönes Wetter! – Müsste eigentlich ein guter Tag werden.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Bei guter Stimmung und harmonischem Miteinander im Betrieb und privat.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Gute Gespräche und gutes Essen.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Nörgeleien und Termin-Druck.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Ehrlich gesagt – ich weiß es nicht.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

Relaxen bei guter Musik.

Vier Wochen Zwangsururlaub – wohin geht's?

Auf eine sonnige Insel.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für gutes Essen, gute Musik und guten Wein.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Manchmal schon.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er hält, was er verspricht.

Den besten, den Sie je bekommen haben?

Kann ich so nicht sagen.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Wenn er primitiv und nichtssagend ist.

sich Jura Textil in den vergangenen drei Jahren neu definiert und sich vom „Sticker“ zu einem breit aufgestellten Unternehmen entwickelt, das sämtliche Aspekte des Textilgeschäftes abdeckt: Vertrieb von Werbetextilien, Corporate Fashion, Berufsbekleidung, Taschen und Frottier – Veredelung per Stickerei, Siebdruck, Transferdruck und Digitaldruck – Design und Produktion von Private Label-Modellen und Kollektionen – Fulfillment-Dienstleistungen und Shoplösungen. Außerdem dehnte man das Geschäftsfeld über Deutschland hinaus auch auf den österreichischen und schweizer Markt aus. Auch im Bereich Sonderproduktionen ist Jura Textil mittlerweile in der Lage, flexibel auf detaillierte Design-Wünsche einzugehen – dies beispielsweise schon ab 300 Stück bei einem Polo-Shirt. Für die Umsetzung eines Top-Designs sorgt unter anderem auch eine eigene (nebenbei preisgekrönte) Modedesignerin, die nach Vorgaben hochwertige Fotomontagen von realisierbaren Modellen entwirft.

VERLÄSSLICHKEIT UND QUALITÄT

Derzeit beschäftigt Jura Textil 31 Mitarbeiter und bietet seinen Werbemittelpartnern einen umfassenden, von Verlässlichkeit und kompromissloser Qualität geprägten Service. Und die Kunden schätzen dies. „Unsere Partner im Werbemittelhandel sind bereit, für Qualität und Service auch angemessene Preise zu bezahlen“, so Ulrich Mehl. Nach dem Veredeln wird die Ware vor dem Verpacken und Versenden nochmals eigens kontrolliert. Bislang jedenfalls hat es Jura geschafft, seine Ansprüche zu erfüllen und jeden Kunden zufriedenzustellen. Um die Beratungsintensität noch zu erhöhen, beschäftigt das Unternehmen seit August 2015 mit dem in der Branche bekannten und erfahrenen Stefan Hafner einen eigenen Außendienstmitarbeiter, der die zahlreichen erklärungsbedürftigen Möglichkeiten der Textilien und derer Veredelungen den Kunden direkt vor Ort nahe bringt. Zusätzlich gibt's für die Kunden regelmäßig per Newsletter und E-Mail aktuelle Informationen. Auch um den Mitarbeiter-Nachwuchs kümmert man sich bei Jura als Ausbildungsbetrieb selbst. So besteht das aktuelle Team auch aus überwiegend eigenen „Jura-Gewächsen“.

ÜBERGABE MIT GUTEM GEWISSEN

Unter diesen Bedingungen konnte Ulrich Mehl sein sehr gut aufgestelltes Unternehmen auch besten Gewissens in die Hände seines Sohnes übergeben. Offiziell ist er zwar schon ab November 2015 Rentner, doch hat er damit, wie er berichtet, seine Arbeitszeit „nur“ von etwa 60 auf nun rund 40 Wochenstunden senken können. Nach wie vor agiert er aktiv an der Seite seines Sohnes und betreut langjährige Kunden. Gerne sieht ihn Philipp Mehl auch noch als Ratgeber, der „mit seinen Erfahrungen die Unternehmensgeschichte weiter beeinflussen“ kann und darf. Allerdings bleibt nun auch etwas mehr Zeit für vier Enkel und seine Hobbies Tischtennis und Radfahren. Seine Frau übrigens, Helena Bühler-Mehl, die zusammen mit Ulrich Mehl Jura Textil einst gründete, ist nach wie vor beratend für das Unternehmen tätig: Als Gesellschafterin und selbstständige Steuerberaterin kümmert sie sich gewissenhaft um die Finanzen der Veredelungsprofis von Jura Textil. www.jura-textil.de



SEE YOU AT IPSA AUTUMN 2016!
THE ONLY SPECIALISED PROMOTIONAL
AND MERCHANDISING INDUSTRY
EVENT IN RUSSIA AND CIS



**30TH INTERNATIONAL PROMOTIONAL
& MERCHANDISING INDUSTRY SHOW**

**30th
IPSA
AUTUMN**

**6-8
SEPTEMBER
2016**

CROCUS EXPO
MOSCOW, RUSSIA



ORGANISED BY



WWW.IPSA.RU

**IT'S
PROMO
TIME!**

© 2015 IPSA. RUSSIA

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



EINFACH GUT GEKLEIDET

Stil kann häufig auch Zurückhaltung bedeuten. Bei uma ist man der Überzeugung, dass sich von der Mode ziemlich viele Verbindungen zum Design der uma-Schreibgeräte knüpfen lassen. Der neue FASHION kann hierbei als eindrucksvolles Beispiel dienen: Als Basis dieses eleganten Druckkugelschreibers dient ein kerzengerader, gedeckt glänzender Schaft, der einzig in Schwarz oder Weiß erhältlich ist: schlicht und einfach, einfach schlicht. Dieses farblich reduzierte Gehäuse wurde dann mit einem transparent glänzenden, geraden Clip versehen, der in über zehn Farbvariationen erhältlich ist und so als schicker Kontrast wirkt. Das verleiht dem FASHION das gewisse Extra und seine besondere Note – nicht von ungefähr erinnert der Clip an die Bindung einer Krawatte, die die Persönlichkeit ihres Trägers charmant, aber aufmerksamkeitsstark zur Geltung bringt. Ist das nicht eine optimale Plattform für stilsichere Werbebotschaften? Der FASHION eignet sich besonders für eine Veredelung im Digitaldruck, so lässt sich der komplette Schaft individuell „einkleiden“. Natürlich sind auch weitere Werbe-Platzierungen (z. B. auf dem Clip) möglich. Langanhaltenden Schreibgenuss über 4.000 Meter sichert auch die bewährte uma TECH Refill Mine mit Neusilberspitze, Wolframkarbidkugel und der nach ISO-Norm gefertigten Paste.

PSI 41848 • UMA Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 7832 707-0

info@uma-pen.com • www.uma-pen.com

NEU: DAS LANYBOOK LIEBHERR

Lanybook powered by Lediberg Group ist die Marke, der Marken vertrauen. Viele große Marken und Qualitätsunternehmen setzen ein Lanybook als Kommunikationsmittel und Imageträger ein. Sie produzieren Qualität und setzen auch in der Außendarstellung auf Produkte, die diese Qualität unterstützen. Das Lanybook gibt ihnen die Sicherheit, dass ihr Budget sinnvoll eingesetzt ist. Neues Mitglied der Lanybook-Serie ist das Lanybook Liebherr. Es hat ein Tucson Hardcover mit einer vollflächigen Prägung. Das Buch ist auf jeder Seite mit einem Logodruck versehen. Besonders hervorzuheben ist die abgesetzte Naht auf der Buchdecke, die den Buchrücken vom Cover trennt und so das Lanybook noch einmal eleganter und exklusiver werden lässt. Die Lieferzeit beträgt laut Lediberg 6 bis 8 Wochen, die Mindestbestellmenge sind 300 Stück. Jedes Lanybook wird selbstverständlich mit FSC zertifiziertem Papier geliefert und erfüllt auch in dieser Hinsicht die höchsten Voraussetzungen für einen schonenden Umgang mit der Umwelt.

PSI 42438 • Lediberg GmbH • Tel +49 5261 606-0

info@lediberg.de • www.b2b.lanybook.com



FLEXIBLE TASCHENLAMPE

Wer kennt es nicht? Ein bisschen Handwerkern im Haus und schon ist eine Schraube oder ein Nagel in den Untiefen des Teppichs verschwunden. Die Griplight Taschenlampe schafft hier auf vielerlei Arten Abhilfe. Als Taschenlampe leuchtet sie nicht nur alles mit drei hellen, weißen LED-Lampen aus. Die Lampe verfügt über eine Teleskopfunktion, mit der man den Kopf der Lampe auf über 56,6 Zentimeter ausfährt und so auch in die entlegeneren Winkel gelangt. Der flexible Teleskopkopf ist zudem magnetisch. Somit ist diese Taschenlampe vielfach einsetzbar. Sie ist in den Farben Blau, Silbermetall und Schwarz erhältlich.

PSI 40511 • Clipper • Tel +31 492 530230

info@clippergifts.com • www.clippergifts.com



KNACKIGE BOTSCHAFTEN BECHERN

Mit einer innovativen Verpackungsidee kam die Jung Bonbonfabrik zur PSI: der Werbe-Becher. Nachempfunden dem klassischen Eisbecher, wie ihn Groß und Klein vom Italiener kennen, bietet er rundum eine großzügige Freifläche für stilvolle Werbebotschaften. Gefüllt ist der kleine Naschvorrat mit 45 Gramm knackigen Schoko-Erdnüssen, die durch eine Frischeversiegelung über einen Alu-Aufreißdeckel geschützt sind. Lieferbar ist der Becher wahlweise mit komplett umliegender Werbebänderole oder direkt bedruckt, jeweils im 4c-Druck. Infos und Muster können beim Jung-Beraterteam angefordert werden.

PSI 41545 • Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG • Tel +49 7042 9070

zentrale@jung-europe.de • www.jung-europe.de



Die feinsten süßen Werbeartikel



Schokoladengenuss
und viele weitere Süßwaren



**Kaiserstuhl Chocolaterie
GmbH & Co. KG**
Ersteiner Str. 10a
79346 Endingen
Tel. +49 (0) 7642 90 00 90
info@kaiserstuhl-chocolaterie.de
www.kaiserstuhl-chocolaterie.de



DURCH DICK UND DÜNN

Das neue formschöne Zangengriffmesser SECUPRO 625 hat einen hohen Anspruch: Premium. Dafür wartet es mit einem besonders hochwertigen Griff aus Aluminium, einer großen Schnitttiefe und einem vollautomatischen Klingenrückzug auf, der die Klinge nach dem Schnitt augenblicklich im Griff verschwinden lässt und so sicher vor Schnittverletzungen schützt. Der Klingenwechsel geht leicht und zügig von der Hand. Ein Öffnen des Griffs ist nicht nötig, da man mithilfe von Klingenwechselknopf und Hebel die gebrauchte Klinge geradezu „serviert“ bekommt, um sie problemlos entnehmen zu können. Ebenfalls komfortabel: die MARTOR-Schulungs- und Anleitungsmedien, die den Kunden nach dem Kauf bei allen Schneidarbeiten begleiten.

PSI 40111 • MARTOR KG • Tel +49 212 25805-0

info@martor.de • www.martor.com

AUF KNOPFDRUCK SCHRAUBEN

Auf Knopfdruck die wichtigsten Schraubwerkzeuge zur Hand zu haben, das geht kinderleicht mit dem Kraftform Kompakt 28 von Wera. Im ergonomischen Kraftform Griff finden sich sechs integrierte Bits mit den gängigsten Schraubprofilen. Der ebenfalls enthaltene Edelstahl-Bithalter mit Sprengring und Dauermagnet sorgt für eine blitzschnelle Verbindung der Bits mit dem Handgriff. Kleines Extra: Die Sechskantgeometrie am Griff verhindert ein ungewolltes Wegrollen des Werkzeugs. Zu haben ist das phänomenale Werkzeug in einer hochwertigen Geschenkverpackung, die ab 100 Stück mit kundenindividuellem Logo-Druck versehen werden kann.

PSI 48078 • Wera Werk • Tel +49 202 4045144

matuschek@wera.de • www.wera.de



MUSIKALISCH UNTERWEGS

Der Bluetooth Lautsprecher HEJU Tilia transportiert Musik vom Smartphone ganz unkompliziert überall mit hin. Ein perfektes Werbemittel für jedes Firmenlogo. Der HEJU Tilia besticht mit seiner Diabolo-Form und einem bedruckbaren Silikonring in der Mitte, der in allen Wunschfarben erhältlich ist. Beim Speaker aus Kunststoff kann zwischen den Farben Schwarz, Weiß, Rot und Blau gewählt werden. Der Speaker ist 65 mal 66 Millimeter groß, die Werbefläche auf dem Silikonring 30 mal 20 Millimeter. Auch ohne Smartphone kann mit einer Micro-SD-Karte Musik gehört werden. Zusätzlich besitzt der HEJU Tilia noch eine Radiofunktion und eine Freisprechfunktion.

PSI 48108 • KMS Kafitz Medienservice GmbH • Tel +49 2234 9908-0

rk@kms.eu • www.kms.eu



GÜTEKLASSE A

Die kompetente Beratung, der zuverlässige Lieferservice sowie die großzügige Produktgarantie, die sich zeitlich unbeschränkt auf jeden Material- und Fabrikationsfehler erstreckt, macht das erfolgreiche Werben mit Produkten von Victorinox zu einer sicheren Angelegenheit. Die Schweizer Messer- und Ideenschmiede bietet Klassiker im modernen Look in einer extrem breiten und tiefen Vielfalt für jede Zielgruppe. Allein bei den Mehrzweck-Tools sind mehr als 250 Modelle verfügbar und bei den Haushalts- und Berufsmessern deren 150. Dazu kommt eine Vielzahl von Farb- und Materialvarianten bis hin zum Customizing. Bei den sechs angebotenen Veredelungsmöglichkeiten wird ebenfalls Wert auf Best-in-Class Standard gelegt. Die Victorinox Tamponprints verfügen mit dem applizierten Schutzlack über ein Alleinstellungsmerkmal erster Güte.

PSI 44281 • Victorinox AG • Tel +41 41 8181211

B2B.ch@victorinox.com • www.victorinox.com

„EINER GEHT NOCH“

Emaille ist weiterhin stark im Trend. Der authentische, traditionsreiche Werkstoff überzeugt nicht zuletzt wegen seiner funktionellen und extrem langen Nutzung, welche die Marktforderung Nachhaltigkeit geradezu optimal erfüllt. Ein nützliches Präsent zur Partytime ist die Schnapskelle (nach dem Vorbild der Maurer-Kelle) mit Schnapsgläsern und Klingel. Lieferbar ist sie in verschiedenen Farbausführungen und mit oder ohne Emailleschild „Einer geht noch“. Eine farbliche Sonderausführung ist ab 100 Stück möglich.

PSI 48938 • Münder-Email GmbH • Tel +49 5043 973660

r.weber@muender-email.de • www.muender-email.com



Wenn's heiß her geht:
Kühltaschen

food
grade



HALFAR
Starke Taschen.

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



MODERN WERBEN

Die neuen Druckkugelschreiber STABILO style und STABILO style metal tragen ihre Namen zu Recht. Ausgestattet mit extra dickem Komfortdrücker überzeugen die beiden Schreibgeräte moderne Zielgruppen mit Design- und Komfortanspruch. STABILO style und STABILO style metal zeichnen sich durch einen komfortablen, extra breiten Drücker aus, der das moderne Design ideal abrundet. Auch qualitativ überzeugen die Stifte mit Jumbo-Mine auf Anhieb. Die Version des STABILO style in Kunststoff mit Softtouch-Oberfläche beeindruckt zusätzlich durch besonders tolle Haptik. Erhältlich ist der STABILO style in sechs attraktiven Standard-Vollfarben sowie mit weißem Schaft und vollfarbigem Oberteil für besonders gute Sichtbarkeit der Werbebotschaft. Ab 5.000 Stück gibt es die Kunststoff-Version des STABILO style auch in Pantone-Farben. Die glänzende Metallversion ist mit edlem, schwarzem Drücker erhältlich. Die Werbebotschaft findet Platz auf dem Schaft und kann zusätzlich durch Reliefdekoration veredelt werden. Beeindruckende Varianten und Veredelungsmöglichkeiten mit Softtouch-Oberfläche und Reliefdruck machen den STABILO style zu einem ganz besonderen Werbemittel. So wird auch bei anspruchsvollen Zielgruppen garantiert Eindruck hinterlassen.

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



ORIGINELLES AUS FEINER SCHOKOLADE

Das Unternehmen Čokoladovny Fikar aus dem tschechischen Kurim ist spezialisiert auf individuelle Werbeprodukte aus Schokolade und bereits seit 1998 erfolgreich am Markt. Der Hersteller ist in der Lage, nahezu jede gewünschte Form und fast jegliche Formate aus dem süßen Genussmittel zu fertigen. Beispiele aus dem vielfältigen, mit ständigen Neuheiten bereicherten Produktportfolio des Unternehmens sind Schoko-Notebooks, -Autos, -Streichhölzer, -Flugzeuge und vieles mehr, mit denen Čokoladovny Fikar vornehmlich Kunden aus Werbeagenturen und dem Großhandel beliefert. Wer originelle Werbeideen aus Schokolade sucht, ist bei Čokoladovny Fikar genau richtig. Alle Produkte werden aus belgischer Schokolade hergestellt. Dank modernster Fertigungstechnologie modellieren die Tschechen beispielsweise auch sehr detaillierte Reliefs aus weißer Schokolade.

PSI 46874 • Čokoladovny Fikar s.r.o. • Tel +420 0541 231428
cokoladovny@fikar.cz • www.fikar.cz

viscom
frankfurt 2016

internationale fachmesse
für visuelle kommunikation

inspiring your business

2 | 3 | 4 november 2016
messe frankfurt

large format printing
signmaking

digital signage

POS display

POS packaging

interior design

Organised by

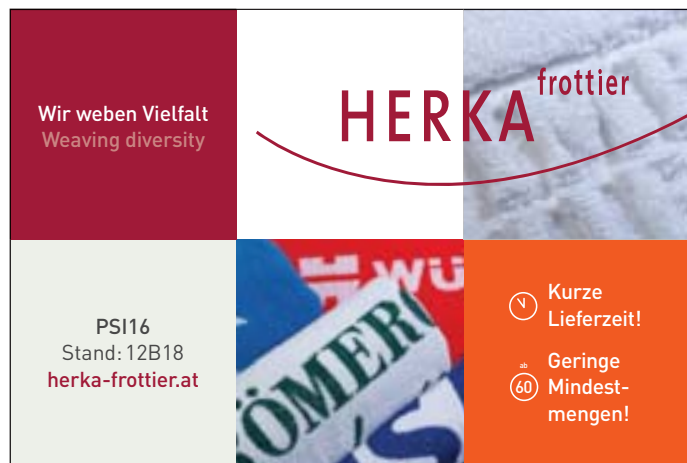
 Reed Exhibitions

www.viscom-messe.com

www.viscomblog.de

KURZE BOTSCHAFT, KLEINE PREISE, GROSSE WIRKUNG +++ DER PSI-KLEINANZEIGEN-MARKT +++ JETZT JE-
DEN MONAT NEU +++ EXKLUSIV IM PSI-JOURNAL +++ JETZT SCHON BUCHEN FÜR DIE NÄCHSTE AUSGABE +++
TEL.: +49 (0) 211-90191-114/-150 +++ FAX: +49 (0) 211-90191-180 +++ MAIL: VERLAG@PSI-NETWORK.DE

TEXTILIEN / TEXTILES



Wir weben Vielfalt
Weaving diversity

HERKA frottier

PSI16
Stand: 12B18
herka-frottier.at

Kurze
Lieferzeit!

Geringe
Mindest-
mengen!

PSI No. 46235

www.herka-frottier.at

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

SCHREIBGERÄTE / WRITING UTENSILS



UNSER BEITRAG ZUR
EM 2016

HAUFF
Schreibgeräte GmbH

Karlsruher Straße 31, D-78467 Konstanz
Fon: +49 (0) 7531 457 178 0
contacts@hauff-gmbh.de, www.hauff-gmbh.de

PSI No. 47160

www.hauff-gmbh.de


UMA
Die Handschrift der Werbung

GEO THERM

GEOS SI LUX

www.uma-pen.com

PSI No. 41848

www.uma-pen.comKUNSTSTOFF-ERZEUGNISSE /
INJECTION MOUDED PLASTIC PRODUCTS


STANDARD-MAGNETE aus Kunststoff

Diese und weitere Magnetartikel finden Sie in unserem Katalog oder unter
www.adamodesign.de
Darüber hinaus produzieren wir Sonderform-Magnete nach Ihren Wünschen.
Gerne senden wir Ihnen Muster zu.

adamodesign gmbh

Bundesstr. 13c • D-32694 Dörentrup • Tel. 0 52 65 / 74 74
www.adamodesign.de • info@adamodesign.de

PSI No. 42299

www.adamo-design.deSCHLÜSSELANHÄNGER UND CHIPHALTER /
KEY FOBs AND TROLLEY COINS


Einkaufswagenlöser
.de | .at | .ch

PSI-Nr. 49467

mit gratis Keyfinder-Funktion

Kontakt: Pinkey AG,
Sonneberger Straße 16, D-98744 Oberweißbach
☎ +49 (0) 3 67 05 - 6 50 00 ✉ info@pinkey.de

Sonderkonditionen für Eigenwerbung!

PSI No. 49467

www.keymortizer.de


REACH compliant

TRIGGI
Der Einkaufswagenlöscher

**Exklusiv bei
Pins & mehr**

Pins & mehr GmbH & Co. KG
Lechstrasse 10.8 • 86415 Mering / Germany
Fon: +49-8233-79312-0
info@pinsundmehr.de • www.pinsundmehr.de

PSI No. 46925

www.pinsundmehr.de

KALENDER / CALENDARS

arti group 1873
arti kalender & promotion service

DIE KALENDER WELT 2017

Bildkalender | Organisationskalender | Terminkalender | Notizbücher

Arti Kalender & Promotion Service GmbH
Carl-Bertelsmann-Straße 161 K
33311 Gütersloh
Tel.: +495241 80-88899
Fax: +495241 80-9525
info@arti-group.de
www.arti-group.de

Besuchen Sie unseren Stand auf der PSI!

Halle 10

F
10 F24
G

PSI No. 40661 www.arti-group.de

KUCHEN / CAKE

Die süßeste Überraschung aller Zeiten!

Unser handgefertigter Kuchen im Glas und die Gestaltung - so individualisiert wie Sie es wünschen.

Kathi

Über 1000 süße Möglichkeiten

www.mein-lieblingkuchen.de

PSI No. 49628 www.kathi.de

WERBE- UND PROMOTIONMATTEN / ADVERTISING AND PROMOTION MATS

PSI
Halle 12
Stand H23

WILLKOMMEN IN DER NEUEN DIMENSION

Unsere Promotion-Matten in bester Druckqualität müssen Sie gesehen haben! Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

www.promotion-mats.eu

KLEEN-TEX

PSI No. 43358 www.promotion-mats.eu

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

BAUMWOLLTASCHEN / COTTON BAGS

Stutz & Fischer GmbH

- Baumwolltaschen
- Non-Woven-Taschen
- Schürzen
- BW-Beutel
- Kordelzugbeutel
- BW-Rucksack

Fischer-Import GmbH

Tel.: 095 71-947 90 47
Fax: 095 71-947 90 48
verkauf@fischer-import.de
www.stutz-fischer-gmbh.de
Alte Coburger Str. 13 · 96215 Lichtenfels

WERBEARTIKEL

2015/16

Fordern Sie bitte den Hauptkatalog an!

PSI No. 42320 www.fischer-import.de

SÜSSWAREN / SWEETS

Der GUGL — das Glück darf auch klein sein

Die Einladung bei Freunden, der Dank an die Kollegen, der besondere Geburtstagsgruß, das einnehmende Kundengeschenk ... es gibt so viele Situationen, um jemandem eine Freude zu machen: Dafür gibt es jetzt den kleinen Gugl.

Mehr Infos und Bestellmöglichkeiten unter www.dergugl.de

DerGugl Manufaktur GmbH & Co. KG
Georgenstraße 58 80799 München
PSI-Nr.: 49620

DERGUGL

PSI No. 49620 www.dergugl.de

SPIELWAREN / TOYS

PSI 2016 / Halle 12 / Stand 12D19

Goliath Toys GmbH, Otto-Hahn-Straße 46, 63303 Dreieich
E-Mail: k.wanner@goliathgames.de, Tel.: 06103/459180

Goliath

PSI No. 49371 www.goliathgames.de



Frische Ideen in Plüsch!

SEMO
Plüschtierwelt

TRIGON Deutschland GmbH
Kränkelsweg 28 · D - 41748 Viersen · Tel. 021 62-53 008-0 · Fax-53 008-20
E-mail: info@semo.de · www.semo.de

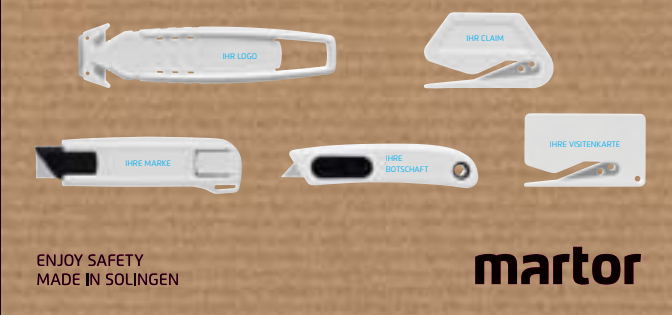
PSI No. 44970

www.semo.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

SICHERHEITSMESSER / SAFETY CUTTERS

HINTERLASSEN SIE EINEN BLEIBENDEN EINDRUCK.



ENJOY SAFETY
MADE IN SOLINGEN

martor

PSI No. 40111

www.martor.com

SONDERANFERTIGUNGEN / CUSTOM MADE ARTICLES

Find your bag with luggage tag*!



KDM

PSI No. 48223

www.kdm-handel.de

MASSBÄNDER / MEASURING TAPES

sanaflex®
Gesundheitsmaß
Auf den Zentimeter genau,
Gewichtskontrolle nach Maß

hoechstmass®
Seit 100 Jahren Maßbänder und Rollbandmaße



Hoechstmass Balzer GmbH
Wiesenstraße 13 Telefon 0049 - 61 96/50 05-0 e-mail: info@hoechstmass.com
D-65843 Sulzbach/Ts. Telefax 0049 - 61 96/50 05 55 www.hoechstmass.com

PSI No. 41118

www.hoechstmass.com

Radiergummis in Sonderformen



Floerke

PSI No. 44294

www.floerke.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

TEXTILDRUCK

fabuprint

Für Sie machen wir Druck!

	100	288	1728	3456
WM-32 Red/White	0,35 €	0,33 €	0,30 €	0,25 €
Druckkosten 1-farbig	0,45 €	0,38 €	0,28 €	0,26 €

Einmalige Drucknebenkosten:
Filmkosten: 15 € / netto pro Druckfarbe
(Filmkosten entfallen bei unverändertem Nachauftrag)
Siebkosten: 21 € / netto pro Druckfarbe
(Siebe werden nach Auftragsende gelöst)

Achtung:
Nikolausmützen mit Textilveredelung sind nicht waschbar.
Der Druck verblasst nach einiger Zeit.

ab 0,52 Euro inkl. Siebdruck

Textildruck für höchste Ansprüche!

FABU-Print GmbH & Co. KG | Meinbergstr. 69 | 44269 Dortmund
Tel.: 0231-228 193-0 | info@fabuprint.de | www.fabuprint.de

WERBEMITTEL

PSI No. 16618

www.fabuprint.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

DIENSTLEISTUNGEN / QUALITÄTSPRÜFUNGEN



We support you in meeting
all legal requirements.

Our Global Expertise:

- Consulting & Training
- Comprehensive Testing Services
 - Mechanical
 - Chemical
 - Electrical
- Microbiological
- Inspection Services
- Certification

Your industry is our focus

Consumer Product Testing



Please contact us for an individual quotation:

Eurofins Consumer Product Testing GmbH
Am Neuländer Gewerbepark 4, D-21079 Hamburg

+49 40 49294-6859

toys@eurofins.de
www.Product-Testing.eurofins.com

PSI No. 49658

producttesting-hh@eurofins.com

GLASWAREN / GLASS WARE

Champion 0,3 l



rastal

Mittendrin
statt
nur dabei!

www.rastal-promotion.com

PSI No. 41829

werbeartikel-service@rastal.com

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

KLEINANZEIGENPREISE / CLASSIFIEDS PRICES

Format	Größe (B x H)	s/w Preis	4c Preis
1/4 Seite	90 x 127 mm	799,-	999,-
1/8 Seite	90 x 61 mm	255,-	319,-
1/16 Seite	90 x 28 mm	199,-	249,-
1/32 Seite	42 x 28 mm	99,-	125,-
Rubrik Stellenangebote / Rubric Job Offers			
1/4 Seite	90 x 127 mm		205,-



INFO:

Anhand der PSI Nr. finden Sie alle Produkte des
Lieferanten im PSI Product Finder:
www.psiproductfinder.de

EM Produkte / Fanartikel /
European Cup Products / fan merchandise

**WAS
IST
WAS**

Tooor!



96 Seiten, Hardcover

Mit EM-Spielplan

TESSLOFF MedienVertrieb GmbH & Co. KG
Tel.: 0911/ 39906 970
tessloffmedien@tessloff.com • www.tessloff.com

TESSLOFF
MedienVertrieb

PSI No. 48161

www.tessloff.com

GÖRENLER

We Care Our Fans...



Fan Products Responsibly Made in Turkey



info@gorenler.com (ENG) sales@gorenler.com (ENG)
marketing@gorenler.com (DE) stephanie@gorenler.com (FR)
www.gorenler.com

PSI No. 46517

www.gorenler.com

Fußballplaner zur EM 2016



- Wandplaner • faltplaner
- Broschüre • Z-Planer

in.takt
musik | medien | marketing

Fon 02381 30703-0

www.planer-em-2016.de

PSI No. 45228

www.intakt-media.de



Profitieren Sie von unserer mehr als 25 jährigen Erfahrung in der Herstellung von Werbebällen !

ballprint Hamburg/Germany
www.ballprint.de
info@ballprint.de
 (+49)40/30059139

PSI No. 48636

www.ballprint.de


FÜR GROSSE MOMENTE

adidas
 EURO 2016 OMB
 OFFIZIELLER SPIELBALL
 DER FUSSBALL-EM 2016

SPORT
Böckmann

Sport Böckmann GmbH
 Dinklager Straße 15 | 49451 Hordorf | Hotline: 05494/9888-0 | info@sport-boeckmann.de | www.sport-boeckmann.de

PSI No. 44120

www.sport-boeckmann.de

STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS

Wir sind seit über 25 Jahren ein erfolgreiches, inhabergeführtes Unternehmen mit Sitz in Hamburg.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab sofort:

Mitarbeiter/in Vertriebsinnendienst

Ihre Aufgaben: Anfrage-, Angebots- und Auftragsbearbeitung. Umgang mit entsprechendem Warenwirtschaftssystem. Kundenberatung und Betreuung. Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten.

Ihr Profil:

- Kaufmännische Ausbildung
- Berufserfahrung (idealerweise) im Bereich Werbeartikel
- Eigenständiges, strukturiertes Arbeiten
- Gute PC-Kenntnisse in allen MS-Office-Anwendungen
- Gute Englischkenntnisse
- Gute Kommunikationsfähigkeit
- Teamfähigkeit

Falls Sie Interesse daran haben unser Team mit Freude, Engagement und Eigeninitiative zu unterstützen, freuen wir uns darauf Sie kennenzulernen.

Bitte schicken Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Angabe Ihrer Gehaltsvorstellungen und Ihrem frühestmöglichen Eintrittstermin per Post oder E-Mail an:



CHRISTA M. VALK

Werbeartikel & Verkaufsförderung,
 Herrn Henning Düsedau,
 Neubertstraße 14, 22087 Hamburg,
 oder Mail: duesedau@valk-werbung.de

Wir suchen Superhelden!



Lust auf Berlin? Wir auch. Seit über 27 Jahren!
 Werbemittelhändler sucht Super-Verkäufer/in,
 fit, fröhlich und espritleben!

Grabenhorst & Vetterlein Marketing & Merchandising GmbH z.Hd. Stefan Kurek,
 Teltower Damm 281-283 • 14167 Berlin
 Tel.: +49[0]30/845 84-0 • Email: stefan.kurek@grabenhorstundvetterlein.de

www.grabenhorstundvetterlein.de

UNTERNEHMENVERKÄUFE / BUSINESS FOR SALE

Wir verkaufen wegen fehlender Nachfolge

Unternehmen im Werbe- u.
 Geschenkartikelbereich,
 Bedruckungs- u.
 Bestickungsproduktion (auch
 Teilbereiche).

Im Asset-Deal, ca. 5 Mio. Ums. p. A.,
 nachweisl. Eigenkap. erforderlich.
Standort: Mitte/West-D.

Bei Interesse, Zuschriften bitte an:
 PSI Journal
 Chiffre Nr.: 20160201
 Völklinger Str. 4
 40219 Düsseldorf
verlag@psi-network.de

INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page			
42299	adamo design GmbH	021, 074	42438	Lediberg GmbH	003
PSI Partner	aimfap	091	PSI Media Partner	Meisenbach Verlag	045
10880	Grabenhorst & Vetterlein Marketing & Merchandising GmbH	078	45974	Multiflower GmbH	051
48636	ballprint gmbh	053, 078	44367	New Wave GmbH	005
10965	Chiffre Nr. 20160201	078	40660	PF Concept Deutschland GmbH	047
242	Christa M. Valk e.K.	078	49467	Pinkey AG	074
42819	Gustav Daiber GmbH	017	46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	024, 074
49620	DerGugl Manufaktur GmbH & Co. KG	075	42332	prodir S.A.	001
PSI Media Partner	Display Verlags GmbH	093	44722	PROMOTION PETS GmbH	U4/OBC
49658	Eurofins Consumer Product Testing GmbH	019, 077		PSI Promotional Product Service Institute	U3/IBC
16618	FABU-Print GmbH & Co. KG	077	41829	Rastal GmbH & Co. KG	051, 077
42320	Fischer-Import GmbH	075	49018	Michael Schiffer Promotion GmbH	007
PSI Partner	FKM e.V.	002	46325	Slodkie Upominki	059
44294	Hermann Flörke GmbH	076	PSI Partner	Sourcing City	059
46517	Görenler A.S.	025, 077	44120	Sport Böckmann	015, 078
49371	Goliath Toys GmbH	027, 075	48161	Tessloff Medienvertrieb GmbH & Co. KG	019, 077
45666	Halfar System GmbH	071	46311	TROIKA Germany GmbH	053
47160	Hauff Schreibgeräte GmbH	022, 074	41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	049
41118	HOECHSTMASS Balzer GmbH	057, 076	PSI Partner	viscom - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	073
PSI Partner	iENA Messe AFAG Messen und Ausstellungen GmbH	081	49104	Werbemittel-Händlerservice	023
45228	in.takt musik und media marketing GmbH	027, 078	41334	WISA Enschede BV	U2/IFC
49734	INTOS ELECTRONIC AG	053		Beilagen / Inserts (* Teilaufgabe / Part circulation)	
PSI Partner	IPSA	067	45619	CLIPY - Artur Begin, S.L.	*
48639	Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co. KG	069	44455	LINOTEX GmbH	*
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	055	46371	LOOK! Werbeservice GmbH	*
49628	Kathi Rainer Thiele GmbH	075	49638	Menzel GbR / PLAYGRND Labs	*
48223	KDM Handels-GmbH	076		PSI Promotional Product Service Institute	*
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	075			

TOP-PRODUKTTHEMEN IM PSI JOURNAL

Sie produzieren nachhaltig? Dann schicken Sie uns Ihre nachhaltigen Produkte zu den Themen Schreibgeräte und Büro für die April Ausgabe des PSI Journals.

Ausgabe
04
2016**SCHREIBGERÄTE UND BÜRO und
NACHHALTIGE UND ZERTIFIZIERTE PRODUKTE**Redaktionsschluss: 19.2.2016
Anzeigenschluss: 4.3.2016Ausgabe
05
2016**SÜSSES UND KULINARISCHES und
KÜCHE UND LIFESTYLE**Redaktionsschluss: 18.3.2016
Anzeigenschluss: 5.4.2016Ausgabe
06
2016**ELEKTRONIK UND KOMMUNIKATION und
WEIHNACHTEN UND GESCHENKSETS**Redaktionsschluss: 15.4.2016
Anzeigenschluss: 5.5.2016Ausgabe
07
2016**SPIELWAREN UND PLÜSCHARTIKEL und
WELLNESS UND GESUNDHEIT**Redaktionsschluss: 16.5.2016
Anzeigenschluss: 6.6.2016

Das Cross-Media Sales Team des PSI berät Sie jederzeit gerne.

Telefon +49 211 90191-114/-150, Fax +49 211 90191-180, E-Mail verlag@psi-network.de

PSI



Neue Mitglieder New Members

PSI Journal 02/2016

www.psi-network.de

Wir freuen uns über folgende neue Mitglieder im PSI Netzwerk /
We are looking forward to welcoming the following new members
to the PSI network

PSI Lieferanten / Supplier

PSI No. 49742

Amazon Sarl EU

Niederlassung Deutschland
Marcel-Breuer-Str. 12
80807 München, Germany

Bitte besuchen Sie unser Profil (PSI Nr. 49742) im PSI Product Finder 3.0!

Please visit our profile (PSI No. 49742) within the PSI Product Finder 3.0!

www.psiproductfinder.de

PSI No. 49735

Atila GmbH

Fuchslochweg 2
74933 Neidenstein, Germany
Tel.: 0049-7263-605210
Fax: 00497263-6052169
E-Mail: info@atila-gmbh.de
Web: www.atila-gmbh.de

Bitte besuchen Sie unser Profil (PSI Nr. 49735) im PSI Product Finder 3.0!

Please visit our profile (PSI No. 49735) within the PSI Product Finder 3.0!

www.psiproductfinder.de

PSI No. 49675

manaomea GmbH

Effnerstraße 110
81925 München, Germany
Tel.: 0049 151 20434729
E-Mail: hallo@manaomea.com
Web: www.manaomea.com

Die exklusiven Designbleistifte von manaomea sind aus Bio-Naturfasern und Ihre Möglichkeit die eigenen Unternehmenswerte erstmals komplett in einem einzigen Schreibwarenartikel zu transportieren. Premiumfunktionalität, Nachhaltigkeit und soziales Engagement vereint mit starkem Design können einfach an Ihre Kunden weitergegeben werden.

manaomea's exclusive design pencils consist of organic natural fibers and are your opportunity to display your company values in one sole stationary item for the first time. Premium-functionality, sustainability and social commitment combined with an expressive design can be transferred to your customers directly.

PSI No. 49642

Deutsche-Delikatessen.de



Inh. Sabine Oertel
Charlottenstr. 39a
12683 Berlin, Germany
Tel.: 0049-30-54378983
Fax: 0049-30-81469421
E-Mail: messe@deutsche-delikatessen.de
Web: www.deutsche-delikatessen.de

Echte Regionale Spezialitäten direkt vom Produzenten: Hochwertige Produkte einzeln, als Präsent oder Give-Away. Privat-Labels, Snacks, Logo-Pralinen, Sekt, Käse, Wurst, Geschenkkörbe. Individuell stellen wir nach Ihren Wünschen Präsente oder Give-Aways nach Regionen zusammen. Präsente ab 10 Stück.

PSI No. 49668

SPINDLER GmbH

Leintalweg 12
73553 Alfdorf, Germany
Tel.: 0049-7172-93789-0
Fax: 0049-7172-32611
E-Mail: mail@spindler-gmbh.de
Web: www.werbemappen4u.de

Spindler GmbH fertigt seit 1986 hochwertige Präsentationsmappen, Musterkoffer und Präsentationsverpackungen sowie Sonderanfertigungen nach Kundenwunsch. Von der Konzeption bis zur Konfektion alles aus einer Hand! Ob aus Pappe, PP oder PVC - wir finden für Ihre Präsentationsmappe das richtige Material. Als Hersteller von Sonderanfertigungen im Werbe- und Organisationsmittelbereich mit Produktionsstandort Baden-Württemberg können wir für höchste Qualität, Flexibilität und absolute Liefertreue garantieren. Bei uns sind Ihre Aufträge in guten Händen, Themen wie Produktsicherheit und Kundenschutz haben bei uns einen sehr hohen Stellenwert.

Kennen Sie auch das Gefühl? Eine Idee liegt in der Luft, doch wie wird sie realisierbar, wie greifbar? Sehen und Fühlen geben Ihnen hierzu erste Impulse, mit unserem Know How im Umgang mit hochwertigen Materialien setzen wir Ihre individuellen Vorstellungen in die Tat um. Wir finden mit Ihnen gemeinsam aus den vier Materialgruppen poly-art, macro-art, soft-art und color-art exklusive Lösungen für Ihre Projekte.

Wir als Hersteller können aus unendlich vielen Gestaltungsmöglichkeiten schöpfen: Individuelle Formgestaltung, Sonderfarben, Effektlacke oder Heißfolienprägungen und dazu ein exakt abgestimmtes Zubehör!

Since 1986 Spindler GmbH manufacture solutions for presentation and organization items and packaging - from conception to delivery, all from one source!

As a specialist in customized articles we offer a comprehensive range of services in a variety of materials:

Whether made out of cardboard or plastic - we as a manufacturer have all the possibilities and together we will find the right material for your ideas.

As an owner-managed family company with production facilities in Baden-Württemberg your orders are here in good hands. Issues such as quality, environmental protection, product safety and customer protection have top priority with us!

We as manufacturer have an endless resource of design options: individual form design, special colors, effect paints or hotfoil embossing, and in addition precisely matching accessories!

www.iena.de

In Kombination mit:



Internationale
Fachmesse

- Ideen
- Erfindungen
- Neuheiten

iENA

2016 27.-30.10.

Messe Nürnberg · Halle 12

in Kooperation mit:



Veranstalter/ Organisation: AFAG Messen und Ausstellungen GmbH
Projektmanagement iENA 2015 · Messezentrum 1, 90471 Nürnberg
☎ 09 11 - 9 88 33 - 570 · 📧 09 11 - 9 88 33 - 579 · iena@afag.de · www.iena.de



DER PSI PRODUCT FINDER 3.0 – SIE WERDEN UNS FINDEN THE PSI PRODUCT FINDER 3.0 – YOU WILL FIND US

Folgende Unternehmen präsentieren zum Relaunch des PSI Product Finder 3.0 ihre aktuellen Artikeldaten.
Das PSI bedankt sich für die rege Beteiligung und wünscht gute Geschäfte!

In the course of the PSI Product Finder release 3.0 the following PSI suppliers will be presenting their up-to-date article database.
PSI would like to say „thank you“ for the great participation and we wish you solid business success!



2Drink by Promocionales de Occidente Ernesto Sanchez
www.2drink.net



zhad GmbH
www.zsport.de



3D Kommunikation GmbH
www.3dimport.de



5 CUPS and some sugar GmbH
www.5cups.de



abraxa business network GmbH & Co. KG
www.abraxa.biz



Ackermann Kunstverlag Merkur Marketing Services GmbH
www.ackermann-kalender.de



ADGA - Adolf Gampfer GmbH
www.adga.de



aditan Werbe- und Organisationsmittel GmbH
www.aditan.de



ADOMA GmbH Kunststoff- und Metallverarbeitung
www.adoma.de



ADV PAX Lutech GmbH
www.adv-pax.de



Aetzkunst GmbH & Co. KG
www.aetzkunst.de



A&J Agnieszka Polak
www.brelok.pl



Aleide - Innovationen Inh. Ines Ritter
www.aleide.de



Allflash GmbH
www.allflash.de



AMK Group Rekawek, Kondraciuk Sp. J. Artur Rekawek, Konrad Kondraciuk
www.amk-group.pl



Arem Italia Srl
www.arem.it



Artihove Regina B.V.
www.artistic-gifts.nl



ARTline Edition GmbH
www.artline-werbemittel.de



Asgard Sp. z o.o.
www.asgard.pl



Condom Message - ASHA INTERNATIONAL
www.condommessage.com



Asia Pins Direct GmbH
www.asiapinsdirect.de



ASS Spielkartenfabrik Altenburg GmbH - ASS Altenburger Spielkarten
www.werbespielkarten.de



Audio Protect AG
www.audioprotect.ch



Axpol Trading Sp. z o.o. Sp.k.
www.axpol.com.pl



Baladeo SARL
www.baladeo.com



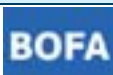
ballprint gmbh
www.ballprint.de



bb med. product GmbH
www.bb-kalkar.de



Sport Böckmann Ihr Partner für Sport und Freizeit
www.sport-boeckmann.de



BOFA-Doulet GmbH
www.bofa.de



BOOKMAN AB
www.bookmanpromotion.com



Bottle Promotions a Tacx International Company
www.bottlepromotions.nl



Gabriele Bühring
www.buehring-shop.com



Camblock Hey!blau Labs e.K. Thomas Mühlhoff
www.camblock.de



R. Cermak - Minitaschenlampen Made in Germany
www.penlights.de



Clipper A/S
www.clippercorporatewear.dk



Clipper B.V.
www.clippergifts.com



Club Crawlatté Crefeld GmbH
www.club-crawlatté.de



COGA@-GASTROMEATM Inh. Christian Darmstädter
www.bedrucken-gastro.de



Confiserie Rabbel GmbH
www.rabbel.com



Corthogreen bv Greengifts & Seedpromotion
www.corthogreen.com



CPS GmbH / FRESHTIS
www.freshtis.com



Gustav Daiber GmbH
www.daiber.de



Deumer GmbH
www.deumer.de



Deutsche-Delikatessen.de - Inh. Sabine Oertel
www.deutsche-delikatessen.de



Die Stadtgärtner Inh. Derk Niemeijer
www.diestadtgaertner.de



DNS Kai-Uwe Neth cardyoursmart/waterbelt/nautiloop/mykii/banduo
www.dns-design.de



Dr. Junghans Medical GmbH
www.dr-junghans.de



Easy Gifts GmbH
www.easygifts.de



Eco Promo Everything Environmental Ltd
www.eco-promo.eu



edv-werbeartikel.de GmbH
www.edv-werbeartikel.de



efbe Elektrogeräte GmbH
www.efbe-schott.de



EIKACHIP Groß GmbH
www.eikachip.de



eitel plastic GmbH
www.eitel-plastic.de



elasto form KG
www.elasto-form.de



EMAGNETS - Magdalena Pliszka
www.emagnets.eu



EMSA GmbH
www.emsa.com



ESKESEN A/S
www.eskesen.com



Eulenspiegel Profi-Schminkfarben GmbH
www.eulenspiegel.de



Euronatal LDA
www.euronatalbaubles.com



EUROSTYLE - Emil Kreher GmbH & Co. KG Lederwarenfabrik
www.eurostyle.eu



e!xact Internationale Werbemittel GmbH
www.e-xact.de



Exitio Group - M. Malczynski R. Badowski
www.adpen.eu



A.W. Faber-Castell Vertrieb GmbH
www.faber-castell.com



Fabryka Zabawek Pluszowych „Kolor Plusz” Mirosław Lapczuk & Maciej Raczkowski
www.kolor-plusz.pl



FARE - Guenther Fassbender GmbH
www.fare.de



feelfelt EntryMedia Sp. z o.o. Spółka Komandytowa
www.feelfelt.pl



Fides Druck und Medien
www.fides-druck.de



Fifty Five OHG
www.fiftyfive.eu



Filofax GmbH
www.filofax.de



FORTIS M. Borowy Sp. j.
www.fortis.net.pl



Frank Bürsten GmbH - Bürstenfabrik
www.frank-brushes.de



Fröhlich GmbH
www.webfroehlich.de



Hugo Frosch GmbH
www.hugo-frosch.de



G2000 Handel GmbH
www.g2000handel.de



Abeilles SAS GAMES ON DEMAND
www.gamesondemand.eu



Gams Wellness Inh. Gabriela Gams
www.gams-wellness.de



Gimex melamine plus GmbH
www.gimex.de



Global Innovations Germany GmbH & Co. KG
www.globalinnovations.de



Goliath Toys GmbH
www.goliathgames.de



Graffiti Print Saturnin Zukowski
www.graffiti-print.pl



Green Earth Products Inh. Helga Nederhoed
www.greenearthproducts.eu



C. Hermann Gross Metallwarenfabrik
www.chg-gross.de



Halfar System GmbH Rucksäcke und Taschen
www.halfar.com



HAN-Bürogeräte GmbH & Co. KG
www.han-online.com



HAPPY bvba
www.happy.be



happyROSS GmbH
www.happyross.de



HARDENBRUCH Alexander Hein e.K.
www.hardenbruch.de



HAUSER GmbH
www.hauser-writing.com



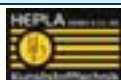
HEKA Werbeartikel GmbH
www.heka-werbeartikel.de



HELLMA Gastronomie-Service GmbH
www.hellma.de



helo © Heckelmann Holz und Kunststoff GmbH + Co. KG
www.heckelmann.com



HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG
www.hepla.de



Herbalind GmbH
www.herbalind.de



Heri-Rigoni GmbH
www.heri.de



Herzog Products GmbH
www.zogi.biz



Philipp Holle KG Papierverarbeitung Werbeartikel
www.holle-werbeartikel.de



HOLTSCH Medizinprodukte GmbH
www.holtsch-med.com



i4, d.o.o. - Grega Piskur
www.inventedfor.com



Idea Force International GmbH
www.ideaforce.de



iLogoTech GmbH -European Head Office-
www.iLogoTech.de



importplus GmbH
www.importplus.de



Jaan Ingel AB
www.ingliSweden.com



in.takt musik und medien marketing GmbH
www.intakt-media.de



INTOS ELECTRONIC AG
www.inline-info.de



I.P.S. Srl International Products & Services
www.ips-srl.com



Jamara e.K.
www.jamara.com



John GmbH
www.john-toys.com



Joytex GmbH & Co. KG
www.joytex.de



JÜSCHA GmbH
www.juescha.de



Jung Verpackungen GmbH JUNG DESIGN
www.jung-design.de



JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG
www.jung-europe.de



Just Spices GmbH
www.justspices.de



Just-VR GmbH
www.just-vr.com



Jute statt Plastik e.K. - Inh. Colin Rohwedder
www.jute-statt-plastik.de



Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG
www.ksw24.com



Kandinsky Deutschland GmbH
www.kandinsky.de



Kappen-Orth GmbH & Co. KG
www.kappen-orth.de



Karlowsky Fashion GmbH
www.karlowsky.de



KDM Handels-GmbH
www.kdm-handel.de



Kellermeister Manns GmbH - Präsent-Fabrikation
www.kellermeister-manns.de



kinderleicht GmbH
www.kinderleicht.net



Klaus Stephan GmbH
www.stephan-gmbh.de



KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH
www.promotion-mats.eu



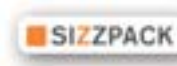
KM ZÜNDHOLZ INTERNATIONAL - Karl Müller GmbH
www.kmmatch.com



KMS Kafitz Medienservice GmbH
www.kms.eu



Karl Knauer KG Verpackungen, Werbemittel, Präsentverpackungen
www.karlknauer.de



KREITER GmbH
www.sizzpack.de



LA CONCEPT GmbH
www.la-concept.de



Lainas Products S.A. Printing Company
www.lainasproducts.com



Laurel Klammern GmbH
www.laurel-klammern.de



Lensen Toppoint B.V.
www.toppoint.com



LM ACCESSOIRES WERBEMITTEL & EXCLUSIVANFERTIGUNGEN GmbH
www.lm-accessoires.com



Löw Energy System e.K.
www.promohub.de



LUDGER VOSS // Inh. Herr Voss - funny-look.de
www.voss-sd.de



Lumitoys - GmbH
www.lumitoys.de



MACMA Werbeartikel OHG Import-Export
www.macma.de



MAGNA sweets GmbH
www.magna-sweets.de



MALGRADO fashion & promotion GmbH
www.malgrado.de



Marbo-Werbung - Norbert Bokel GmbH
www.marbo-werbung.de



Marker Print Ltd
www.marker.bg



[matw] menatwork GmbH & Co. KG
www.matw.de



mbw® Vertriebsges. mbH für Werbeartikel und Spielwaren
www.mbw.sh



Meier UG
www.meier-vertrieb.de



Menzel GbR / PLAYGRND Labs
http://labs.playgrnd.de



michel-toys Handels-GmbH
www.micheltoys.de



micx-media in concept - gmbh & co. kg
www.micx-media.de



Mid Ocean Germany GmbH
www.midoceanbrands.com



EDWIN MIEG OHG
www.tipp-kick.de



MMG Flags MMG Wesolowski Rafal
www.mmgflags.com



Multiflower GmbH
www.multiflower.de



myfitmix GmbH - Gesunde Werbung
www.myfitmix.de



NBL Vitolo Srl
www.nblvitolo.com



Nestler-matho GmbH & Co. KG
www.nestler-matho.de



Nostalgic-Art Merchandising GmbH
www.nostalgic-art.de



Pack-in-bag GmbH
www.packinbag.de



PADS WORLD, S.L.
www.padsworld.com



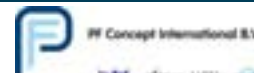
Peiniger GmbH Stahlwarenfabrik
www.peinigersolingen.de



Peros Marketing GmbH
www.peros-gmbh.de



PEUGEOT - PSP Deutschland GmbH
www.psp-peugeot.de



PF Concept International BV
www.pfconcept.com



KP Plattner GmbH
www.kp-plattner.at



POELLATH GmbH & Co. KG Münz- und Prägwerk seit 1778
www.poellath.de



PPS GmbH
www.pps-print.de



Premo B.V.
www.premo.nl



Prinopa GmbH
www.prinopa.de



Printfield Sp. z o.o.
www.printfield.com.pl



Pro Media Sp. z o.o.
www.kubki.com.pl



PROFINO GmbH & Co. KG
www.profino.net



Promo House s.c. T.Lukasik W. Lukasik
www.krawaty.info



promo-watch GmbH
www.promo-watch.de



PRUNER Werbemittel
www.pruner-werbemittel.de



quatron design GmbH
www.quatron.de



R&J International Limited
www.rjprint.com



R3D, LDA
http://r3d.pt



RASTER R. Nowak i S-ka S.J.
http://raster.eu/



REDA a.s.
www.reda.info



Regine IQtrim GmbH
www.reginegmbh.com



Retap ApS
www.retap.dk



Ritter-Pen GmbH
www.ritter-pen.de



Riverside GmbH & Co. KG
www.riverside-web.com



Sachsenballon Produktions-GmbH
www.sachsenballon.de



Samoa Regenponchos e.U. Sabrina Samoa Krobath
www.samoa-regenponchos.at



Sanders Imagetools GmbH & Co. KG
www.imagetools.com



Schäfer's Süsse Werbung
www.Lucky-Keks.com



Artur Schnabel GmbH
www.schnabel-schmuck.de



SchokoLogo e.K.
www.schokologo.com



Selecta Signé B.V.
www.selecta-signe.nl



Gustav Selter GmbH & Co. KG
www.selter.com



SENATOR GmbH & Co. KGaA
www.senator.com



Silverspot Trading
www.silverspot.nl



SND PorzellanManufaktur GmbH
www.snd-porzellan.de



SOCCER FIRST Inh. Axel Fraunholz
www.soccerfirst.de



Software Partner Datenmedien-Service- und Vertriebs GmbH
www.digipromo.de



soulproducts GmbH
www.soulbottles.com



Space Wallet GbR René Seppur, Matthias Groo
www.spacewallet.de



SPEZIA Lederwaren GmbH
www.spezia.de



Spontex Industrieprodukte - MAPA GmbH
www.werbeschwamm.com



sportpaint Werbeball Bedruckungs GmbH
www.sportpaint.de



Spranz GmbH
www.spranz.de



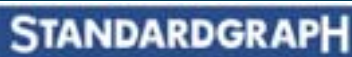
SPS (EU) Ltd t/a Supreme and Product Source Select
www.spseu.com



Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG
www.stabilo-promotion.com



STAEDTLER MARS GmbH & Co. KG
www.staedtler-promotional.de



STANDARDGRAPH Zeichentechnik GmbH
www.standardgraph.de



STANNIEDER GMBH
www.stani-fahren.de



Stiefel Eurocart GmbH
www.stiefel-online.de



SUCCESS - Dr. Rolf Hein GmbH - PUSTEFIX Seifenblasen
www.success-werbung.de



SWIWA Inh. Michel Droux
www.swiwa.eu



SYDSVENSK FORM REKLAM AB
specialfabrik för flaggor, stander & vinylar

Sydsvensk Form Reklam AB
www.formreklam.se



Take2-Design GmbH & Co. KG
www.take2-design.de



teNeues Calendars & Stationery GmbH + Co. KG Ein Unternehmen der Neumann Gruppe
www.teneues.com



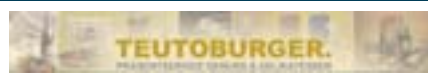
team-d Import-Export Warenvertriebs GmbH
www.team-d.de



Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG
www.technaxx.de, www.technaxx-europe.de



Tepro Garten GmbH
www.tepro-gmbh.de



Teutoburger Spezialitäten Pappert GmbH
www.teutoburger.de



Tie Solution GmbH
www.tiesolution.de



TITAN Hamburg GmbH
www.titan-bags.com



TOPKAPI TESSUTI S.r.l
www.topkapitessuti.it



TRENDS21 GmbH
www.trends21.de



TrinnoQ International Marcus Buijsen
www.trinnoq.com



Trivtec GmbH
www.trivtec.de



Heinz Tröber GmbH & Co. KG
www.troeber.com



uma Schreibgeräte Ullmann GmbH
www.uma-pen.com



Erich Utsch AG Kennzeichnungs- und Registrierungs-Systeme
www.utsch.com



Viba sweets GmbH Süßigkeitenonline GbR
www.fruchtgummis.net



Vim Solution GmbH
www.trader.vim-solution.com



Viva-Plus II Firma Handlowa Joanna Kowalczyk
www.vivapens.eu



WEIGEND GMBH
www.weigend-flashlights.de



Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG
www.wera.de



Wiha Werkzeuge GmbH
www.wiha.com



WIL Langenberg GmbH
www.gozwil.de



WÖRTH GmbH Manufactur von Schreibgeräten
www.woerther.de



XINDAO B.V.
www.xindao.com



X-tra - BooX GmbH
www.xtraboox.de



ZWILLING J. A. Henckels AG
www.zwilling.com



Asóciate a aimfap

Única asociación compuesta exclusivamente por importadores, mayoristas y fabricantes de artículos promocionales
The only association composed exclusively of importers, wholesalers and manufacturers of promotional products

4-TEAMS	AT. CROSS	IDEAS AITANA	PAUL STRICKER
ABANICO EXPRESS	DEONET	IMPORT RECLAM	PLASTINEZ
ACCESORIOS CUHER	DICAVESA	IMPRESSIVE WORLD	PMA PRODUCT
ACE INTERNATIONAL -	DIGITAL CAMERAS	INFONOR	POSTERFIX
- DIRECT	DINO PRINT & CUT	INOXCROM	PPC COMPUTERS
AFAMSA	DISPASUB	ITALOAGENDAS	PRADOPIEL
AHORRA EN TINTA	DT DISTRIBUCIONES -	JHK	PRODIR IBERIA
AKTIVE WEAR	- TEXTILES	JOYLU SPORT	PROMO SERPENTIGRAFF
ALCES	ELVA	JURADO MARIN	PUBLI 3
ALTO IMPACTO -	EMBALAJES -	L&D AROMÁTICOS	PUBLIGIFTS
- VISUAL Y PLV	- PUBLICITARIOS -	LA BOULE OBUT	RENOR
AMBER	- NT	LABOR VIVA	SECANETA
ANBOR	EME INVERSIA 72	LEDIBERG	SERIGRAFÍA FRAMA
ANGELS BUSINESS -	ENDULZARTE	LIDER FUTURA	SERIPAHER
- CENTER	ENYES	LM ACCESSOIRES	SHIRTS AND STICKERS
ARANNEA	ETITECNIC	LINITEX	SIEGE
ASLEON	EUROCRES	LUXPRINT	SOL'S
ASPU	EUROSOUVENIRS	MACMA IBERIA	STABILO P.P.
BELLOD	EZEDICHI	MAGIC LLUMS	STYB
BEP	FALK & ROSS	MAKITO	TEMPUS REGI
BIC GRAPHIC -	FEBRERO PIEL	MIRAVE	TENLLADO
- NORWOOD	FIOTEX	MODICO	TEXSOL
BOHORQUEZ 1918	FUSTABLOC	MOLINO DE CORTINA	TEXTIL MALLORCA
BSC SRL HISPANIA	FUTURE GIFT	MUROPUBLIC	TGIFTS
CAMILO VILAS	GAMAX	NEW WAVE GROUP	THE MAGIC TOUCH -
CAMISetas -	GIVING EUROPE	NKH ESPAÑA	- ESPAÑA
- SANTOMERA	GLOBOLANDIA	NOBRINDE	TOALLITAS_GPQ
CAPICUA	GODEA	NURIMAR	VALENTI
CARAMELOS VINUESA	GRAN FESTIVAL	OK TEXTIL	VALLÉS IMPORT
CARCHIDEA	HACEMOS TU -	OLEHATS	VG
CEM MONTERO	- CAMISETA	OMG PUBLICIDAD	VISUALTEXTIL
CIFRA	HATAPRESS & -	ONYTEX	WEB PELOTA
CLIPY	- GARMENTS	PAUL STRICKER	WORKTEAM
COMERCAR	HISARNOX	PAD'S WORLD	ZIRAKETAN
COMERCIAL CUMER	IBER-DREAMS	PADMA	

Calidad AIMFAP Quality

Nuestros asociados, nuestra mejor garantía
Our associates our best guarantee



aimfap

Paseo de la Castellana, 135 • 5ª Planta oficina 506 28046 MADRID (SPAIN)
TEL: 0034 91 297 54 48 FAX: 91 297 55 03 • aimfap@aimfap.com

ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES, MAYORISTAS Y FABRICANTES DE ARTÍCULOS PROMOCIONALES
Association of Importers, Wholesalers and Manufacturers of Promotional Goods

SCHAFFEN WIR DAS?

Yo, wir schaffen das! – haben meine Kinder „Bob den Baumeister“ immer zitiert. Frau Merkel ist zuversichtlich, wenngleich auch sie nicht sagen kann, was sie bis wann alles schaffen will. Wird doch die Zahl der Herausforderungen nicht kleiner. Andere europäische Regierungschefs sehen das anders. Oder aber sie stellen sich auf den Standpunkt „Wenn sie das schaffen will, soll sie das alleine tun, ohne uns.“

Hat es die Werbeartikelbranche in Europa geschafft? Und wenn ja, was hat sie geschafft? Umsatzseitig sieht es in ganz Europa gut aus. 2015 war immerhin ein Jahr mit gleichbleibenden, oftmals steigenden Umsatzzahlen. Die Vorhersage der Branche für 2016 laut PSI Branchenbarometer ist positiv. Der zur PSI in der glei-

chen Studie erstmals veröffentlichte Branchen-Index – als neues Stimmungsbarometer – zeigt ebenfalls nach oben. Das ist auch gut so und zeigt ein gesundes Selbstbewusstsein.

Und das ist wichtig in Zeiten der schnellen Veränderung. Nicht nur die Rahmenbedingungen – wirtschaftlich und politisch – sind hiermit gemeint. Die strukturelle Veränderung der Branche ist allorten sichtbar. Die Zahl der Marktteilnehmer steigt ebenso wie die ihrer Berufsbezeichnungen: Berater, Händler, Agenturen, Service-Provider, Dekorateur ... Zugegeben, zum Teil sind sie nicht neu. Die neue Realität ist jedoch, dass diese Dienstleister im Zweifel versuchen, alles abzudecken, was die Wertschöpfungskette anzubieten hat. Acht Prozent der Händler importiert selbst. Das

sind vorwiegend die Größeren. Dem gegenüber steht die steigende Zahl der Lieferanten, die direkt liefern. Das sind mittlerweile 41 Prozent. Auch wenn diese Zahl den Retail beinhaltet, lässt sie erst einmal den Atem stocken.

Die Vermengung der Bereiche ist nicht zu leugnen. Sie kann auch nicht umgekehrt werden. Analogien zu anderen Branchen zeigen das deutlich. Die gute Nachricht dabei: Es gibt auch die vielen primär im PSI organisierten händlertreuen Lieferanten, die Händler beratend beim Industriekunden aktiv unterstützen oder unterstützen wollen. Das sollte der Handel aktiver nutzen, denn Fokussierung ist besser als der Versuch, alle Disziplinen beherrschen zu wollen.



»Fokussierung ist besser als der Versuch, alle Disziplinen beherrschen zu wollen.«

Es grüßt Sie

Michael Freter
Herausgeber PSI Journal
Geschäftsführer PSI
michael.freter@psi-network.de

Erfolg am POS hat einen Namen

display

Die Medien-Plattform für Verkaufsförderung am POS

- 6 Mal im Jahr als Magazin mit Meldungen, Reportagen und Hintergründen
- täglich aktuell auf www.display.de
- POS-Finder: Schnell und einfach Lieferanten finden
- display Superstar – Der Award für die besten POS-Lösungen

Online
bestellen
möglich:

www.display.de



ABO-FORMULAR per Fax an: +49 40 3006056-22 (Büro Hamburg)

☐ Ja, ich möchte **display** für nur **59 €** zzgl. Versand und MwSt. (7 %) abonnieren.

☐ Ja, ich möchte **kostenfrei** ein **display**-Probe-Abo erhalten (3 Ausgaben).

display Verlags GmbH
Dekan-Laist-Straße 17
55129 Mainz
Tel. +49 6131 95836-23
Fax +49 6131 95836-6
E-Mail: info@display.de

Leserservice (Hamburg):
Am Neumarkt 30 · 22041 Hamburg
Tel. +49 40 3006056-15
Fax +49 40 3006056-22

Firma: _____ Branche: _____

Vorname: _____ Nachname: _____

Straße/Postfach: _____ PLZ, Stadt: _____

Land: _____

Telefon: _____ E-Mail: _____

Datum/Firmenstempel _____ Unterschrift _____

Abonnement: Das Abonnement von display beginnt am Tag Ihrer Unterschrift und verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn nicht drei Monate vor Ablauf der Jahresfrist gekündigt wird. Die Rechnung wird Ihnen nach Erhalt der ersten Ausgabe zugesandt. **Probeabonnement:** Das Probeabonnement bezieht sich auf 3 Ausgaben in 6 Monaten und ist 1x kostenlos. Wenn das Probeabonnement nach Erhalt der zweiten Ausgabe nicht innerhalb von 14 Tagen gekündigt wird, verlängert es sich automatisch um ein Jahr und kann drei Monate vor Ablauf des Jahres gekündigt werden.
Verlagsanschrift: display Verlag, Vertriebsbüro Hamburg, Am Neumarkt 30 · 22041 Hamburg, Mail: info@display.de



WERBEBOTSCHAFTEN „ON TOUR“

Nur Reisen ist Leben, wie umgekehrt das Leben Reisen ist: So formulierte es der Dichter Jean Paul. Produkten zum Thema dieser Quintessenz widmen wir uns in einem der beiden Werbeartikel-Guides unserer Märzausgabe. Der heutige Globus ist eng umflochten mit Verkehrswegen aller Art, auf denen Menschen aus unterschiedlichen Gründen ständig unterwegs sind, sei es beruflich oder privat, mit bestimmten Intensionen oder einfach nur zum Vergnügen. Und die Branche hält allerlei große und kleine schöne wie nützliche Artikel für eine mobile Welt bereit. Außerdem stellen wir trendige Neuheiten aus dem Themenfeld „Mode, Caps und Accessoires“ vor.

Bitte denken Sie schon jetzt an das Produktthema der April-Ausgabe mit den Themengruppen „Schreibgeräte und Büro“ sowie „Nachhaltige und zertifizierte Produkte“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 19.02.2016 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail hoechemer@edit-line.de.



PSI 2016: HIGHLIGHTS KOMPAKT

Anfang März liegt die 54. PSI zwar schon wieder anderthalb Monate zurück, wird indes in unserer bunten Nachlese wieder quicklebendig. Die Messe erwies sich erneut als verlässlicher Anzeiger für Trends, Innovationen und werbestarke Produktideen. Wir rekapitulieren die Highlights und viele kleinere wie größere Aktionen der Aussteller und zeigen, wie abwechslungsreich und anregend die große internationale Branchenfamilie ihren bedeutsamen Jahresauftakt zelebrierte.



APARTE ACCESSOIRES

Neu im PSI Netzwerks ist das Unternehmen Tie Solution, ein international tätiger Hersteller mit seinem neuen Vertriebsbüro in Gießen, das die textile Vielfalt im Mitgliederkreis um hochqualitative Accessoires wie Krawatten, Tücher, Schals und Pashminas bereichert. Die Unternehmenssparte wurde 2004 von der FAGS Textil Solution S.L. in Barcelona aufgebaut, um den spezifischen Kundenbedürfnissen im Handelsmarkenbereich entgegenzukommen.



IMPRESSUM

Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von
PSI Promotional Product Service Institute
Reed Exhibitions Deutschland GmbH
Völklinger Straße 4, D-40219 Düsseldorf
Tel.: +49 211 90191-0
Telefax: +49 211 90191-180
Internet: www.psi-network.de

Herausgeber: Michael Freter

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, André Weijde

Redaktion: Edit Line Verlags- und Produktions-GmbH
Dekan-Laist-Straße 17, D-55129 Mainz
im Auftrag der PSI GmbH

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

Redaktion: Martin Höchemer, Anke Zimmermann,
Christian Jacob, Werner Menzel, Christoph Zimmermann,
Simon Dietzen

Chefvom Dienst: Martin Höchemer

Anzeigenverkaufsleitung: Anja Heidbüchel

Objektleitung: Anja Heidbüchel

KEY ACCOUNT KUNDEN

Key Account Manager: Armin Cyrus,
Tel.: +49 211 90 191-161, armin.cyrus@reedexpo.de

CROSS MEDIA SALES

Sales Manager: Senija Menzel
Tel.: +49 211 90 191-114, senija.menzel@reedexpo.de

Sales Executive: Thomas Passenheim
Tel.: +49 211 90 191-150,
thomas.passenheim@reedexpo.de

REGIONALE KONTAKTE

Belgien und Frankreich: Reed Exhibitions ISG Belgien
und Frankreich
Omblin Delannoy
Tel.: +33 1 79719306, odelannoy@reed-export.fr

Italien: Reed Exhibitions ISG Italy s.r.l.
Luigi Quadrelli
Tel.: +39 02 43517048, luigi.quadrelli@reedexpo.it

Spanien: GPE S.L.
Ludvine Bastien
Tel.: +34 93 4244000, gpe@gpexpo.com

Türkei: Istexpo
Eylül İgin
Tel.: +90 212 275 8283, eylul@istexpo.com

UK: Reed Exhibitions ISG UK
Richard Thiele
Tel.: +44 208 9 10 78 21, richard.thiele@reedexpo.co.uk

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

Layout: Stephan Weiß, Stephan Flommersfeld,
Kerstin Vogtmann, Carlotta Katzer

Fotos: Lars Behrendt, Ursula Geppert, Martin Höchemer,
Anke Zimmermann u.a. Titelmotiv und redaktionelle
Beiträge teilweise unter Verwendung von Fotos von
www.fotolia.de

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

Druck: Kössinger AG
D-84069 Schierling

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 48 vom 1. September
2015.

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.



PSI

10. – 12. Januar
Düsseldorf 2017

Die Europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft



Machen Sie sich doch mal schön zum Affen.

Ganz gleich, ob sich Ihre Markenpersönlichkeit als Rindvieh, Trampeltier oder als Affe umsetzen lässt – wir sorgen dafür, dass es nicht nur ein einzigartiges Pet wird, sondern dass Sie auch mit dem gesamten Prozess rundum zufrieden sind. Schließlich versprechen wir nicht umsonst, dass bei Promotion Pets alles kuschelig ist. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!



Alles kuschelig.

www.promotion-pets.com

