

PSI

Düsseldorf · G-30212

Internationales Magazin
für Werbeartikel

MÄRZ 2016
55. Jahrgang

JOURNAL



Michael Freter

Ausblick PSI 2017

Ein Konzept von der Branche
für die Branche

Werbeartikel-Guide

Mode, Caps und

Accessoires

Taschen, Gepäck und Reise

Karlsruher Werbemitteltag

Ein Tag voller Impulse

wmm 2016

Erfolgreiche Bilanz trotz
Besuchermisuns

Michael Schiffer Promotion

Werbeartikel mit digitalem
Mehrwert

Neu am Markt

Werbeartikel-Innovationen



PSI 2016 SPECIAL



clippy®

Die Nr. 1 beim Auto-Sonnenschutz

Jetzt **NEU**
Digitaldruck



Box
130x60cm / 130x70cm

Der Sommertrend in der Werbung!



Namhafte Marken setzen auf **Clippy-Sonnenschutz!**



**Super
Compact**
130x72cm



Jumbo
130x70cm



Estático



Textil

Export Department: +34 913 605 650 | info@clippy.com

www.clippy.com

EDITORIAL

BALD ALLES AMAZON?

Vor 20 Jahren verkaufte Jeff Bezos über Amazon sein erstes Buch. Heute ist sein Unternehmen das größte Handelshaus der Welt. 40 Milliarden Dollar Vermögen haben ihn auf Platz 15 der reichsten Menschen der Welt katapultiert. Die drei teuersten Konzerne der Welt heißen heute Alphabet (Google Mutter), Apple und Microsoft.

Jeff Bezos hat somit Recht behalten, als er sagte, das Internet werde die Welt auf den Kopf stellen. Ganz besonders die Welt des Handels. Da wo Handschlag, Thekengeschäfte und persönliche Beziehungen früher Gold wert waren, hat Bezos die tradierten Werte vom Tisch gefegt. „Retentless“, unerbittlich also, wollte er seine Firma erst nennen und hat damit seine Karten früh auf den Tisch gelegt. Die Branche der Buchverleger erlebt derzeit, was es heißt, einen solchen Gegner zu haben.

Wer allerdings bei Amazon Werbeartikel sucht, findet auch dort schon seitenweise Angebote aus allen Produktsegmenten. Noch sind die spezialisierten Online-Händler eine ganze Nasenlänge voraus, weil sie näher an Produkten und Kunden sind. Außerdem können sie ihre Abnehmer im Großgeschäft persönlich bedienen und beraten. Know-how ist nicht nur in diesem Fall Gold wert.

Die Erfolgsgeschichte der digitalen Welt zeigt, wohin der Zug geht. Die Werbearartikelbranche muss da mitziehen. Der Gegner kennt kein Pardon. Wobei das kein Plädoyer für den reinen Online-Handel sein soll. Ganz im Gegenteil. Werbearartikel, wenn sie wirkungsvoll eingesetzt werden, haben nach wie vor einen großen Beratungsbedarf. Den kann das Internet noch nicht leisten, wird es wahrscheinlich nie leisten können. Das ist die gute Nachricht – aus der man aber was machen muss.

Schaut man sich im Netz nach Beratern/Händlern der Branche um, so sieht man schnell, dass längst nicht überall die Chancen des Mediums Internet genutzt werden. Unzählige Shops schwirren durchs Netz, an denen man nicht erkennt, dass dahinter ein Fach-Unternehmen der Branche steht. Emotionslose Ansammlungen von Produkten. Kein Hinweis auf Wirkung. Keine Hinweise auf Beratung. Nimmt man das Thema noch nicht in der ganzen Breite ernst, oder ist es ein Kostenproblem?

Mein Rat nicht nur für Einsteiger: Nutzen Sie die eProdukte des PSI – vom Product Finder bis hin zum Web-Shop. Das bietet greifbaren Mitgliedernutzen. Einfacher und preiswerter geht es nicht. Glauben Sie einem, der nahezu jedes Schlagloch des digitalen Zeitalters mitgenommen hat. Und glauben Sie mir auch: Heute ist es ist kein Hexenwerk mehr, up to date zu sein. Skepsis schlägt schnell in Begeisterung um, wenn Sie gute Produktkenntnis, guten Service, gute Beratung und mundgerechte, digitale Lösungen klug miteinander kombinieren.

In diesem Sinne



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



Manfred Schlösser



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

MEINE NALGENE FLASCHE

Weithals 1 Liter – blau

SIE HABEN DIE WAHL

Flaschentyp
Flaschenfarbe
Deckelfarbe



SIE BESTIMMEN

Logo
Motiv
Druck
Platzierung



Schnell und einfach bei Relags
meine Nalgene Flasche
konfigurieren lassen.

RELAGS GMBH

Im Grund 6 – 10
D – 83104 Tuntenhausen
Fon 0 80 65 - 90 39 0
E-Mail relags@relags.de

WWW.RELAGS.DE



REALLY FASHIONABLE

50

Auch die vergangene PSI hat wieder gezeigt, dass Werbung und Mode keine Gegensätze sein müssen. Längst gilt die Messe in der Modestadt Düsseldorf auch als Dreh- und Angelpunkt trendiger Promotionsbekleidung. Ob in der Freizeit, beim Sport oder der Arbeit: Werbetextilen sind en vogue ebenso wie Werbebotschaften „on Tour“.



TRENDS & BRANDS	Eine Menge Holz	4
	Ausschmückung	6
PSI 2016 SPECIAL		8
MODE, CAPS UND ACCESSOIRES	Really fashionable	50
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	60
	Karlsruher Werbemitteltag: Ein Tag voller Impulse	64
	wmm 2016: Erfolgreiche Bilanz trotz Besucherminus	66
TASCHEN, GEPÄCK UND REISE	Werbebotschaften „on Tour“	68
UNTERNEHMEN	Post-it®: Werbeartikel mit digitalem Mehrwert	86
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	88
MEINUNG	Ausblick PSI 2017: Ein Konzept von der Branche für die Branche	102
IMPRESSUM		104

PSI 2016 SPECIAL

8



Größer, geschäftsfreudiger und voller guter Ideen für die Werbung: Die PSI bleibt im Aufwärtstrend. Acht Prozent mehr Aussteller, 3,7 Prozent mehr Fachbesucher und eine auf 55 Prozent gestiegene Internationalität markieren das beste Ergebnis der europaweit größten Messe der Werbeartikelwirtschaft. Das PSI Journal wirft in seinem großen Special einen ausführlichen Blick zurück auf die PSI 2016.

EIN TAG VOLLER IMPULSE

64



Dem erfahrenen Team von Werbepräsent Hauptfleisch ist am 2. Februar nach einigen Jahren Pause wieder eine erfolgreiche Hausmesse gelungen. Das weitläufige Foyer des Zentrums für Kunst und Medientechnologie (ZKM) in Karlsruhe bot einen angemessenen Rahmen für den Event.

WERBEARTIKEL MIT DIGITALEM MEHRWERT

86



Dynamischer, interaktiver, integrierter: Michael Schiffer Promotion führt die nächste Generation cleverer Produktlösungen von Post-it® Promotional Products ein. Die neue Sparte Post-it® Notes connect steht für integrierte offline-online Produkte, die das Beste aus haptischer und digitaler Kommunikation vereinen. Und auf diese Weise den Werbetreibenden dauerhaft mit seinen Kunden verbinden. Direkt auf dem Smartphone.

AUSBLICK PSI 2017: EIN KONZEPT FÜR DIE BRANCHE

102



Es war ein Bilderbuchstart ins neue Geschäftsjahr. Die beste PSI seit Jahren mit mehr Ausstellern, mehr Besuchern, mehr Internationalität, mehr Innovationen. Die Branche zeigte sich rundum zufrieden. Auch die Vorausschau auf die PSI Messe 2017 ist positiv, wobei es doch hier und da noch Unsicherheiten gibt, was die Neuerungen angeht. PSI Geschäftsführer Michel Freter erläutert das neue Konzept.



Plüschtierwelt

Frische Ideen in Plüsch!

Wählen Sie Ihre Favoriten aus
mehr als 500 SEMO-Plüschtieren!

NEU!



Sonderanfertigungen für Promotion,
Maskottchen, ect.
– nach Ihren
Wünschen.

Promotion!



TRIGON Deutschland GmbH

Kränkelsweg 28 · D - 41748 Viersen
Tel. 0 21 62 - 53 00 8-0 · Fax 0 21 62 - 53 00 8-20
E-mail: info@semo.de · www.semo.de

**FÜR GEFIEDERTE FREUNDE**

Bastel-Futterhäuschen

Multiflower GmbH

PSI Nr.: 45974

www.multiflower.de**KNUFFIGER KLASSIKER**

Fallminenstift „Clickman“

e+m Holzprodukte GmbH

PSI Nr.: 42200

www.em-holzprodukte.de**IT'S TEATIME**

LoyalTea-Teebox Bambus

Giving Europe GmbH

PSI Nr.: 45737

www.givingeurope.de**EIN BIKE, DAS LAUNE MACHT**

„moodbike“

mood rooms eK

PSI Nr.: 49320

www.mood-rooms.de**EINE MENGE HOLZ**

Im Chinesischen ist Holz die Krone des Wachstums. Kein Wunder, zählen Gehölze doch kulturhistorisch zu den vermutlich ältesten genutzten Pflanzen. Und nicht nur diese. Gegenstände und auch Bauwerke aus Holz sind wesentlicher Bestandteil der menschlichen Zivilisation. Bis in die heutige Zeit hat sich Holz als einer der wichtigsten Rohstoffe für die Weiterverarbeitung bewährt. Nicht zuletzt, da er auch ein regenerativer Energieträger ist. Die Bedeutung von Holz drückt sich auch in vielen sprichwörtlichen Redewendungen aus, etwa „auf Holz klopfen“ oder „aus gutem Holz sein“. Letzteres gilt auch für unsere beispielhaft dargestellten Werbeartikel.

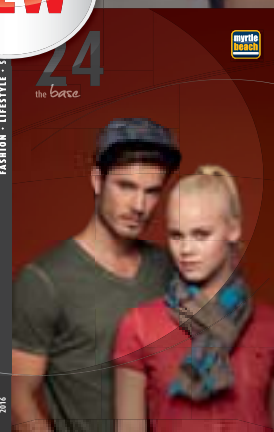
daiber



JAMES &
NICHOLSON

DREAM TEAM

NEW



FASHION • LIFESTYLE • SPORTS

GLITZERNDER MINITRESOR

USB-Stick „Ferraghini“ mit Swarovski-Steinen
 Macma Werbeartikel oHG
 PSI Nr.: 40909
www.macma.de

**SCHICK GEWICKELT**

Lederarmband mit Prägung und Logoniete
 HAPPY BRANDS
 PSI Nr.: 48600
www.happy-brands.com

**SCHMUCKE INSZENIERUNG**

Schmuckständer „Hang-up“
 TOPICO Handels-GmbH & Co. KG
 PSI Nr.: 44327
www.topico.de

FÜR ALLES, WAS GLITZERT UND GLÄNZT

Schmuckkoffer „Onyx“
 Inspirion GmbH
 PSI Nr.: 42907
www.promotiontops.eu

**AUSSCHMÜCKUNG**

„Schmuck ist nicht dazu da, Neid zu erwecken – bestenfalls Staunen“, sagte einst die Stil-Ikone Coco Chanel. Wahrlich erstaunlich ist, dass Menschen bereits vor 100.000 Jahren Schmuck verwendet haben. Sie schmückten sich mit Muscheln. Mehrgliedrige Halsketten können bis in die Altsteinzeit zurückverfolgt werden. Mit der Entdeckung der Verarbeitungsmöglichkeiten von Kupfer und Bronze sowie der Metallverarbeitung wurde Schmuck immer vielfältiger. In der Definition als ein kostbarer, zur Zierde am Körper getragener Gegenstand ist Schmuck auch ein gefragter Werbeartikel – ebenso wie die den Schmuck verwahrenden Schmuckstücke.

Vom Apfel zum Buch...

Jeder Bestandteil des Apfels wird genutzt ...



... um umweltfreundliche und nachhaltige Produkte zu schaffen.

Die Appeel-Kollektion der Lediberg Group folgt einer ökologischen Philosophie, die den Wert der Natur schätzt und respektiert.

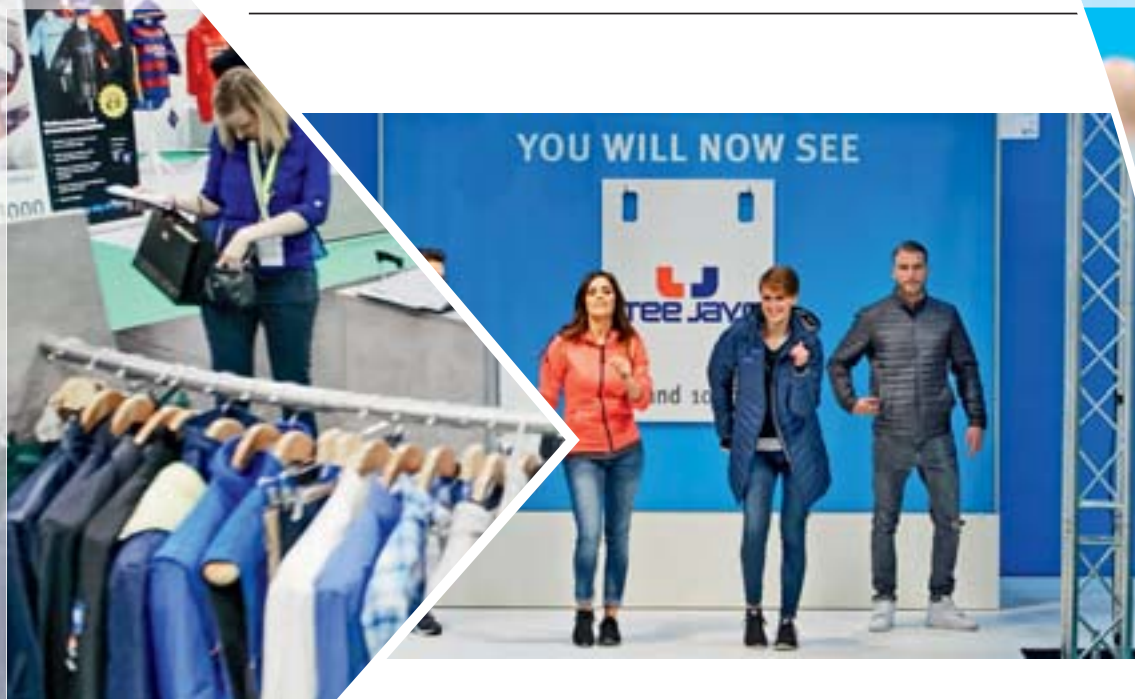
**ap
peel**

MADE IN ITALY

powered by

Lediberggroup





PSI CATWALK UND TEXTILE AREA

FASHION VOM FEINSTEN

Textilien bleiben Trendthema der Werbeartikel-Wirtschaft. Deswegen bot auch die PSI als wichtigste und größte Werbeartikelmesse Europas der Modewelt wieder einen angemessenen Rahmen, um ihre Kollektionen zu präsentieren. Wie bereits im Vorjahr war Halle 10 das viel besuchte und beachtete Textilzentrum der Messe. Mit professionellen Fashion-Shows und vielen Demonstrationen ein echtes Messe-Highlight.

Nie waren Werbetextilien so vielseitig, schick und funktional wie in den letzten Jahren. Und immer wieder kommen neue Segmente und Modelle hinzu, mit denen sich werbewirksame Konzepte für immer neue Zielgruppen realisieren lassen. Beispielhaft für diese Entwicklung nennen wir die beiden Erstaussteller Lätz Fätz mit werblichen Babysachen sowie ABER textil+design mit bunten, individuell gestalteten Socken.

WERBEANBRINGUNG LIVE

Für den Siegeszug werblicher Textilien ist sicherlich auch die Weiterentwicklung der Werbeanbringungstechniken verantwortlich, die nahezu unbegrenzte Möglichkeiten der Individualisierung eröffnen. In der TEX-

TILE FINISHING AREA in Halle 10, aber auch in der DEMONSTRATION AREA in Halle 12 konnte man live erleben, wie Werbung auf die Textilien kommt. Mit zunehmender Komplexität der Verfahren werden solche Einblicke in die Praxis immer wichtiger. Entsprechend positiv war die Resonanz des Handels.

KOMPAKT UND INFORMATIV

Die TEXTILE AREA, das gebrandete Areal um den PSI CATWALK herum, war in diesem Jahr um einiges erweitert worden. Hier stellten an übersichtlichen Countern vor allem Markteinsteiger, kleine oder stark spezialisierte Textilunternehmen ihr Leistungsspektrum vor. Diese Möglichkeit, sich zwar in kleinerem Rahmen, aber den-

noch im professionellen und thematisch passenden Umfeld zu präsentieren, wird inzwischen von den Ausstellern sehr geschätzt. Für textilinteressierte Besucher ein in vielerlei Hinsicht informativer Bereich, der einen schnellen Überblick über die große Bandbreite der Werbetextilien lieferte.

BEKANNTE RÜCKKEHRER

Neben vielen bekannten Textilausstellern aller Größenordnungen, darunter Gustav Daiber, SOL'S, Printfield, Garland Bridge, waren mit Kariban sowie Falk&Ross zwei prominente Rückkehrer mit dabei. Dies belegt die Bedeutung der PSI und damit auch des Werbeartikelbereichs für Textilunternehmen.



EIN GELUNGENES KONZEPT

„Ein ganz und gar gelungenes Konzept, perfekt für kleinere Aussteller und Einsteiger, noch dazu gut organisiert“ – für Dirk Schmidt ist die Messepräsenz ein voller Erfolg. Schon im Vorjahr hatte das Unternehmen viel Aufmerksamkeit bekommen, denn Malgrado war Sponsor des Riesen-T-Shirts im Eingangsbereich. Auch in diesem Jahr nutzte das Unternehmen aus Bergisch Gladbach bei Köln die Chance, mir relativ geringem Aufwand auf der PSI dabei zu sein. „Wir brauchen keinen großen Stand. Dieses Aussteller-Paket ist völlig ausreichend, um Kontakte zu knüpfen und präsent zu sein. Fruchtbare finde ich auch den Austausch mit anderen Textilausstellern hier, den Wettbewerb finde ich nicht störend, eher inspirierend“, so Dirk Schmidt.



Dirk Schmidt,
Malgrado



Charlie Taublieb, Textildruck-Experte

WERBUNG AUF SCHRITT UND TRITT

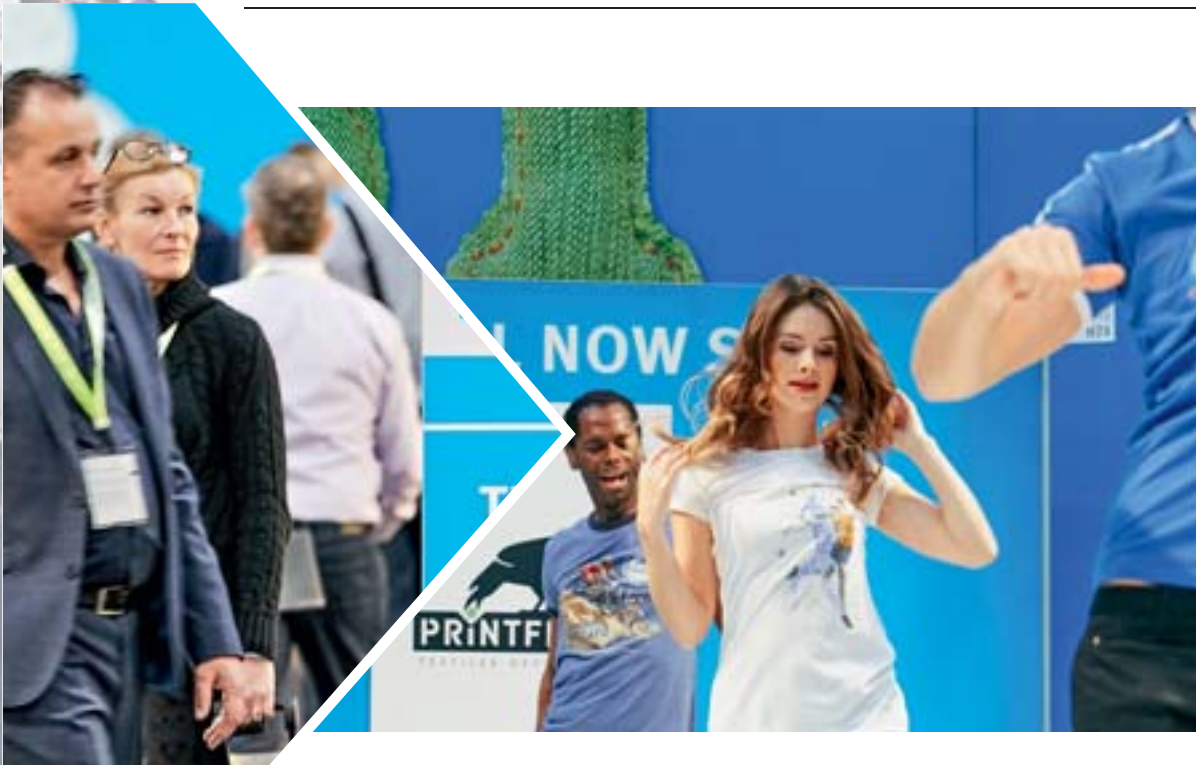
„Die PSI war für uns eine tolle Plattform, um eine große Anzahl von Werbeartikelberatern für unser neues Produkt zu begeistern. Der Standort direkt am CATWALK, wo unsere Socken in einer gelungenen Show präsentiert wurden, war ideal für uns. Viele Besucher überzeugten sich direkt nach der Show von unseren fröhlichen Gestaltungen. Wir haben footwear neu in den Fokus der Werbung gestellt. Unsere kreativen, aufmerksamkeitsstarken Designs transportieren den aktuellen Trend zu farbigen, fröhlichen Socken und Sneakers in die Welt der gegenständlichen Werbung. Design und Produktion in Deutschland, ökotex-zertifizierte Materialien und die Möglichkeit kleiner Stückzahlen – das sind nur einige unserer Stärken, die wir auf der PSI überzeugend präsentieren konnten“, erzählt Kirsten Dreyer, ABER textil+design.

LEARNING BY DOING

Fest zur PSI gehört seit einigen Jahren auch Charlie Taublieb, das „Urgestein“ kunstvollen Textildrucks. Der US-Amerikaner ist seit über 20 Jahren Experte und Autor im Bereich Siebdruck, der vor allem bei der Veredlung von Textilien zum Einsatz kommt. Auf der PSI 2016 zeigte „Dr. Print“ in der TEXTILE AREA, wie T-Shirts im Siebdruck individualisiert werden. Interessierte Besucher konnten selbst mitmachen und nahmen neben nützlichem Expertenwissen auch ein eigenes, unvergessliches Messe-Souvenir mit – viel Spaß inklusive.



Kirsten Dreyer,
ABER textil+design



QUALITÄT WIRD WICHTIGER

Das junge, dynamische Trio von Dresscue aus Berlin war zum ersten Mal auf einer PSI. Das Unternehmen wagte hier einen ersten Versuch, sich über die PSI-Messe einen größeren Markt zu erschließen. „Wir bieten Corporate Fashion und Werbetextilien sowie jede Veredelungsart, die technisch möglich ist. Bisher hatten wir schon viele gute Anfragen und sind zufrieden mit den Kontakten – und wir haben ein gutes Bauchgefühl. Wir legen sehr großen Wert darauf, alle Qualitätsstandards zu erfüllen – ein Thema, das zunehmend wichtiger wird. Je nachdem, wie sich die Messe noch entwickelt, entscheiden wir, ob wir wiederkommen.“



Christian Bütow, Robert Lehmann und Marius Paul (v.l.), Dresscue



Daniel Karlsson,
Custom Jackets

INDIVIDUELLER GEHT NICHT

Jacken in schwedischem Design ganz nach den Wünschen des Kunden – Custom Jackets macht's möglich: Der Kunde kann nicht nur den Stoff, die Funktionen oder eine Pantone-Farbe aussuchen, sondern auch alle möglichen Details wie Zipper, Knöpfe, Blenden, Laschen und anderes. Die Individualisierung erfolgt mit diversen Techniken. Sonderanfertigungen können ab 100 Stück realisiert werden. „Wir sind ein kleines, sehr spezialisiertes Unternehmen mit einem besonderen Angebot, das hier auf großes Interesse stößt. Wir haben schon gute Kontakte geknüpft und sind sehr zufrieden. Nicht umsonst ist das schon unser zweiter Auftritt in der TEXTILE AREA“, erklärt Daniel Karlsson.



020910 Basic Softshell Jacke Men
020916 Basic Softshell Weste Ladies
ERHÄLTlich IN 9 STARKEN FARBEN.

ALL YOU NEED IS CLIQUE®



Jetzt das neue
MYBOOK16 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



SOL'S ALS AUSSTELLER DER PSI 2016

SORTIMENTSERWEITERUNG UND NEUE SERVICES

Modische Textilien in allerbesten Qualität – dafür steht der französische Textillieferant SOL'S seit vielen Jahren. „SOL'S ist Mode, Qualität, Ethik und die stets große Nähe und Verbundenheit mit unseren Kunden“, sagte uns einmal Geschäftsführer Alain Milgrom, der das Unternehmen mit Sitz in Paris vor knapp 25 Jahren aufgebaut hat. Als Aussteller in Halle 10 bereicherte SOL'S den Textilschwerpunkt der PSI 2016. Das PSI Journal sprach mit Alain Milgrom über Trends, Produkte und Märkte.

Was hat der Werbeartikelhandel in diesem Jahr von SOL'S zu erwarten? Gibt es Neuigkeiten hinsichtlich strategischer Entscheidungen?

Zwischen 2015 und dem frisch angebrochenen neuen Jahr können wir auf einige

Neuerungen zurückblicken. Etwa hinsichtlich unseres logistischen Services, wobei wir für unsere Händler auf Wunsch die Kommissionierung der Bestellung übernehmen, so wie wir dies bereits seit einiger Zeit für die Verkäufer gemacht ha-

ben: Eine Dienstleistung insbesondere für alle, die wirklich große Stückzahlen realisieren wollen, aber eben nicht über ausreichend große eigene Lagerkapazitäten verfügen. Darüber hinaus haben wir den Fokus auf Zertifizierung unserer Produkte



gelegt. Das ist sehr, sehr wichtig für uns, wie die Entwicklung innerhalb des Werbeartikelmarktes schon seit geraumer Zeit gezeigt hat. Wir sind aktuell in Frankreich der erste Werbetextilien-Hersteller, der mit dem Fair Wear-Gütesiegel ausgestattet ist. Dasselbe gilt für unsere textilen Taschen, ausgezeichnet mit dem Umweltzertifikat. Außerdem haben wir mit Any Wear ein neues Konzept ausgearbeitet und nun auch in der Praxis gestartet. Unser Ziel dabei ist, mit SOL'S zum größten Spezialisten für Textilien und Gepäck zu avancieren. Will heißen: größtmögliche Produktvielfalt und größte Verbreitung in den Märkten.

Was können Sie zu neuen Produkttrends und Services sagen?

Neben den angesprochenen strategischen Veränderungen kann sich der Markt auf eine Reihe interessanter, neuer Produkte einstellen. Ich habe unser Konzept Any

Wear gerade angesprochen: Dazu gehört natürlich neben allen Facetten des Bereichs Fashion vor allem auch das gesamte Spektrum an Sportbekleidung für die Freizeit sowie für den Mannschaftssport, dazu gehört zudem Corporate Wear mit einem umfassenden Angebot an Arbeitskleidung für die verschiedensten Branchen mit den entsprechenden Anforderungen an Funktionalität und Qualität. Wir streben nach den 100 Prozent, möchten aus allen Disziplinen unseres Business das absolut Beste herausholen und die schier unbegrenzten Möglichkeiten der Gestaltung, der Vielfalt und des Vertriebs unserer Qualitätstextilien voll ausschöpfen. Daraus lässt sich ableiten, dass wir mittlerweile über einen immensen Katalog verfügen. Last but not least haben wir in Zeiten, in denen der Online-Handel floriert, eine Produktlinie im Markt lanciert, innerhalb derer der Kunde aus verschiedensten Kollektionen unserer Bekleidungstextilien der Linie SOL'S No Label auswählen und selbst gestalten kann.

Wie ist zurzeit die Lage des französischen Werbeartikel-Marktes allgemein?

Wenn wir über das Frankreich des gerade erst abgelaufenen Jahres 2015 sprechen, muss man konstatieren, dass es augenblicklich sehr schwierig um die wirtschaftliche Situation bestellt ist. Das hängt natürlich ganz eng mit den terroristischen Anschlägen zusammen. Die Menschen sind traumatisiert, es gab viele Stornierungen von Reisebuchungen. Doch nicht nur der Tourismus ist angeschlagen, auch der Bereich Souvenirs ist stark betroffen von diesem Rückgang. Zugleich hat sich der Ölmarkt verändert und damit wurde auch die Wirtschaft in einigen Ländern geschwächt. Vieles ist aus geopolitischer Sicht enorm ins Rollen geraten mit der Folge, dass das Wirtschaftsklima aktuell nicht gut ist. Aber es lässt sich glücklicherweise feststellen, dass die Franzosen trotz dieser besonderen Umstände über eine intakte Moral verfügen, sehr mutig nach vorne schauen und auch ihren Optimismus nicht verloren haben. Und auch wir bleiben motiviert, insbesondere mit unserer internen Ausrich-



Alain Milgrom, Präsident von SOL'S Europe

tung mit Any Wear, vor allem aufgrund der überraschenden Tatsache, dass wir mit SOL'S in der Bilanz des Jahres 2015 auf ein Plus von rund 15 Prozent zurückblicken können. Dies ist natürlich vor allem auch unserem tapferen und motivierten Personal geschuldet. Viele unserer Mitarbeiter leben in Paris und manche sind sogar von den erschütternden Ereignissen unmittelbar im Familien- und Freundeskreis berührt worden. Und trotzdem geht das Leben auch für sie weiter, für uns alle – wir schauen nach vorn und blicken schon jetzt voraus auf das nächste Jahr, in dem SOL'S dann auf 25 Jahre Firmengeschichte zurückblicken kann.





TASTING PAVILION GUSTO

KULINARISCHE VIELFALT IN NEUEM GEWAND

Probieren ist sicher die genussreichste Methode, neue Werbetoools kennenzulernen. Deswegen erfreut sich der Tasting Pavilion GUSTO auch so großer Beliebtheit, dass er in seinem dritten Jahr nochmals erweitert und gleichzeitig auch neu konzipiert wurde. Eine Anlaufstelle für alle, die das Besondere suchten.

Der schicke Stand in Halle 9 gegenüber der Competence Area bot 12 Ausstellern Platz, die allerlei Feines anzubieten hatten. Alles, was es da zu sehen gab, hatte das „gewisse Etwas“ und damit alles, was ein erfolgreiches, werbewirksames Produkt ausmacht: Seltene Zutaten, fantasievolle Zubereitungen, kreative Arrangements oder Verpackungen und schier unbegrenzte Individualität – Frische und Qualität selbstverständlich inbegriffen.

KULINARISCHE ENTDECKUNGSREISE

Mit seinem Lapp & Fao Präsent-Service präsentierte sich das traditionelle Bremer Handelshaus Bremer Feinkost auf der PSI als zuverlässiger Partner für individuelle Food-Präsente. „Wir bieten dem Handel eine breite Auswahl aus über 900 Feinkostprodukten regionaler und internationaler Manufakturen. Mit den Premium-Produkten bekannter Marken in liebevoller Aufmachung und anspruchsvoller Verpackung lassen sich vielfältige Geschenkideen entwickeln“, erklärte Marketing- und Vertriebsmanager Philipp Klemeyer. Mit seiner langjährigen Erfahrung bietet das Unternehmen maßgeschneiderte Lösungen aus einer Hand, von der Beratung über die professionelle Konfektionierung im Hause mit viel Liebe zum Detail bis hin zum Versand an den Kunden. Einen kleinen Vorgeschmack auf die Vielfalt der Produkt- und Markenwelten gab es am GUSTO-Pavillon.

www.lappandfao.com



Philipp Klemeyer, Lapp and Fao / Bremer Feinkost

CHOCRI: SCHOKOLADE SELBST KREIEREN

Einzigartige Aufmerksamkeiten aus hochwertiger Schokolade selbst gestalten – alles, was man dazu braucht, gibt es bei Chocri aus Berlin. Der Kunde wählt nicht nur die Schokoladensorte oder -form, er kann zudem aus über 80 weiteren Zutaten seine eigene Komposition erfinden. Die Verpackung kann im Corporate Design oder nach eigenen Vorgaben gestaltet werden. Das Ergebnis: Eine ganz persönliche Schokoladen-Präsent, das individueller kaum sein kann. Neben Tafelschokolade bietet Chocri auch individuelle Adventskalender mit Minitäfelchen und schokoladige „Weltreise“-Pakete im Schubert mit individuellem Motiv an.

www.chocri.de



DEUTSCHE DELIKATESSEN: FEINES AUS DEN REGIONEN

Von der Thüringer Bratwurst bis hin zu schwäbischen Spätzle – die regionalen Spezialitäten in Deutschland sind so vielfältig wie die Dialekte. Das Berliner Unternehmen liefert regionale Spezialitäten direkt vom Produzenten, die oftmals in Manufakturen und auf traditionellen Höfen hergestellt werden. Hochwertige Produkte also, die im wahrsten Wortsinn geschmackvolle Präsente sind. Sie werden nach Wunsch in Körben oder Paketen zusammengestellt und mit Werbebotschaft oder Logo versehen.

www.deutsche-delikatessen.de



KATHI RAINER THIELE: LIEBLINGSKUCHEN VERSCHENKEN

Handgemachte Kuchen im Glas oder leckere Backmischungen zum Selberbacken – über diese süßen Ideen freut sich jeder Kunde, vor allem, wenn er ganz persönlich damit angesprochen wird. Individuell sind die Kuchen allemal, denn man kann sie frei und kreativ passend zum Projekt oder zum Kunden zusammenstellen. Laut Hersteller Kathi gibt es dafür mehr als eine halbe Million Möglichkeiten. Sowohl die Bänderchen wie auch die Packungen können kundenspezifisch gestaltet werden.

www.kathi.de



KEKSZAUBER: SAG'S MIT KEKSEN

Individuelle Keksbotschaften mit Buchstaben- und Zahlen-Keksen aus feinsten Bio-Zutaten – persönliche Grüße an Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter sind damit schnell gezaubert. Das Keks-ABC gibt es in vielen verschiedenen Sorten, auch Logokekse oder Sonderformen sind möglich. Alles wird liebevoll verpackt in individualisierbaren Boxen. Und fertig ist das perfekte Keksgeschenk.

www.kekszauber.de





LÖBKE: BACKIDEEN VOM OBSTHOF

Ob Brot, Plätzchen, Kuchen, Muffins, Cupcakes oder gar Risotto – bei Löbke kommen viele gute Zutaten ins formschöne Glas. Die kompletten Backmischungen zum Selbstbacken gibt es in großer Vielfalt und bester Qualität. Nur Butter, Eier und Milch werden noch zugegeben. Individuelle Etiketten runden das Präsent ab. Diese Produktideen sind neu bei Löbke, dem anerkannten QS-GAP-zertifizierten Obstfachbaubetrieb am Rande des Teutoburger Waldes. Viele der eigenen Erzeugnisse werden seit über 30 Jahren in der Hofküche und Backstube mit Meisterhand zu westfälischen Köstlichkeiten verarbeitet. Hier hat die Herstellung von kulinarischen Präsenten Tradition.

www.loebke.com

SCHÄRFER WERBEN: SO SCHMECKT MALLORCA

Alle lieben Malle – Kunden, auf die dies zutrifft, macht man mit den kulinarischen Inselerinnerungen eine besondere Freude. Die verschiedenen Pakete spiegeln das vielfältige geschmackliche Spektrum malloquinischer Spezialitäten wider. Produkte wie ausgefallene Marmeladen, Öle, Honig, Senf, Mandeln und Marzipan, Gewürze und Wein wecken positive Emotionen und sind ideale Präsente für viele Zielgruppen und Anlässe.

www.100prozentmallorca.com



KING OF SALT: EXQUISITE WÜRZE AUS DEM URMEER

Flüssiges Salz? Allein schon der Gedanke, dass unser wichtigstes Würzmittel nicht kristallin, sondern flüssig ist, macht neugierig. Nach unserem Gespräch mit Boris Grönemeyer sind wir schlauer: Das naturbelassene Wasser des in 800 Meter Tiefe unter Bad Essen liegenden Urmeers hat einen Salzgehalt von 31 Prozent und wird von Hand in Sprühflaschen abgefüllt. Durch Zugabe von Direktsäften und Gewürzen entstehen verschiedene Geschmacksrichtungen. Doch das King of Salt Urmeersalz gibt es auch zum Streuen.

www.king-of-salt.de



JUST SPICES: GEPFEFFERTE WERBUNG

Werben mit Gewürzen macht Just Spices zum Kinderspiel. Ob Gewürzflyer, Dose oder Mühle – was hineinkommt, kann der Kunde aus über 100 Gewürzmischungen und 140 Reingewürzen selbst wählen. Alle Gewürze haben höchste Qualität und enthalten keine Geschmacksverstärker. Ein individuelles Gewürzkonzept bringt die Verpackung, die Gewürze, individuelles Design und das Firmenlogo auf einen gemeinsamen Nenner.

kontakt@justspices.de



DEINETORTE.DE: KREATIVE TORTENKONZEPTE

Nach dem Motto „Eine Torte sagt mehr als 1000 Worte“ kann man bei deinetorte.de exklusive Torten zu jedem Anlass bestellen. Dabei können Logos ohne Problem auf Torten, Cupcakes oder Macarons gedruckt werden. Oder man wird selbst kreativ: Der Kunde kann auf Größe, Form und Geschmack bis hin zur Motivwahl und zur Verpackung mit eigenem Branding Einfluß nehmen. Die Torten sind ideale Eyecatcher, beispielsweise bei Jubiläen, Geschäftseröffnungen oder auf Messen und Events. Auch als Präsente für Kunden und Mitarbeiter machen sie Furore. Die Meisterwerke sind versandfähig und 10 Tage haltbar.

Shoppern macht glücklich!



➤ "Meine Tasche steckt viel weg!"



Beim Shoppen und am Strand - Streifen machen schlank und sind so stylisch.



STRANDTASCHE SYLT | 56-0820562

SHOP  THE TOPS
Bummeln Sie jetzt durch unser Sortiment.

PromotionTops/Picoworld 2016 • Verlieren Sie keine Zeit, bestellen Sie jetzt.
Tel.: +49 421-5227-0 • Fax: +49 421-5227-403 • Jetzt shoppen unter www.promotiontops.com!



DAS PF CONCEPT SORTIMENT 2016

STYLISH, NÜTZLICH, NEU

Über alle Marken und Produktlinien hinweg gibt es 2016 viel Neues bei PF Concept. Einige Neuheiten für die kommenden Monate konnten Besucher auch am PF Concept Stand auf der PSI vom 13. bis 15. Januar erleben. Ein Überblick.



Mit nochmals vergrößerter Standfläche betrat PF Concept die PSI Bühne. Der neugestaltete Auftritt beherbergte zahlreiche der Neuprodukte des Multi-Spezialisten aus den Niederlanden.

Mit seinen vier verschiedenen Produkt-Welten, die vier unterschiedliche Marktsegmente adressieren – Bullet für preisgünstige Give-aways, Avenue für Geschenkartikel, Label für Textilien und WorldSource für Maßanfertigungen – offeriert PF Concept als echter Multi-Spezialist der Werbeartikelindustrie eine einzigartige Angebotsrange. In seinem ISO 14001 zertifizierten Werk in Polen verknüpft das Unternehmen zudem seine one-stop-shop-Lösung mit seinem Express-Bedruckungsservice SureShipTM innerhalb von 24 Stunden.

KAPUTAR

Die neue Elevate Kaputar Softshell Jacke hat PF Concept als PSI First Produkt auf der Messe präsentiert. Sie ist für Outdoor-Sport konzipiert, trotz Wind und Wetter und verfügt dank einer entsprechenden Membran über ein atmendes System. (Siehe auch Werbeartikel-Guide „Mode“ in diesem Heft.)

BRIGHTTRAVELS

Gleich zum Anfang des Jahres startete PF Concept mit einer komplett neuen Range für Reise-Accessoires. Mit der richtigen Ausstattung spart der Reisende nicht nur Gewicht, sondern auch Platz. Dank leichter Materialien und einem smarten Aufbau der Produkte ermöglicht PF Concept so ein einfaches und entspanntes Reisen. (Siehe auch Werbeartikel-Guide „Reise“ in diesem Heft.)

CALIFORNIA INNOVATIONS!

Kühle Getränke und frisch gehaltenes Essen für unterwegs wünschen sich viele. Gemeinsam mit PF Concept erweitert nun California Innovations!, eine der größten Kühltaschenmarken Nordamerikas, seine Präsenz in Europa. In der Kollektion ist für jeden Anlass etwas dabei, ob nun eine kleine mobile Kühltasche für die Wanderung oder das große Exemplar für ein Festival. Es bleiben keine Wünsche offen.

OPPENHEJM & JANSSON

Die Kooperation mit Oppenheim & Jansson, führender Hersteller von Sicherheits- und Erste Hilfe-Produkten, startete im Sommer vergangenen Jahres. Diese wird 2016 nicht nur fortgeführt, sondern weiter ausgebaut. So erwarten Sicherheitsbewusste auch hier neue Produkte, wie beispielsweise Warnwesten und Reflektorbänder für Radfahrer und Jogger.

TECHNIK-PRODUKTE

PF Concept treibt auch die Entwicklung verschiedener Produkte im Techniksegment voran. So gibt es Neuheiten bei Bullet, Avenue und WorldSource, die von Kopfhörer über Powerbanks bis hin zu USB-Hubs reichen – Technik, die begeistert.

www.pfconcept.com



2016 Mediadaten PSI

Online
downloaden!
[www.psi-network.de/
mediadaten](http://www.psi-network.de/mediadaten)





VIRTUELLE REISE

Die HALLE13 Area erwies sich auch diesmal als wahre Fundgrube an Innovationen, kreativen Ideen und erfindungsreichen Produktentwicklungen, die ihr Potenzial als außergewöhnliche und darum auch wirksame Werbeträger unter Beweis stellten. Hier geht ein Besucher auf die Reise mithilfe eines personalisierbaren „Virtual Reality Viewer“ von bloo Virtual Reality: Einfach VR Apps aufs Smartphone downloaden, Smartphone in den Viewer platzieren, aufsetzen und los geht's.

www.bloovr.com



TUE GUTES UND REDE DARÜBER

Der Logistik-Partner des PSI, das Unternehmen Cargo Seal, präsentiert sich als Spezialist für alle Transporte und Importe aus Fernost nach Europa. Seit 1995 bietet Cargo Seal in der Seefracht besondere Lösungsansätze. Mit „Ship and Truck“ hat die Gruppe eine bemerkenswerte Alternative zum Sea/Air Transport geschaffen und hilft auch PSI-Mitgliedern seit Jahren mit ihren speziellen Expresslösungen unnötige Mehrkosten zu vermeiden. Doch nicht nur auf Logistik-Ebene beweist das Team um Geschäftsführer Klaus Dittkrist (rechts im Bild) seine Qualitäten, auch auf sozialer Ebene bekennet Cargo Seal Farbe. Mit passionierten Billardspielern in den eigenen Reihen unterstützt das Unternehmen schon lange den Billardsport und dessen Jugend in Deutschland. Das neueste Charity-Projekt gilt – neben der Initiative „Ein Herz für Kinder“ – nun dem Kinderprojekt „Die Arche“, das sich besonders für Kinder aus sozial benachteiligten Verhältnissen engagiert. „Die Arche“ ist mittlerweile an 20 Standorten in Deutschland aktiv und erreicht bis zu 4.000 Kinder und Jugendliche mit ihren Angeboten. Auf der PSI trommelte man am eigenen Stand denn auch kräftig für diese gute Sache und ließ zudem die Kugeln rollen.

www.cargo-seal.de / www.kinderprojekt-arche.de



BITTE RECHT FREUNDLICH

Wer in der Branche auf der Suche nach elektronischen Werbemitteln ist, der kommt an Herzog Products GmbH nur schwerlich vorbei. Die Spezialisten bieten mit der Marke „Zogi“ ein vielfältiges wie werbestarkes Sortiment an USB-Sticks, Powerbanks, Musik, Gadgets und Crystal-Produkten. An seinem Stand in Halle 11 hatte das Unternehmen eine Fotoecke eingerichtet, in der sich Besucher ablichten und die Aufnahme auf eine der momentan besonders gefragten Powerbanks übertragen lassen konnten – eine Aktion, die (wie in unserem Bild zu sehen) bestens ankam.

www.zogi.biz



FRISCHE IMPULSE, DIE SCHMECKEN

Nicht nur draußen im Landen, nein, auch mitten in den Hallen der PSI lässt sich Gründerstimmung junger Unternehmen unmittelbar verfolgen, die sich anschicken, mit frischen Ideen der Branche originelle Impulse zu verleihen. Eins unter vielen war „knusperreich“, deren Protagonisten mit ihren ofenfrischen, individuell verpackbaren Cookies großen Anklang bei den Geschmacks-sensoren der Besucher fanden. „Handgefertigte Unikate statt liebloser Fabrikprodukte, eine frische Konsistenz anstelle von staubtrockener Krümelware und beste Bio-Zutaten ohne Konservierungsstoffe. Mit dieser Idee von leckeren Cookies stellen wir uns gegen das bisherige Angebot des Keksetabissements“, so charakterisieren die beiden Gründer Manu und Max ihre Kreationen.

www.knusperreich.de



EIN HAUCH VON MORGENLAND

Das Team des türkischen Textil-Anbieters Hasgül Tekstil hatte auf die PSI auch diesmal ein breites Sortiment modischer Promotionsbekleidung mitgebracht, das großen Zuspruch beim internationalen Publikum fand. Fast ebenso attraktiv aber zeigte sich der großzügige Stand mit orientalischen Gestaltungselementen. Authentische Akzente indes boten zudem eine traditionell türkische Mänertanzgruppe sowie ein Flöten-Zither-Duo, die mit ihrer Choreographie und ihren Klängen einen Hauch morgenländischer Stimmung verbreiteten.

www.hasgultextile.com



POST-IT® GOES DIGITAL

Für die PSI hatte das Unternehmen Michael Schiffer Promotion eine ganz besondere Innovation vorbereitet. Unter dem Motto „Wir stellen Werbeatikel auf den Kopf“ präsentierten die europaweiten Exklusivanbieter des Post-it® Werbemittel-Portfolios mit „Post-it® connect“ die nächste Generation cleverer Produktlösungen von Post-it Promotional Products. Über einen QR Code auf dem Produkt gelangt der Nutzer per App oder Browser in seinen persönlichen Cloudspeicher, den er über jedes Endgerät erreichen kann. Neben seinem privaten Speicher sieht er dort die Banner des Sponsors und den Sponsor-Ordner, in dem exklusive Inhalte auf ihn warten. Geschäftsführer Michael Schiffer demonstrierte stündlich die Vorteile dieses außergewöhnlichen Artikels, der die haptische mit der digitalen Werbewelt verbindet.

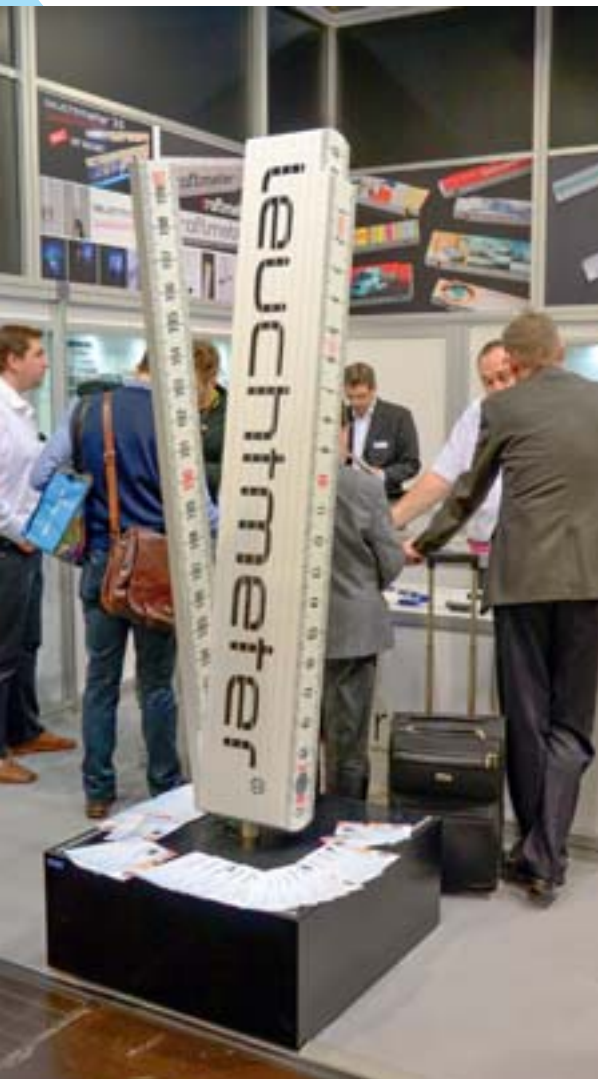
www.promotion.michaelschiffer.com

VERSPANNUNGEN VERBANNT

Drei Tage PSI Messe, das bedeutet für Aussteller wie Besucher auch drei Tage intensiver Produktrecherche, eingehender Gespräche und – bei vier Hallen voller Stände – auch ein nicht unerhebliches Pensum an zurückgelegter Strecke. Da ist temporäre Entspannung hoch willkommen. Beim Event Massage-Team von Massage Division, bestehend aus hochqualifizierten und professionellen Masseuren und Physiotherapeuten, waren deshalb die Behandlungsplätze auch meist besetzt. Stress und Anspannung an Kopf, Hals und Schulterbereich wurden hier gezielt ins Visier kundiger Hände genommen und nachhaltig herausgeknetet.

www.massagedivision.com





MASS-VOLLER AUFTRITT

Traditionsreich und gleichzeitig modern präsentiert sich das Unternehmen meterex – Experten auf dem Gebiet von Bandmaßen und Gliedemaßstäben. 2015 konnte man auf eine bereits 95-jährige, erfolgreiche Firmengeschichte zurückblicken. Als Stammgast der PSI ging der Fokus indes nach vorne ins neue Werbeartikeljahr. Die hohen Ansprüche an Qualität, Verarbeitung, Gebrauchsnutzen und Individualisierbarkeit machen die meterex-Produkte in ihrem Segment zu passgenauen wie lange wirksamen und damit auch zu äußerst begehrten Werbeartikeln, auf die zahlreiche namhafte Kunden in ganz Europa gerne und dauerhaft vertrauen. Als origineller Blickfang am Stand diente ein überdimensionaler Leuchtmeter, Abbild der maßgenauen „längsten Taschenlampe der Welt“, in der fünf Jahre an Entwicklung stecken und die nun schon in zehn Ländern patentiert wurde.

www.meterex.com



TECHNIQUE MEETS DESIGN

Zu den gern gesehenen und unverzichtbaren Dauergästen bei der PSI zählt das Unternehmen Nestler-matho aus Baden-Baden. Auch diesmal warteten die Spezialisten für Design- und Lifestyleartikel mit einem beeindruckenden wie vielseitigen Sortiment auf, das den charakteristischen Firmen-Slogan „Technique meets Design“ anschaulich und – wie es sich für einen haptischen Event wie diesen gehört – fühlbar widerspiegelte. Am angestammten Platz in Halle 12 begrüßten die beiden Geschäftsführer Karin und Peter Pfrommer zusammen mit ihrem starken Team Kunden und Neuinteressenten aus ganz Europa, die sich von den Qualitäten der technischen, Funktion und Design gelungen in Einklang setzenden Produkte überzeugen konnten.

www.nestler-matho.de



SMART, HIP UND MULTIMEDIAL

Modern wie auf allen seinen Unternehmensebenen zeigte sich der schweizer Schreibgeräte-spezialist Prodir auch in seiner neuen Messepräsentation auf der PSI. Der Anspruch des Unternehmens an seine Produkte, nicht nur gut zu schreiben, sondern auch glaubwürdig aufzutreten, gestaltet sich immer wieder überraschend neu und anders. So auch am Prodir-Stand, der durch seine Gestaltung neugierig machte auf die neuesten Kugelschreiber-Modelle. Smart, hip und multimedial lockte unter anderem eine breite Video-Wand ins Standesinnere, wo sich Schreiben und Werben auf unverwechselbare Art verbanden.

www.prodir.com



Promoswiss-Verbandspräsident Roger Riwar begrüßte die Gäste.

SCHÖNE SCHWEIZER TRADITION

Mittlerweile eine schöne Tradition im präsentablen Reigen internationaler Verbandsaktivitäten auf der PSI hat der sogenannte „Apéro“ des Verbands der Schweizerischen Werbeartikelindustrie Promoswiss. In diesem Jahr lud man partnerschaftlich verbundene Vertreter von Lieferanten und Händlern zum Ausklang des zweiten Messtages an den Stand von Bulb Bottles / Innique, wo man bei Häppchen und schweizer Wein über Aktuelles und künftige Projekte plauderte. In seiner Begrüßung wies Verbandspräsident Roger Riwar auf das kommende PSF-Forum hin, das in diesem Jahr an neuem Ort früher als sonst stattfinden wird. Veranstaltungsort ist am 10. März das Alpen Rock House, Dietikon in Zürich. Dort treffen namhafte europäische Produzenten und Lieferanten mit den schweizerischen Werbeartikel-Fachhändlern und -Agenturen zusammen.

www.promoswiss.ch / www.psf-forum.ch



PRODUKTIVITÄT AUF NEUEM NIVEAU

In Halle 12 im Bereich der DEMONSTRATION AREA tummelten sich erneut zahlreiche Spezialisten auf dem Gebiet der Werbeanbringung. Anschaulich konnten die Besucher hier nachvollziehen, wie die Werbung aufs Produkt kommt. Unter den technischen Innovationen sei hier stellvertretend der auf der PSI in die Werbemittelwelt neu eingeführte Inkjet-Flachbrettdrucker VersaUV LEF-300 LED UV des Unternehmens Roland DG genannt, einem renommierten Hersteller von Großformatdruckern, Schneideplottern, Druck- und Schneideplottern, Gravierer, Fräsmaschinen und Metalldruckern. Das Gerät, auf unserem Bild präsentiert vom Geschäftsführer der Roland DG Deutschland GmbH und einem Kollegen, kann eine breite Palette von unterschiedlichsten Gegenständen personalisieren. Mit der Erweiterung der Serie um den größeren und schnelleren LEF-300 können Kunden jetzt eine noch höhere Produktivität erzielen.

www.rolanddg.be / www.rolanddg.de



PSI INSTITUTE – COMPETENCE AREA

GEBALLTES WISSEN – NEU INSZENIERT

Auch die PSI 2016 hatte wieder Premieren zu bieten. Eine dieser Premieren war die PSI Institute – COMPETENCE AREA, die als zentrale Anlaufstelle für alle Aussteller und Besucher konzipiert wurde. Hier waren geballt auf gut 500 Quadratmetern alle PSI Services zu finden – und die Möglichkeit, ein gepflegtes Heißgetränk zu genießen.

Aufgeteilt in 13 Bereiche präsentierte sich die neue Informations- und Kontakt-Plattform. Reichlich Know-how hielten die Teams von PSI Händler Sales, PSI Xmedia und PSI eBusiness bereit. Besucher, die sich qualifiziert zu den Themen Mitgliedschaften, Produkte, Services, Distributor Finder und Supplier Finder sowie den weiterentwickelten PSI Product Finder 3.0, den neuen Webshop, Webshop plus, Konnektoren und Datenstrom informieren wollten, fanden in den PSI Profis

jederzeit kompetente Ansprechpartner. Für einen „Special-Effect-Charakter“ sorgte die 360° Visualisierung, mithilfe derer Produkte optimal in Szene gesetzt wurden.

BEST PRACTICE AN DREI TAGEN

Optimal in Szene gesetzt wurden auch die Produktpremieren des PSI FIRST Clubs. Erstmals standen die 50 Exponate gebündelt an einem Ort zur Ansicht. Hintergrund dieser Platzierung: Die PSI FIRST Awards wurden zum ersten Mal als Publikumspreis (People's Choice Award) vergeben. Wer zu-

dem alles Wissenswerte rund um die PSI SUSTAINABILITY AWARDS sowie die Sieger des Jahres 2015 erfahren wollte, war auf der Sonderfläche der PSI Institute – COMPETENCE AREA ebenso hervorragend aufgehoben wie die Besucher, die sich alltagstaugliche Anregungen aus Best-Practice-Beispielen holen wollten. Im neu eingerichteten PSI Institute – Best Practice Forum präsentierten Experten im Halbstunden-Rhythmus, der nicht immer konsequent durchgezogen werden konnte, ihre Erfahrungen und Erkenntnisse in 25 Fachvorträgen.

KNOW-HOW UND UNTERHALTUNG

Wer sein Wissen in kleinem Rahmen austauschen oder in Ruhe Kundengespräche führen wollte, für den war die ebenfalls neu geschaffene PSI matchmaking Lounge der ideale Platz. Die für ein gepflegtes Gespräch unerlässliche Tasse Tee oder Kaffee wurde am 5Cups Teapoint und PSI Coffeepoint gleich nebenan frisch zubereitet. Und etwas kühles Süßes gab es beim Eismann direkt dazu. Last but not least war die PSI Institute – COMPETENCE AREA auch die Adresse des PSI Service-Points. Hier boten der Zoll, das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) sowie das PSI Design Forum profunde Informationen rund um den Werbeartikel und ihn betreffende Richtlinien und Regelungen. Und damit alle in der Werbeartikelwirtschaft Tätigen auch wissen, wie man es auf keinen Fall macht, wurde einmal mehr die Aktion Plagiarius präsentiert. Hier waren einige dreiste Plagiate aus der Werbeartikelwirtschaft zu sehen. Wie man sich gegen Plagiate schützen und diese erkennen kann, wurde im Rahmen dieser Aktion veranschaulicht. Neben diesen ernsten Themen kam jedoch auch der Spaß keineswegs zu kurz. Die unterhaltsamen Akzente setzten das Tresor-Gewinnspiel, bei dem es 15 Hauptpreise zu gewinnen gab, und der stark frequentierte „Photo Booth“. Wer in Erinnerungen schwelgen möchte, kann die Schnappschüsse im Übrigen auf www.psi-messe.com anschauen.





WERBEARTIKELMARKT SKANDINAVIEN

Hier geht's lang zur ScandiBase. Und wer dem Pfeil folgt, kommt an Branchen-Intimus Klaus Beyer nicht vorbei, der auch diesmal als langjähriger Kenner und Teilnehmer des skandinavischen Werbeartikelmarktes als PSI-Repräsentant Kontakte zu interessanten Branchenvertretern und Messeveranstaltern der nordischen Regionen Europas herstellte. Im Fokus stehen hierbei die qualitativ vielversprechenden Messen in Schweden, Norwegen, Finnland und Dänemark. Wer mehr über den skandinavischen Markt und dessen Möglichkeiten erfahren möchte, kann sich direkt an Klaus Beyer wenden. Kontakt: Tel. +49 5824 985826, Mobil +49 172 7477262.

klaus@beyergmbh.com

„MESSAGE IN A BUBBLE“

Im Mittelpunkt des Messeauftritts von Success Werbung stand auch dieses Mal die Kultmarke Pustefix Seifenblasen. Fast jeder kennt sie und verknüpft damit positive Assoziationen an die eigene Kindheit und die Magie der Seifenblasen. Die Emotionalisierung der Markenbotschaft macht Pustefix zum idealen Werbebotschafter und diesen Aspekt stellte Success in den drei Tagen besonders heraus. Der neue Slogan „Schenken Sie ein Lächeln“ wird nun konsequent in allen Kommunikationsmedien transportiert. Und tatsächlich zaubert es einem ein Lächeln ins Gesicht, sobald man mit Pustefix in Berührung kommt.

www.success-werbung.de





PURE WELLNESS

Rituals, namhafte Kollektion luxuriöser, qualitativ hochwertiger Wellnessprodukte, umfasst Körper- und Gesichtspflegeserien ebenso wie Duftkerzen, Kleidung, Parfüm, Edelsteinkosmetik und Tees. Die Artikel haben sich auch in der deutschen Werbemittelbranche längst bewährt. Pünktlich zur PSI 2016 ist das ohnehin schon umfangreiche Sortiment nochmals erweitert worden und wurde vom Unternehmen Trendfactory dem Werbeartikelmarkt vorgestellt. Besucher konnten sich von der wohltuenden Wirkung und dem angenehmen Duft der Produkte am Trendfactory-Stand selbst überzeugen.

www.trendfactory.eu

TROIKA GIBT GAS

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 und Silikon in der Farbkombi Schwarz/Silber sorgt für den richtigen Dreh, wenn beim Flaschenöffnen mal richtig Gas gegeben werden soll. Troika warb für den neuen Artikel auf seinem PSI Stand mit einer publikumswirksamen Aktion, bei der sich Standbesucher auf einer schneidigen „Triumph“ ablichten lassen konnten.

www.troika.org





SÜCHTIG NACH MEHR

Das ganze Jahr über gibt es unzählige Gelegenheiten, jemanden mit einem Werbeartikel zu erfreuen. Und da gegenständliche Werbung mehr als einen unserer Sinne anspricht, ist sie nachweislich wirkungsvoller als andere Werbeformen. Richtig multisensorisch wird's, wenn die Werbung dann auch noch schmeckt und positiv „süchtig“ macht nach mehr. So wie beim Unternehmen Zuckersucht, einem leistungsstarken Hersteller im süßen Werbeartikelbereich. Hier werden einmalige Artikel täglich in feinsten Qualität von Meisterkonditoren gefertigt und veredelt. Dies war auch am Stand des Unternehmens auf der PSI zu verfolgen und zu schmecken, wo Lebkuchenherzen individualisiert und an die Besucher verteilt wurden.

www.live-to-cake.de

PSI DESIGN FORUM: INDIVIDUELLES DESIGN ERÖFFNET MARKTCHANCEN

Seit über 10 Jahren fungiert der Stand der vier erfahrenen Designer als Kompetenzzentrum für Design und Produktentwicklung. Auf der PSI 2016 war das Quartett in neuer Besetzung vor Ort: Mit Jörg Langkop ergänzt nun ein langjähriger Kollege von Lutz Gathmann, Henrich Piltz und Manfred Makedonski das Team. „Die Werbeartikel-Wirtschaft über den Design-Prozess aufzuklären, ist eine enorm wichtige Aufgabe. Denn mit individuellem Design eröffnen sich Lieferanten eine größere Marktchance. Wer nur Handelsware anbietet, bleibt dagegen vergleichbar. Im schlimmsten Fall droht Imageschaden durch billige Importprodukte“, erklärte Langkop. Auch in diesem Jahr waren am Stand wieder zahlreiche Beispiele gelungener Werbeartikel zu sehen, die bereits gut im Markt eingeführt sind. Durch ihren hohen Anspruch an Design und Qualität sind sie nicht nur wirksame Werbeartikel, sondern auch wertige Botschafter der ganzen Branche. Besonders guter Laune war Henrich Piltz: Denn für seine neue HAN smart-Line Schreibtischserie war er mit dem renommierten pro-K-Award ausgezeichnet worden. Die Kombination aus digitaler und analoger Schreibtischorganisation besteht aus Schreibunterlage, Stifteköcher, Smartphone- und Tablet-Ständer. Zeitloses und anspruchsvolles Design sowie hochwertige Verarbeitung zeichnen das Sieger-Produkt aus. Neben der Beratung der Besucher ist den Designern auch der Erfahrungsaustausch mit den Kollegen wichtig.



Botschafter guten Designs: (v.l.) Henrich Piltz, Lutz Gathmann, Jörg Langkop und Manfred Makedonski.



Von jeder Seite anders und im Grunde doch eins: der neue Gemeinschaftsstand der Choice-Gruppe.

CHOICE-GRUPPE

KONZENTRIERTES KNOW-HOW

Zwar sind alle der sechs unter dem Namen Choice-Gruppe verbundene Unternehmen als renommierte Werbeartikel-Produzenten treue wie langjährige PSI Aussteller, doch präsentierten sie sich nun erstmals gemeinsam auf einem Stand.

Mit über 200 Neuheiten aus den Bereichen Werbeschirme, Taschen, Sport-, Freizeit- und Arbeitskleidung für die Gastronomie sowie Porzellan und Spielzeug boten sie eine beeindruckende Auswahl an hochwertigen Produkten. Die Choice-Firmen FARE, Halfar, Daiber, Karlowsky, SND und mbw stehen nicht nur für Qualität und Vielfalt, sondern vor allem auch für eine kompetente lösungs- und kundenorientierte Beratung. Und dies war nur konzentriert zu erleben.

SYNERGIEEFFEKTE NUTZEN

Durch den gemeinsamen Auftritt der Spezialisten in Halle 12 konnte den Besuchern auch gebündelt demonstriert werden, welche Möglichkeiten zur Kombination von Produkten, Herstellungs- und Veredelungsverfahren nun realisierbar sind und welche Synergien sich mit der neuen Kooperation auftun. Dank des neuen Standkonzepts konnten Besucher den Stand von allen Seiten betreten. „Bei welcher Marke der Kunde den Stand auch betritt – unser



Jan Breuer (mbw) und Kai Gminder (Daiber) zeigten sich sehr zufrieden mit dem neuen Konzept.

Ziel ist es, ihn am Stand zu halten, so dass er sich auch die übrigen Sortimente zeigen lässt. Mit der Cateringzone mit Relax- und Beratungsplätzen im Zentrum bietet der Stand dem Kunden viele Möglichkeiten, sich bei uns aufzuhalten, sich zu informieren und auch ein wenig zu entspannen“, erläutert Jan Breuer.

OPTIMISTISCHE STIMMUNG

Das Konzept scheint aufgegangen zu sein: „Der Mittwoch war fast so gut wie der Donnerstag, an dem der Stand rundum komplett voll war. Auch die Stimmung war sehr optimistisch“, freute sich Kai Gminder. Die Lage des Standes in der Nähe des Ausgangs Nord-Ost habe sich positiv ausgewirkt. Im Hinblick auf die PSI 2017 sind sich beide einig: „Wir können nur hoffen, dass der Handel diese Chance nutzt und seinem Kunden zeigt, dass starke Lieferanten hinter ihm stehen.“



Zünftig und herzhafte wie immer ging's zu im elasto-Stadl. Hier nimmt man (und frau) gerne Platz.

Das Messer ist gewetzt. Gleich gibt's wieder deftiges Spanferkel, kulinarisches Highlight der elasto „Hüttengaudi“.

Schäfer Heinrich und zwei seiner Fans bei seinem Auftritt im elasto Stand.

ELASTO FORM AUF DER PSI 2016

WERBEMITTEL MIT NEUEN AUGEN

Bei PSI „Dauerbrenner“ elasto form gab es „Werbemittel mit neuen Augen“ zu bestaunen. Im bewährten Stadl-Stand der „elasto form Alm“ präsentierte sich das bayrische Traditionsunternehmen mit frischem Schwung und der Ausstrahlungskraft eines neuen Claims.

Neu beim Kunststoff-Spezialisten aus Sulzbach-Rosenberg waren neben mancherlei Novitäten auch die Gestaltung des Firmenauftritts einschließlich modern relaunchten Logos und neu gestalteter Webseite in trendigen Farben. (siehe rechte Seite) Doch setzt man bei der elasto form auch im Wechsel der Zeiten auf dauerhafte und liebgewordene Elemente: So brauchten die Besucher auf die zünftige Standparty mit Bier aus der bayrischen Heimat und den kultigen Spiegel-Event mit dem fetzigen Sound der elasto-„Hausband“ „Grögötz Weißbier“ nicht zu verzichten. Weiteres Highlight war der klingende Auftritt des „Bauer-sucht-Frau“-Promis Schäfer Heinrich mit seinen stimmungsvollen Gaudi-Songs. <





Ein unbedingtes Muss auch diesmal: Die elasto-Fete in der sympathischen düsseldorfer Altstadt-spielunke „Dä Spiegel“ mit Live-Sound der elasto-„Hausband“ „Grögötz Weißbier“.



Einen Eindruck vom neuen Auftritt konnten die Besucher im elasto-Stand gewinnen.

Neuer Auftritt: elasto form heißt jetzt „elasto“

Pünktlich zur diesjährigen PSI, der wichtigsten Werbeartikel-Messe in Europa, präsentierte sich die elasto form KG in neuem Gewand. Optisch frischt das Unternehmen mit über 35 Jahren Firmengeschichte nicht nur das Logo mit einer modernen Schrift und neuem Signet auf, sondern stellt mit dem internationalen Claim „Promotion for Life“ die Weichen Richtung Zukunft. „Marken sind Persönlichkeiten. Und Persönlichkeiten entwickeln sich weiter. Unsere Marke startet mit frischen Ideen und positiven Veränderungen in eine neue Ära“, fassen Geschäftsführer Marcus und Frank Sperber den neuen Auftritt in kurze Worte. Promotion for Life – das sind Werbeartikel, die perfekt ins Leben ihrer Zielgruppen passen: „Unser neuer Slogan ist für uns mehr als ein Werbespruch. Wir verbinden damit Werbeartikel und Lebensfreude – und beweisen das jeden Tag aufs Neue. ‚Promotion for Life‘ steht für unser Leistungsversprechen – mit klarer Haltung: Leben ist Bewegung. Leben ist Veränderung. Unsere Produkte und Leistungen passen perfekt dazu. Das ist die Voraussetzung für den Erfolg unserer Auftraggeber“, so die Geschäftsführer.

ABLÄUFE UND ABTEILUNGEN NEU STRUKTURIERT

Doch bei der Optik allein beließ es der Werbeartikel-Hersteller aus Sulzbach-Rosenberg noch lange nicht. Auch die internen Abläufe und Abteilungen wurden neu strukturiert und optimiert. „Für den Erfolg unserer Kunden müssen wir neue Wege beschreiten und unser Team zukunftsfähig aufstellen. Der neue Look soll uns dabei unterstützen, das moderne und frische Wesen, das wir der elasto form KG gegeben haben, nach außen zu transportieren und den Kunden deutlich machen, dass wir uns mit dem Trend weiterentwickeln und immer am Ball bleiben werden“, erklärt Raphaela Trenz (Marketing). Aus dem Familienbetrieb von 1980 hat sich im Laufe der Zeit ein international aktives Unternehmen mit mehr als 500 Angestellten weltweit entwickelt, das sich im Werbemittelmarkt etabliert hat. Mit über 200 Millionen verkauften Artikeln pro Jahr gehört elasto damit zu den führenden Werbeartikel-Lieferanten in Europa.

FLEXIBILITÄT UND SCHNELLIGKEIT

Marcus und Frank Sperber setzen in Zukunft noch mehr auf Flexibilität und Schnelligkeit: „Die Wünsche unserer Kunden werden immer individueller und auf diese Individualität wollen wir uns noch mehr und besser einstellen. Egal ob Angebotserstellung, Auftragsabschluss oder Produktionsabläufe. Als einer der größten Werbeartikel-Hersteller Europas möchten wir mit automatisierten und optimierten Prozessen bei Kunden und Interessenten punkten.“ Der Sortiment-Schwerpunkt soll weiterhin auf den drei wichtigsten Sparten aufbauen: Produktion Made in Germany, vielseitige Importware und individuelle Sonderanfertigungen. In diesem Zuge wurden auch die Homepage und der Online-Shop überarbeitet. elasto-form.de und elasto-shop.de finden sich ab sofort unter einer Adresse: www.elasto.de





ERFINDER AUF DER PSI

IDEENPOOL FÜR AUSGEFALLENES

Weithin sichtbar waren die blauen „Erfinder“-Schilder an den Countern, an denen sich auch auf der PSI 2016 wieder Aussteller mit besonders kreativem Potenzial präsentierten. Auffallend, pfiffig, genial – so manche Erfindung, die hier zu sehen war, beflügelte nachhaltig die Fantasie der Besucher. Wer Ausgefallenes, Innovatives und Trendverdächtiges suchte, war hier in Halle 12 richtig. Entsprechend groß war das Interesse an den rund 20 Erfindern vor Ort, die auch in diesem Jahr nichts an Originalität vermissen ließen. Einige von ihnen stellen wir vor.



ANTON STÖHR UND MARCO MÜNKEL, WUNDERFABRIK WAHRE WUNDERBÜRSTEN

Wir nutzen auf der PSI die Gelegenheit, einige unserer Wunderprodukte zu präsentieren, darunter etwa unser WC-Wunder, eine borstenlose WC-Bürste, und die kleinen ebenfalls borstenlosen Geschwister dieses Produkts, unsere verschiedenen Spül-Wunder, mit denen wir jetzt seit gut dreieinhalb Jahren erfolgreich am Markt sind. Wir arbeiten anstelle der Borsten mit einem antibakteriellen, bis 240 Grad Celsius hitzefesten Silikon, das sich wunderbar reinigen lässt und zugleich sehr langlebig ist. Ideal geeignet also etwa für Hersteller hochwertiger Bad- und Küchenartikel, die auf Umweltfreundlichkeit durch Müllvermeidung setzen möchten. Unsere Modelle lassen sich natürlich alle mit einem Logo oder Kundenslogan veredeln.

GERHARD HÄDICKE, HÄDICKE TÄUSCHEND ECHT

Das Besondere an unseren Produkten ist, dass diese „Gläser“ täuschend echt aussehen, eben wie mit echtem Bier, Rotwein oder Cola gefüllte Gläser – dabei sind es Kerzen! Sie bestehen im oberen Bereich aus Paraffin und im unteren Bereich aus einem speziellen Kerzen-Gel. Beides zusammen brennt perfekt ab und ist auf Wunsch sowohl mit als auch ohne Duft lieferbar. Zu den Zielgruppen zählen Getränkehersteller, Brauereien genauso wie Kneipen, aber auch sehr viele Geschenkartikel- oder Einzelhändler. „Wir möchten uns jetzt auch den Werbemittelsektor erschließen, nachdem wir zuletzt häufiger Bestellungen aus diesem Bereich bekommen haben. Wir sind das erste Mal hier und können schon feststellen, dass unser Angebot sehr gut angenommen wird. Wir sind sehr überrascht über die sehr große Resonanz“, so das Fazit von Erfinder Gerhard Hädicke.



HENDRIK SCHICKE, MR. CARDBOARD 3D-BRILLE FÜR DEN 360-GRAD-RUNDUMBLICK

„Wir bieten eine 3D-Brille für Mobiltelefone, womit man aber eben nicht nur in 3D sehen kann, sondern auch in 360 Grad – dadurch hat man das Gefühl, wirklich mittendrin zu sein. Die Idee wurde von google etwa vor rund zwei Jahren aufgegriffen. Der Fokus liegt auf der Individualisierung des Produkts, was gerade für den deutschen Markt zurzeit sehr interessant ist“, erläutert Hendrik Schicke. Die Brille lässt sich innerhalb von zehn Sekunden spielend leicht aufbauen, ohne lange basteln zu müssen. „Die PSI als führende Werbeartikel-Messe bietet uns eine ideale Plattform, unser Produkt vorzustellen: Es lässt sich hervorragend werblich individualisieren und eignet sich durch die ausgeklügelte Falttechnik auch sehr gut als Mailing- oder Streuartikel. Auch erfüllen wir höchste Ansprüche an die Qualität in Sachen Bedruckung und Individualisierung.“



KEVIN LIEHN, MEMORY SWEETS GMBH

SÜSSES MAL GANZ ANDERS

Memory Sweets handelt mit Süßwaren-Spezialitäten, die man nicht im Supermarkt findet. Daraus kreiert das Unternehmen individuelle, aber auch themenbezogene Geschenkpakete. „Jetzt möchten wir uns im Werbemittelbereich richtig bekannt machen. Angefangen hat alles 2013 mit unserer DDR-Retroschiene, dem „Einheitspaket“ – das ist emotional und weckt Erinnerungen. Es kam sehr gut an, woraufhin wir unser Sortiment auch auf internationale Süßwaren erweitert haben, zum Beispiel mit Edelpaketen oder Weltreisepaketen mit Schokoladen aus aller Welt“, so Kevin Liehn.

PAUL KUPFER, SOULBOTTLES

DIE SAUBERSTEN TRINKFLASCHEN DER WELT

Von soulbottles kommen die saubersten Trinkflaschen der Welt, CO₂-neutral produziert ausschließlich in Deutschland. Erfinder Paul Kupfer erklärt: „Bei unserer Produktion kann nichts Schädliches wie Weichmacher oder Chemikalien ins Wasser gelangen, da wir kein Plastik verarbeiten, sondern nur Glas, Edelstahl, Porzellan und unseren eigenen Naturkautschuk. Ein Euro je verkaufter Glasflasche fließt jeweils in verschiedene Trinkwasserprojekte. Unser Ziel ist, dass mehr Menschen in Deutschland das hervorragende, kostengünstige Leitungswasser trinken und weniger Plastikflaschen kaufen. Das funktioniert am besten, wenn die Flasche cool aussieht.“ Für Soulbottles ist der Werbeartikelmarkt ein toller Absatzmarkt: „Wir haben nach 60.000 verkauften Flaschen im letzten Jahr auch hier auf der PSI schon etliche Anfragen von Firmen bekommen, die die Flaschen für ihre Mitarbeiter haben möchten.“



PAULINE PAUTY UND AURÉLIE RAPHAËL, GAMES ON DEMAND

SPIELERISCH UND EFFIZIENT WERBEN

Games on Demand bietet seinen Kunden verschiedenste Spiele, die auf ein Markenlogo des Kunden adaptiert werden können. Mit diesem innovativen Kommunikations-Tool können sich Unternehmen spielerisch, effizient und zugleich nachhaltig präsentieren und ihre Marke mittels eines generationsübergreifenden und mobilen Werbeträgers positiv ins Licht setzen. „Die Werbemittelbranche bietet uns die perfekte Gelegenheit, unsere Produkte als Werbeträger an die verschiedensten Themenbereiche wie Gesundheit, Ernährung, Gastronomie, Umwelt, Sport, Finanzen, Feste und Veranstaltungen anzupassen und einem möglichst breiten Publikum aus den unterschiedlichsten Zielgruppen vorzustellen“, sagte Pauline Pauty.



„Von der PSI erhoffen wir uns natürlich auch weiterhin viele Neukunden-Kontakte, um den Verkauf unserer Produkte in diesem Vertriebsbereich deutlich anzukurbeln“, so Katrin Backhaus vom Intos-Team.

TECHNIK-HIGHLIGHTS VON INTOS

ECHT EINPRÄGSAM

EDV-Hersteller Intos Electronic präsentierte seine per Gravur veredelbaren Technik-Highlights erstmals auf der Leitmesse für Werbeartikel in Düsseldorf. Die IT-Experten zeigten Bluetooth-Speaker, Induktionslautsprecher und Powerbanks aus Walnussholz oder gebürstetem Aluminium.

Die neuen Produkte bereichern den mobilen Lifestyle. Mit individueller Prägung versehen sind sie stil- und wirkungsvolle Werbeträger und vermitteln den Empfängern Wertschätzung und halten den Gebraucher in damit guter Erinnerung.

GADGETS AUS WALNUSSHOLZ

Technikprodukte aus Holz verströmen Wärme und Wertigkeit. Fügt ein Unternehmen eine Gravur seines Firmenlogos hinzu, prägen sich Name und Marke gut ein. Zu einigen Gadgets aus seiner woodline-Serie bie-

tet Intos diesen Branding-Service an: Powerbank woodplate versorgt mit einer Kapazität von 5.000 mAh Handy, Digicam und Co. via USB mit Strom. Der flache Energieriegel fühlt sich gut an und passt in jede Tasche. Verblüffend, ganz ohne Bluetooth oder WLAN, trägt Induktionslautsprecher woodbrick Musik nach außen. Einfach nur das Handy auf die rechteckige Holzbox legen – schon ertönt Sound. Ebenfalls aus Walnussholz besteht der kleine Bluetooth-Speaker woodwoom, der durch seine runde Form besticht.



Verblüffend, ganz ohne Bluetooth oder WLAN, trägt Induktionslautsprecher woodbrick Musik nach außen.



Droht das Handy leerzulaufen, eilt die USB-Powerbank mit Taschenlampe zur Hilfe.

HELL UND HEITER

Positive Erinnerungen verschafft Kunden wie Mitarbeitern der kleine Bluetooth-Speaker Bobby in Würfelform und knalligen Farben. Mit integriertem Akku erweist er sich unterwegs als ausdauernder Begleiter bei der Audio-Wiedergabe und unterstützt zudem die Freisprechfunktion. Droht das Handy leerzulaufen, eilt die USB-Powerbank mit Taschenlampe zur Hilfe. Der zylindrisch geformte Kraftprotz mit Edelstahlgehäuse verlängert die Telefongesprächszeit um bis zu sieben Stunden und bringt mit heller LED Licht ins Dunkel. Gleich zwei Devices lädt die USB-Powerbank in iPhone-Form.

INTOS ELECTRONIC AG

Die Intos Electronic AG mit Sitz in Gießen ist Hersteller und Distributor für EDV-Zubehör mit Fokus auf Kabel und richtet sich mit ihrem Angebot an Fachhändler, Systemhäuser und Industriekunden. Ihre Eigenmarke InLine umfasst 4.000, das Gesamtassortiment über 6.000 Produkte, die in einer Verfügbarkeit von 95 Prozent vorliegen. Vorstandsvorsitzender Wolfgang Isenberg gründete das 80 Mitarbeiter beschäftigende Unternehmen 1991 und führte InLine 2003 ein. Sechs Vertriebsbüros in Deutschland sowie eines in Italien erhöhen die Vertriebsdichte. Fachhändler stöbern und kaufen unter: www.intos.de <



INTERNATIONAL AREA

INTERNATIONALITÄT IN ALLEN FACETTEN

Der Werbeartikel ist international und verbindet Nationen. Das wurde auch auf der PSI 2016 wieder deutlich. Mehr noch: Die europäische Leitmesse der Werbeartikel-Wirtschaft wurde ihrem eigenen Anspruch eindrucksvoll gerecht. Aussteller aus 38 Nationen und ein Dutzend internationale Partner und Verbände sind ein deutliches Indiz.

Im Vergleich zum vergangenen Jahr konnte die PSI 2016 an Internationalität noch einmal leicht zulegen. Das zeigte sich vor allem an der hohen Zahl an ausländischen Ausstellern, die auch in diesem Jahr wieder den Weg nach Düsseldorf gefunden haben. 473 von insgesamt 932 Ausstellern kamen aus dem Ausland und machten damit knapp über die Hälfte aller Hersteller und Lieferanten aus. Traditionell stark vertreten waren auch in diesem Jahr erneut Werbeartikelunternehmen aus Polen (71), den Niederlanden (62), Italien (51) und der Türkei (48). Die Liste der Top Ten-Länder komplementierten Aussteller aus Spanien (31), dem Vereinigten Königreich (29), Frankreich (28), Belgien

(23), Schweden (16) und der Schweiz (15). Erfreulich dabei war, dass neben internationalen Marktgrößen wie Goldstar Europe, Hasgül Tekstil, Kariban France, Matterhorn Sverige, SOL'S, Stilolinea, Victorinox oder Xindao, um nur einige wenige Beispiele zu nennen, auch kleinere Unternehmen – darunter einige Erstaussteller – in Düsseldorf vertreten waren. Alle gemeinsam wollten die Möglichkeiten nutzen, die die PSI Messe als Europas führende Leistungsschau bietet: Werbeartikel größeren Kreisen der Werbewirtschaft zu erschließen. Und was eignet sich dazu besser als „eine zentrale Plattform für den internationalen Austausch mit Außenwirkung in andere Branchen hinein“, wie PSI

Geschäftsführer Michael Freter die PSI bezeichnete.

VERBÄNDE ZEIGTEN DEUTLICHE PRÄSENZ

Möglichkeiten, größere Kreise der Werbewirtschaft zu erschließen war auch der zentrale Ansatz für die zahlreich vertretenen internationalen Verbände. Nicht zufällig fanden sich unter ihnen die Nationen aus der Liste der Top Ten-Ausstellerländer wieder. Einträchtig auf einer Standfläche innerhalb der zum festen Bestandteil der PSI gewordenen INTERNATIONAL AREA in Halle 12 präsentierten sich die Branchenverbände aus Polen (PIAP), Spanien (FYVAR), dem Vereinigten Königreich (PROMOTA) und Belgien (BAPP). Aus Russland



EIN DEUTSCHES BIER ZUR TEATIME

Völkerverständigung kann ganz unterschiedlich stattfinden. Ein interessantes Modell gab es anlässlich des traditionellen Empfangs von BPMA zu bestaunen. Very British, wie es sich für einen Branchenverband aus dem Vereinigten Königreich geziemt, luden Generaldirektor Gordon Glenister und seine Kollegen zur besten englischen Teatime zur BPMA Drinks Reception. Dabei wurde jedoch keineswegs das Nationalgetränk offeriert, das zu dieser Stunde zu erwarten gewesen wäre. Statt englischem Tee gab es deutsches Bier – selbstverständlich aus der Braukunst eines PSI Mitglieds.

mit dabei waren die IAPP sowie die IPSA Messe, die größte Veranstaltung rund um den Werbeartikel in Russland, die seit zwei Jahren mit PSI kooperiert. Als globaler Interessensvertreter war die IPPAG (International Partnership for Premiums & Gifts) in der INTERNATIONAL AREA vor Ort. Die Kooperative, die eine langjährige Partnerschaft mit PSI unterhält, hat neben zahlreichen europäischen auch Mitglieder aus Australien, Dubai, Indien, Mauritius, Mexiko, Neuseeland, den Philippinen, Singapur, Südkorea und den USA.

INTERNATIONALE TREFFPUNKTE QUER DURCH HALLE 12

Die internationale Präsenz war jedoch keineswegs auf die INTERNATIONAL AREA beschränkt. Die ScandiBase in Halle 12 war traditionell Heimat der skandinavischen Repräsentanten. Neben dem schwedischen Branchenverband S.B.P.R. war auch die Promotionmässan aus Stockholm vertreten. Finnland wurde durch seinen Landesverband PWA repräsentiert. Ebenfalls im Rahmen der ScandiBase empfing Branchen-Urgestein Klaus Beyer – durch sei-

TOP 10 DER INTERNATIONALEN AUSSTELLER (NACH LÄNDERN):

Land	Anzahl Aussteller
POLEN	71
NIEDERLANDE	62
ITALIEN	51
TÜRKEI	48
SPANIEN	31
UK	29
FRANKREICH	28
BELGIEN	23
SCHWEDEN	16
SCHWEIZ	15



ne langjährige Messtätigkeit in diesem Raum ausgewiesener Kenner des skandinavischen Werbeartikelmarktes – als PSI Repräsentant die Besucher. Weitere internationale Treffpunkte in Halle 12 waren der BPMA Pavilion, der neben dem britischen Branchenverband selbst auch sechs Aussteller aus dem Vereinigten Königreich beherbergte, der Stand des niederländischen Verbandes PPP sowie der PromZ Pavilion. Absoluter Magnet war einmal mehr die integrierte und längst kultige Holland Bar. Hier wurde am ersten Messetag in bester Stimmung und unter frenetischem Beifall der Anwesenden erstmals der „Product Media Advisor of the Year“ (PMA) gekürt. Der PMA 2015 wurde gemeinsam von der Zeitschrift promobiss und dem belgischen Verband BAPP vergeben. Die Premieren-Preisträger waren: Gemaco (Gold), Van Bavel Premiums & Gifts (Silber) und Sky-O (Bronze). Einzig die PSI Partner ASI (Advertising Specialty Institute) aus den USA und PTE (Promotion Trade Exhibition) aus Italien luden in den Messehallen 9 und 10 zum Austausch ein.

STARKER EUROPÄISCHER VERBAND GEFRAGT

Der besondere Stellenwert internationaler Branchenverbände manifestierte sich nicht nur in ihrer starken Präsenz. Michael Freter hob ihre Bedeutung in seiner Eröffnungsrede im Rahmen der Pressekonferenz ausdrücklich hervor: „Eigentlich bedürfte es auch eines starken europäischen Verbandes der Werbeartikelwirtschaft. Eigentlich. Denn wir brauchen Verbände, die sich politisch wie auch im Dialog mit der werbetreibenden Wirtschaft Gehör verschaffen. Nur so wird es gelingen, die Leistungsfähigkeit unseres Werbeträgers im Gesamtmarkt der Werbewirtschaft noch besser darzustellen.“



FRANZÖSISCHER VERBAND LUD ZUM APÉRIPUB

Während sich die Fläche hinter der PSI Institute – COMPETENCE AREA in Halle 9 mit feierfreudigen Gästen der PSI AFTER WORK Party füllte, trafen sich gleich nebenan in der Executive Lounge französische Aussteller und Händler zum Apéritub. Eingeladen hatte zu der zwanglosen Happy Hour der französische Branchenverband 2FPCO. Bei erlesenen Tropfen und kulinarischen Gaumenfreuden tauschten sich die französischen Vertreter zu Beginn des Werbeartikeljahres untereinander aus – ganz leger, locker und launig.



TOMASZ CHWIŁOWICZ, PIAP BERÜHRUNGSÄNGSTE NEHMEN

Als Verband geht es uns in erster Linie darum, PIAP vorzustellen, polnische Unternehmen zu promoten und die Vorteile einer Zusammenarbeit aufzuzeigen. Der polnische Markt hat sich verändert. Das möchten wir gern transportieren und Berührungsängste nehmen, vor allem den Deutschen. Das ist ein zentraler Ansatz, warum wir auf der PSI vertreten sind. Der deutsche Markt ist für polnische Unternehmen sehr wichtig. Ganz davon abgesehen ist die PSI für uns natürlich auch eine prima Gelegenheit, internationale Kunden zu treffen und zu zeigen: Polen sind zuverlässig.



WOJCIECH PAWŁOWSKI, BADGE4U PSI AUF KEINEN FALL VERPASSEN

Wir haben im Vorfeld der PSI sehr viel Werbung gemacht. Die vielen Besucher und das große Interesse an uns zeigen, dass wir richtig gehandelt haben. Wir sind sehr zufrieden. Die PSI ist für uns die wichtigste Messe. Wir treffen hier internationales Publikum und können uns vor allem auch auf dem deutschen Markt präsentieren, der für uns sehr bedeutsam ist. Seit 2008 kommen wir regelmäßig nach Düsseldorf. Die PSI lassen wir uns auf keinen Fall entgehen.



JOAN PERA GALLEMÍ, MANUFACTURAS ARPE SPANISCHE QUALITÄTEN BEWEISEN

Seit fünf Jahren stellen wir regelmäßig auf der PSI aus. Sie ist einfach die bedeutendste Messe in Europa und wir möchten diese Chance nutzen, neue Kunden zu gewinnen. In diesem Jahr präsentieren wir uns mit einem neuen, größeren Stand. 2017 möchten wir uns noch einmal vergrößern. Kunden fragen verstärkt nach Produkten, die in Europa produziert werden. Mit unseren Artikeln, die in Spanien gefertigt werden, kommen wir diesem Wunsch nach. So können wir kurze Lieferzeiten ermöglichen und hohe Qualitätsstandards pflegen. Und das möchten wir auch auf der PSI zeigen.



ERICH CORMANN, BAPP WICHTIGE THEMEN VORANTREIBEN

Als belgischer Branchenverband verfolgen wir mehrere Ziele. Zum einen möchten wir das Thema „Corporate Social Responsibility“ vorantreiben. Dann ist es uns natürlich auch wichtig, neue Mitglieder zu gewinnen. Zu diesem Zweck sind wir nicht nur auf der PSI, sondern haben auch unsere Werbeartikelmesse PromGifts im April sowie den Networking Day im August.

RICHARD ANDRÁS, ANDA PRESENT MIT GUTEM GEFÜHL VOR ORT

Anda Present ist seit über zehn Jahren auf der PSI vertreten. Und sie ist jedes Jahr aufs Neue ein Muss für uns. Sie ist wichtig, um den Kontakt zu bestehenden internationalen Kunden zu pflegen. Und sie ist für uns wichtig, um deutsche Kunden zu gewinnen. Wir sind mit einem guten Gefühl hier. Anda Present ist gewachsen und wir bieten ein ausgewogenes Sortiment. Unseren Schlüsselanhänger aus der Reihe „be creative custom“, in der Artikel individuell gestaltbar sind, haben wir bei PSI FIRST eingereicht.



ALBERT VAN DER VEEN, XINDAO VIEL POSITIVE ENERGIE

Wir sehen die PSI unter zwei Gesichtspunkten. Zum einen bietet sie uns die Möglichkeit, bestehende Geschäftsbeziehungen zu pflegen und zu intensivieren. Zum anderen ist sie für uns als Unternehmen wichtig, weil es einfach gut ist, als Team zusammen zu sein und gemeinsam aufzutreten. Die PSI gibt uns viel positive Energie. Wir sind mit unserem Angebot auf der Messe in Vorleistung getreten. Xindao zeigt Produkte abseits des Traditionellen und Alltäglichen. Wir haben viele gute Rückmeldungen zu unserem Stand und unseren Produkten bekommen. Inwieweit sich das für uns im Verkauf auszahlt, sehen wir am Ende des Jahres.

MILAN WALTER UND DAGMAR KELNAROVÁ, REDA SICH AUSTAUSCHEN UND TRENDS AUFSPÜREN

Wir kommen seit elf Jahren zur PSI. Die letzten fünf Jahre hatten wir unseren Stand am selben Platz. Mit dem ersten Messetag waren wir nicht ganz zufrieden. Wir hatten uns ein bisschen mehr Neukundengeschäft erhofft. Dafür haben uns mehr Bestandskunden besucht. Allerdings nutzen wir die Messe auch zur Beobachtung des Wettbewerbs und zum Austausch mit anderen. Wir gehen auch der Frage nach, was sind Trends? Unser Ziel ist es, mit unseren Produkten Kundenwünsche zu erfüllen. Das wir das können, zeigt das vergangene Jahr, in dem wir unsere beste Geschäftsentwicklung hatten.



MARIO CIRIOLO, STILOLINEA MIT NEUER STRATEGIE ZURÜCK- GEKEHRT

Nach zwei Jahren Abwesenheit sind wir 2016 wieder mit einer neuen Strategie dabei. Wir haben Stilolinea intern reorganisiert und verstärkt in die Entwicklung investiert. Wir glauben, dass 2016 ein guter Zeitpunkt ist, die Resultate unserer Arbeit, die Stilolinea Neuheiten zu präsentieren. So sind wir mit unserer innovativen S-Bella-Reihe vertreten. Stilolinea zeigt erstmals einen Drehkugelschreiber und den T-Screen, der nicht einfach nur ein normaler Kugelschreiber, sondern auch ein Sammlerstück ist. Wir präsentieren uns auf der PSI unseren Kunden und dem Wettbewerb. Unsere Botschaft ist: Wir produzieren alles unter einem Dach.

14.-15.
Juni 2016
in Bad Homburg

All about
Sourcing
Messe & Kongress

Indirekter Einkauf und Technischer Handel



Jedes Unternehmen benötigt Güter und Dienstleistungen für die Verwaltung und Produktionsunterstützung, ohne dass diese direkt in das Endprodukt einfließen. Während es für den direkten Einkauf eine Vielzahl von warengruppenspezifischen Messen und Kongressen gibt, fehlte im Bereich der indirekten Bedarfe eine übergeordnete, Themen umfassende Messe. Diese Lücke schließt die Sourcing – Alles was der Einkauf braucht. Die Veranstaltung ist eine offene, interaktive Plattform, die jeder mitgestalten kann und soll.

THEMEN

Das Angebotsspektrum umfasst Versorgungsleistungen für das Unternehmen:

- Technischer Handel und C-Teile-Versorgung
- IT, TK, Technik, Software
- Servicedienstleistungen (Fuhrpark, Travel-, Facility-Management, Energie, Entsorgung, Leasing, Catering ...)
- Beratungsdienstleistungen (Recht, Steuern, Finanzierung ...)
- Marketing (Werbemittel, Werbung, Vertriebsunterstützung ...)
- Personalwesen (Recruiting, Aus- und Weiterbildung...)
- u.v.m.

Es erwarten Sie:

- 2 Kongresstage Einkauf
- 2 Kongresstage Supply Chain und Logistik
- Thementage zu:
 - Big Data • Travelmanagement • Outsourcing • Soft Skills
 - Produktdateninformation • Flottenmanagement • Einkaufscontrolling
 - Output- und Dokumentenmanagement
- Intensiv-Tagesseminar „Strategien im Dienstleistungseinkauf“
- zahlreiche Workshops und Round Tables
- mehrere Netzwerktreffen
- Sourcing-Café zum Meinungsaustausch
- Elevator-Pitch für Personal-Recruiting Einkauf und Logistik
- u.v.m.

Zielgruppen:

→ Entscheider aus der Unternehmensleitung → Einkaufsleiter und Logistikleiter → Einkäufer von indirekten Gütern und Services → Warengruppenverantwortliche → Entscheider aus IT, Produktion, Marketing, Personal, Finanzen

Auf der **Sourcing – Alles was der Einkauf braucht** trifft sich die gesamte Einkaufs-Community.

Information und Anmeldung:

www.sourcing-messe.de



Armin Flörke, Hermann Flörke GmbH

Unseren Eckstand in Halle 11 haben wir nun zum zweiten Mal gebucht. Am ersten Tag hat es zwar zwei-drei Stunden gedauert, bis das Gros der Besucher hier angekommen war, doch dann konnten wir uns über genügend Frequenz nicht ‚beklagen‘. Vor allem am zweiten Tag herrschte viel Betrieb am Stand. Inzwischen zählen wir mit unserem Sortiment an bedruckten Nagelfeilen und Kunststoff-Sonderformen wie zum Beispiel recycelbare, spritzgegossene Radiergummis nicht mehr zu den Exoten. Man kennt und schätzt uns, auch weil wir eine eigene, qualitätsbewusste Fertigung in der EU besitzen. Auch nächstes Jahr sind wir wieder mit dabei. Die drei Tage hier machen uns immer Spaß. Und der Neu-Konzeption der PSI sehen wir positiv gespannt entgegen.



Florian Fickenschner, Logolini Präsente

Entstanden aus einer Familienkonditorei, die auf das Jahr 1625 zurückgeht, ist Logolini Handwerk und Genuss gleichermaßen verpflichtet. Bis heute steht Fickenschner's Backhaus hinter dem breiten Sortiment an individuell bedruckten Butterkekse und Plätzchen. Neben diesen Klassikern bereichert das traditionsreiche Unternehmen den Werbeartikelmarkt auch mit Torten, Kuchen im Glas und allerlei Bonbons und Süßem. „Wir sind sehr zufrieden mit der Messe, denn wir haben hier sehr viele Kontakte gehabt und jede Menge gute Gespräche geführt. Das hat mich gefreut und sogar ein wenig überrascht“, sagte Florian Fickenschner. „Besonders beliebt sind unsere Logokekse. Sie sind preiswert, vielseitig einsetzbar und können schon ab 400 Stück im Digitaldruck individualisiert werden.“ Die Torten können sogar nach Kundenwunsch als Einzelproduktion hergestellt und versendet werden.



Mark Busche, Smake GmbH

Nach einigen Jahren Pause war es für uns jetzt wieder an der Zeit, uns als Aussteller auf der PSI zu zeigen. Mit der nun auch als Firmennamen implementierten einzigartigen E-Commerce-Lösung ‚Smake‘ bieten wir Werbeartikelhändlern eine problemlose Schnittstelle zu ihrem System und ermöglichen ihnen, unabhängig vom Auftragsvolumen individualisierte Merchandising-Artikel über den eigenen Shop On-Demand zu kreieren und zu vertreiben. Standplatz und Zuspruch hier waren riesig und die Messe ist insgesamt super gelaufen für uns. Die Besucher haben sich die Zeit genommen für die Erläuterungen der Smake-Qualitäten und -Vorteile. Auch seitens des PSI kam man uns in der Standgestaltung entgegen und zeigte sich auch kurzfristig noch sehr flexibel. Ein Lob hier namentlich an Frau Proietti vom PSI Team. Auch der Visitenkartenscanner (Scan to Lead) hat uns sehr geholfen. Wir haben schon beim Aufbau des Standes direkt für 2017 nachgebucht. Nun sind wir aber erstmal bestens mit der Nachbereitung der Messe beschäftigt.





Tobias Köckert, Mahlwerck Porzellan GmbH

Wir hatten auf der PSI 2016 einen recht großen Andrang an unserem Stand. Neben den bekannten und geschätzten Geschäftspartnern konnten wir sehr viele neue Geschäftsbeziehungen knüpfen und vor allem viele Kunden aus dem Ausland treffen und beraten. Besonders erfreulich war, dass Nachfrage aus ganz Europa eine gewisse Kontinuität zeigt. Es waren viele Kunden da, die bereits erste Geschäfte mit uns abgewickelt hatten und sich nun anschicken, ‚Wiederholungstäter‘ zu werden. Es freut uns besonders, dass das PSI Café, präsentiert von Mahlwerck Porzellan, mit dem „besten Kaffee der Messe überhaupt“ von vielen Messebesuchern inzwischen als fester Anlaufpunkt auf dieser Messe wahrgenommen wird.



Martin Manns, Kellermeister Manns

Für uns war es eine sehr erfolgreiche Messe. Die Markteinführung der mit Lebensmittelfarben bedruckten Äpfel war ein Volltreffer. Wir hatten den Luxus viele Kunden, die wir bisher nur vom Telefon kannten, persönlich kennenzulernen. Neben

Adam Matuschek, Wera Werk

Wir sind vierten Mal nacheinander auf der PSI und bieten damit auch im vierten Jahr unsere Qualitätswerkzeuge im Werbemittelmarkt an. Das Geschäft auf diesem Sektor entwickelt sich bestens. So hatten wir im vergangenen Jahr einen Rekordumsatz auf diesem Sektor zu verzeichnen, und dies auch dank der PSI. Mit der Standposition sind wir zufrieden. Zwar hatten sich viele Kunden vorab schon bei uns angemeldet, doch der Kopf-Stand bescherte uns auch zahlreiche ‚Laufkunden‘ und damit neue Interessenten für unsere Kollektion. Ebenfalls erfreut sind wir über die Vielzahl neuer Anfragen und Bestellungen. Die Neuheiten kamen sehr gut an.





Stephan Horlebein, Maxim Ceramics GmbH

Mit Maxim nehmen wir nun zum dritten Mal in Folge an der PSI teil und sind als internationaler Hersteller gänzlich von dieser Plattform überzeugt. Bis zum Ende des dritten Messtages konnten wir uns fast durchgängig über sehr gute Gespräche und konkrete Anfragen freuen. Insgesamt sind wir absolut zufrieden mit dem Messeverlauf. Im Vergleich zum vergangenen Jahr verzeichneten wir einen Besucherzuwachs an unserem Stand von etwa zehn Prozent. Auch die Besucherqualität ist in unseren Augen weiter gewachsen. Zu den bestehenden konnten wir auch viele neue Kunden begrüßen, informieren und beraten. Und die Interessenten ließen sich hierbei auch meist mehr Zeit. Unsere Qualitätskeramik ‚made in Poland‘ kam auch diesmal bestens an. Das wird sie auch im kommenden Jahr, denn wir haben bereits den Stand für 2017 gebucht.



Henrik Nielsen, Image Kompagniet

Wir als Hersteller und Anbieter von Profile Clothing schätzen die PSI vor allem als international geprägte Plattform für unsere beiden modische Marken IK und Pitch Stone, die wir exklusiv für den Wiederverkäufer anbieten. Im Vergleich zum vergangenen Jahr konnten wir einen Besucherzuwachs verzeichnen. Darunter befanden sich sehr viel internationales Publikum, zum Teil auch aus exotischen Ländern. Den Anstieg verdanken wir aus unserer Sicht auch einer besseren Standposition und der Vergrößerung unserer Fläche. Mit der PSI im Rücken gehen wir positiv ins Jahr 2016 und erwarten geschäftlich ein Werbejahr mit stabilen Umsätzen und der Tendenz nach oben.

Michael Schiffer, Michael Schiffer Promotion / Post-it Promotional Products

Wir sind hochzufrieden mit der Resonanz, den inspirierenden Gesprächen und Impulsen, die wir auf der PSI 2016 mitnehmen konnten. Die Begeisterung, die unser PSI First Produkt Post-it Notes connect bei unseren Besuchern ausgelöst hat, ist extrem motivierend. Durch die hohe Qualität der Ansprechpartner auf der PSI wurde verdeutlicht, welche Tragweite die Entwicklung eines ständig aktualisierbaren und im Erfolg eindeutig messbaren Produktes für die gesamte Branche hat. Für uns war die PSI ein gelungener Startschuss in ein spannendes und chancenreiches Jahr 2016.





Erwina Styra, Skarpeta GmbH

Mit unserem jungen Unternehmen Skarpeta bieten wir der Branche ‚Werbesocken, die rocken‘ und nehmen nun zum zweiten Mal an der PSI teil. Wäre unsre erste PSI nicht so erfolgreich gelaufen, hätten wir uns diesen neuen Stand nicht leisten können. Aus unserer ersten Teilnahme resultierten nämlich viele erfolgreiche Projekte. Nun haben wir uns an einem neuen Standplatz sogar noch vergrößert und schon viele neue Kontakte knüpfen können. Mit unseren knalligen, peppigen Farben setzten wir ganz bewusst auf optische Reize, um potenzielle Kunden an den Stand zu locken. Und wir locken mit Socken, einem vielseitig einsetzbaren Produkt. Uns war es wichtig, die PSI ‚mitzunehmen‘. Das Feedback ist bislang gigantisch und die Branche offen für Neues. Wir werden auch im nächsten Jahr dabei sein.



Armin Rigoni, Heri

Ebenso neu wie originell: Heri, der Spezialist für Schreiben und Stempeln, hat den Stempel mal in einen anderen Zusammenhang gestellt und präsentierte einen Stempel, um individuelle Kekse zu gestalten. Ein Volltreffer, denn damit greift Heri den Trend zum Selbermachen gekonnt auf. Konstante Besucherzahlen, aber ein etwas geringerer Anteil ausländischer Besucher, vor allem weniger Franzosen – das ist die spontane Einschätzung des Messegeschehens von Armin Rigoni. Er kommt sofort auf die Zielgruppen-Erweiterung und Tagesverlegung der der PSI 2017 zu sprechen, die genau seine Bedürfnisse treffen: „Ich finde das neue Konzept toll, denn nur so können wir Lieferanten dem Kunden wirklich unsere Stärke zeigen.“

Peter Stelter, PF Concept

Die PSI-Messe ist aus unserer Sicht sehr erfolgreich verlaufen. Doch nicht nur die erweiterten Möglichkeiten, unser textiles Produktsortiment mit 37 neuen Styles zu präsentieren, hat uns überzeugt. Über alle Produktbereiche konnten wir rund 2000 Neuheiten präsentieren. Zudem hatten wir zahlreiche hochkarätige Gespräche, die auch zeigten, dass die Messe wieder internationaler aufgestellt ist. PF Concept sieht sie dennoch im sich ergänzenden Gesamtportfolio der nationalen Werbeartikelmesse in Europa, auf denen wir ebenfalls Aussteller sind. Die Besucherfrequenz an unserem Stand war sehr zufriedenstellend und auch die Qualität der Gespräche war sehr gut. Insgesamt ist festzustellen, dass die Stimmung im Markt wieder positiver ist. Wir haben bereits jetzt entschieden, dass wir auch 2017 wieder an der PSI teilnehmen werden. Eventuell sogar mit einem größeren Stand.





Alexander Ullmann, uma

Wir waren sehr zufrieden mit der PSI. Unser Messeziel war es, unsere Stammkunden zu treffen, ihnen die Neuheiten vorzustellen und die Geschäftsbeziehungen zu vertiefen. Das haben wir erreicht – allerdings haben wir auch viel im Vorfeld dafür getan: Wir haben die Kunden eingeladen und Termine vereinbart sowie Aktionen und ein Gewinnspiel eingebunden. Außerdem haben wir alle angebotenen Marketing-Services von PSI genutzt, zum Beispiel den Newsletter und PSI FIRST, auch hatten wir Muster in der Messetasche und in den Schütten im Eingangsbereich. Das alles war sehr wirkungsvoll und wir hatten tolles Feedback.



Frank Jansen, Niederegger

In Bezug auf Quantität und Qualität besser als im Vorjahr und gefühlt mehr internationale Besucher – für Frank Jansen und Niederegger hat sich die PSI 2016 gelohnt. „Ich habe viele gute Gespräche geführt, in denen oftmals schon die Zielgruppen-Erweiterung der PSI 2017 zur Sprache kam. Wir sehen das erweiterte Konzept eindeutig als Chance, um den Kunden direkt und ausführlich beraten zu können.“ Niederegger nutzte die diesjährige PSI, um zwei wichtige neue Themen vorzustellen: „Neu im Sortiment sind Adventskalender, die wir in verschiedenen Größen und Preisklassen auch im Sonderdruck realisieren können. Zudem launchen wir hier eine komplett neue Produktschiene mit Schokolade und Trüffeln. Sie kommt ganz ohne Marzipan aus, ist aber ebenso edel und lecker. Etwas ganz anderes eben“, versichert Jansen.



Frank Smets, V. Fraas

Etwa gleichbleibende Kontaktzahlen wie im Vorjahr, sehr hochwertige Gespräche und detaillierte Besucher-Fragen konstatierte Frank Smets vom Familienunternehmen V. Fraas. Für den renommierten Hersteller textiler Accessoires ist die PSI eine wichtige Plattform für den Austausch mit bestehenden Kunden ebenso wie für die Neukundenakquise. Deswegen hat Frank Smets auch schon für die PSI 2017 gebucht. „In diesem Jahr standen vor allem die aktuellen Plaids, Ponchos und Big Wraps (das sind extra große, warme Tücher) im Fokus des Kundeninteresses. Neben diesen top-modischen Artikeln liefern wir natürlich auch eine breite Palette an klassischen Accessoires wie Schals, Tücher, Mützen und Handschuhe – selbstverständlich ist alles individualisierbar.“ Das Besondere: V. Fraas bietet individuelle Produktentwicklung bereits ab 100 Stück an. Und fast alle Produkte sind Made in Germany – von der Herstellung der Garne über das Weben und Ausrüsten der Stoffe bis hin zu Design und Konfektion.





Jens Juntke, MinT Products

Der Slogan „Für jeden das richtige Notizbuch“ bedeutet Kompetenz und Herausforderung zugleich. Der geschmackvolle, farbenfrohe Stand des Frankfurter Unternehmens rückte die Notizbücher seiner Marke Fabio Ricci gekonnt ins rechte Licht. Uns haben besonders die warmen Farben und kreativen Einbände der Notizbücher gefallen. „Wir sind sehr zufrieden mit der Messe und haben schon viele gute Kontakte geknüpft. Wir haben uns große Ziele gesetzt und sind nun optimal ins neue Jahr gestartet. Ich kann nichts Negatives sagen“, so Jens Juntke. Geschenkverpackungen und Papiertragetaschen runden das Sortiment ab. Veredelt werden kann durch Prägung, Offsetdruck, Lasergravur sowie Logotek, einer patentierten Veredelungsform für 3D-Effekte.



Thorsten Köhler und Marco Reimann, reeko design

Nach der Integration in die Carstensen Import-Export Handelsgesellschaft und einem Jahr Messe-Pause hatte reeko design ein erfolgreiches Comeback auf der PSI 2016. „Die PSI ist die Leitmesse und für uns die Nummer eins. Hier haben wir die beste Möglichkeit, uns zu positionieren. Deswegen haben wir schon für nächstes Jahr gebucht“, so Marco Reimann. „Dank der erweiterten Möglichkeiten wird reeko künftig weiter wachsen und sein Sortiment erweitern, vor allem im Bereich Schul- und Büroartikel“, ergänzte Thorsten Köhler.

Manfred Nieder, SPS

Der international tätige britische Kunststoff-Hersteller SPS ist schon seit einigen Jahren PSI-Aussteller. Für Manfred Nieder ist es die zweite PSI als Vertriebsleiter SPS Deutschland. „Die PSI ist sehr, sehr wichtig für uns, besonders, um die Märkte außerhalb Großbritanniens zu erschließen. Das Interesse an unserem jungen, bunten und trendy Sortiment ist enorm, wir hatten mehr als ausreichend Händler hier, die sich dafür interessierten.“ Der PSI 2017 sieht er mit Spannung entgegen und freut sich auf neue Erfahrungen.





Martin Jung, Inspirion

Die verschiedenen Beratungs- und Relaxzonen des weitläufigen Standes waren ab Mittwoch Nachmittag durchgehend gut belegt. „Der Vertrieb geht zufrieden nach Hause“, so das Fazit von Marketingleiter Martin Jung. Im Fokus des Besucherinteresses standen vor allem elektronische Artikel. Der Stand war wie immer auch Treffpunkt der internationalen Mitarbeiter aus den Niederlassungen, zum Beispiel aus Polen und Ungarn. Davon profitierten auch die Kunden: „Gerade die Kollegen aus Polen kennen sich sehr gut mit Druck aus und konnten daher viele Fragen direkt und kompetent beantworten. Gleichzeitig nutzten sie die Messe auch, um sich selbst über die neuesten Technologien zu informieren“, so Jung.



Mirco Häßlich, Moll Logistik GmbH

Die Organisation der PSI ist gewohnt routiniert, alles gut zu finden über den übersichtlichen Hallenplan. Die Stände der Aussteller sind in diesem Jahr wesentlich attraktiver, das ist alles viel offener und heller. Die Messe hat sich insgesamt sehr positiv entwickelt. Nicht so schön finde ich die Abhänge in Halle 12. Ansonsten finde ich diesen stark frequentierten Chill-Bereich in Halle 9 mit den Kissen sehr schön.



Meinhard Mombauer und Frank Krüger, LM Accessoires

LM Accessoires hat die PSI genutzt, um seine neue Kampagne zu starten. Das Kölner Unternehmen hat sich mit viel Infotainment präsentiert und damit viel Aufmerksamkeit erzielt. „Zielsetzung der Show ist, unserem Kunden zu zeigen, wer wir sind und was wir machen. Wir sind Reflects! Wir verstehen uns als Team, zu dem auch der Kunde gehört. Innovation, Service und Zuverlässigkeit sind die Werte, an denen wir uns messen lassen. Die PSI 2016 war eine super Plattform, um uns zu präsentieren“, erklärte Meinhard Mombauer. „Mit der Standauslastung waren wir sehr zufrieden und haben viele intensive Gespräche geführt“, ergänzte Frank Krüger.





Dagmar Kornhaas, Maxx Factory/Papyrmaxx

Waschbares Papier? Das gibt es tatsächlich und war der Renner bei Maxx Factory, wo die Produkte unter dem Namen Papyrmaxx für viele Wow-Effekte sorgten. Das neue Material in Lederoptik ist reißfest, strapazierfähig, nachhaltig und eignet sich zum Beispiel für Gastro-Accessoires, Büroartikel oder auch (waschbare) Sitzkissen für Biergärten. „Das war eine super Messe! Am ersten Tag hatten wir bis zum Nachmittag bereits 200 Kontakte. Der Andrang der Besucher war unglaublich. Kein Wunder, denn das Material ist ja ganz neu für die Branche. Auch das Interesse an unseren Filzprodukte ist ungebrochen“, freute sich Dagmar Kornhaas.



Ralf „Felix“ Zahn, Kössinger

Die PSI ist für Kössinger eine feste Größe im Markt und ein unentbehrliches Marketinginstrument. „Die Besucherfrequenz war deutlich höher als im Vorjahr. Besonders gefallen hat mir die positive Grundstimmung, mit der ein Großteil der Händler ins neue Jahr gestartet ist. Kössinger hat seine Messepräsenz auch dazu genutzt, um seine Marketing Services für Händler vorzustellen, zum Beispiel den „Tassenrechner“: Dieses Tool ermöglicht es dem Händler, innerhalb von Sekunden ein Angebot für eine individualisierte Tasse zu Industriepreisen zu erstellen. Was zudem sehr gut ankommt, ist unser PDF-Marketing-Service. Damit stellen wir dem Händler eine große Auswahl an fertig vorbereiteten Marketing-Aktionen zur Verfügung. Er wählt einfach die für sein Ziel passende Variante aus und kann sie direkt als Newsletter oder Mailing an den Kunden versenden“, erklärt Zahn.

Reza Etehad, Tröber

Seit mehr als 60 Jahren steht Tröber für Entwicklung, Design und Marketing von Feuerzeugen, Raucherbedarfs- und Werbeartikeln. Der langjährige PSI-Aussteller hatte auch auf der diesjährigen Messe viel Neues im Gepäck. Das offene Standkonzept konzentrierte sich stärker auf die Präsentation von Services, die Produkte rückten mehr in den Hintergrund. So stand mit „Atomic Wood Decor“ eine besonders hochwertige Veredlungsmöglichkeit im Fokus. Was muss man sich darunter vorstellen? „Das Trägermaterial für die Werbebotschaft ist hauchdünnes Echtholz, das bedruckt und dann auf die Feuerzeuge aufgebracht wird. Atomic Wood Decor gibt Feuerzeugen aus Kunststoff ebenso wie aus Metall einen edlen Look“, erläutert Reza Etehad. Ebenfalls zu sehen waren neue Produktlinien aus Kork und Bambus, die neuerdings das Produktportfolio des Hamburger Unternehmens bereichern. Auch Beratung wurde großgeschrieben: Kunden konnten sich unter anderem darüber informieren, wie sie mit den Tröber Digital Services die neuesten Technologien nutzen können, um ihr Business zu boosten. „Gute Gespräche, ausreichend Kontakte, auch international. Allerdings ist der Anteil russischer und ukrainischer Kunden rückläufig“, so das Fazit Etehads.





MODE, CAPS UND ACCESSOIRES REALLY FASHIONABLE

Auch die vergangene PSI hat wieder gezeigt, dass Werbung und Mode keine Gegensätze sein müssen. Längst gilt die Messe in der Modestadt Düsseldorf auch als Dreh- und Angelpunkt trendiger Promotionsbekleidung. Ob in der Freizeit, beim Sport oder der Arbeit: Werbetextilen sind en vogue.

Wenn man durch die Messehallen der PSI schlendert, ist es nicht zu übersehen: Werbetextilien nehmen einen bedeutenden Raum ein im bunten Reigen der Werbemittelwelt. Zahlreiche kleine wie große Stände widmen sich personalisierbarer Kleidung und entsprechenden Accessoires. Diesem starken Bereich verleiht das PSI durch seinen nun bereits zum dritten Male installierten CATWALK eine besondere Bühne. Professionell wurden und werden hier die Kollektionen zahlreicher Aussteller auf dem Laufsteg gebührend in Szene gesetzt. Zu den neben Sport- und Freizeitbekleidung wichtigen Segmenten gehört hier auch die Corporate Wear, also die stilvolle Kleidung, die Unternehmensidentität und Orientierung vermittelt. Ob Business- oder Arbeitskleidung, wenn hier die Symbiose aus dem Zeitgeist entsprechender Eleganz, optimaler Passform sowie Funktionalität stimmt und sich der Träger darin zudem wohlfühlt, profitiert auch das Image des werbenden Unternehmens. Doch auch die Accessoires müssen dazu passen. Auch hier bietet die Branche eine modische Auswahl. <



Flugzeug

Das österreichische Trendlabel „Flugzeug“ hat seinen erfolgreichen Flug in den Modehimmel mit dem beliebten Modegürtel mit original Flugzeugschnalle gestartet, der mittlerweile zu einem Kultprodukt aufgestiegen ist. In sechs verschiedenen Farben verfügbar sind die Gurtbänder aus robustem Sitzgurtmaterial angefertigt und zeichnen sich durch stufenlose Verstellbarkeit aus. Im letzten Jahr hat Flugzeug eine Pan Am-Edition in zwei verschiedenen Versionen herausgebracht: eine blaue mit trendgerecht eingewebtem Schriftzug und eine diskretere Version mit einem einfachen schwarzen Gurtband. Beide verfügen über das kultige Pan Am-Logo, das auf der Gurtschnalle eingraviert ist. Alle Flugzeug-Produkte können mit Text und/oder Logo des Kunden co-gebrandet werden.

PSI 49626 • Flugzeug • Tel +43 664 9294099

cockpit@flugzeug.at • www.flugzeug.at



Idea Force International

Der erste Blick fällt auf den Hut und setzt das Logo somit aufmerksamkeitsstark in Szene. Ein Hut ist ein beliebtes Give-away, über das sich jeder freut. Egal ob Strohhut, Filzhut oder Polyesterhut, ein Hut wirkt immer cool und ist zugleich dekorativ, praktisch, robust und langlebig. Ausgefallene Designs, Materialien und Formen machen es möglich, jede Zielgruppe individuell anzusprechen. Die klassischen Einsatzgebiete der Hüte sind Festivals und Open-Air Veranstaltungen. Die Kunden sagen einfach, zu welchem Event sie die Hüte einsetzen wollen und Idea Force International liefert die Ideen dazu.

PSI 49204 • Idea Force International GmbH • Tel +49 6105 2973-0

www.ideaforce.de • info@ideaforce.de



Schultertasche für Tablet PC

NEU

TOP Qualität



Laptop-Tasche

NEU

TOP Qualität



Rucksack

NEU

TOP Qualität

STRIMAXX & FRIENDS GmbH

Vertriebsbüro Hamburg
Alte Holstenstraße 22, D-21031 Hamburg
T +49 (0)40-739 2668-0
F +49 (0)40-739 2668-29
www.strimaxx.de, info@strimaxx.de



WANDLUNGSFÄHIGE TEXTILIEN

Als angemeldete Weltneuheit kündigt Vermod Schieber die Wandeltechnik für textile Produkte an. Eine Erfindung, die auf der Möglichkeit basiert, textile Produkte mit geringem Aufwand in andere Produkte umzuwandeln: Die Grundelemente sind vorwiegend textilen Ursprungs, jedoch mit unterschiedlichen Materialeigenschaften. Die Verbindung zwischen den textilen Teilen erfolgt durch das Nähen mit wasserlöslichen Garnen: Bei der Werbetragetasche, die zum T-Shirt wird, sind die benötigten Armelemente sowie der Ausschnitt verborgen. Erst durch den erforderlichen Waschgang wird die wasserlösliche Befestigung gelöst und es erfolgt eine problemlose Umwandlung in die vorgesehene Endstufe, wie etwa das T-Shirt. Mit dieser Technik lassen sich auch andere Wandelprodukte wie Seminartasche in Partyschürze, Flaschentragetasche in Flaschenhülle, Rucksack in Adventskalender und weitere Ideen umsetzen. Durch die Wandlung lassen sich auch bedruckte Textilteile verändern. Pfiffige Beispiele sind Transparenz, Logos oder die Wechsel von Berechtigungen, Hierarchien oder der Rangliste. Weitere Infos bei Vermod Schieber.

PSI 47448 • vermod k. h. schieber • Tel +49 7042 98822 oder 93322
info@vermod.de • www.vermod.de



MASSGESCHNEIDERTER AUFTRITT

Genauso wichtig wie die perfekte Qualität ist auch das Design. Dies gilt insbesondere für maßgeschneiderte Krawatten und Tücher. Das Design dieser Produkte gibt Aufschluss über die Persönlichkeit des Kunden. Aus diesem Grund legt TailorTies viel Wert auf die authentische Gestaltung des Kundenlogos, auf die Farben und individuellen Wünsche des Kunden sowie auf Aussehen und Haptik des Produkts. Das Designstudio von TailorTies ist das kreative Herz des Unternehmens. Die Designer von TailorTies setzen die gewünschten Veredelungen nach den neuesten Fashiontrends um. So kann zum Beispiel ein Logo Ton-in-Ton eingearbeitet oder auch deutlich sichtbar in das Produkt eingewebt werden. Hochwertige Qualität von Krawatten und Tücher verbunden mit einem gutes Preis-Leistungs-Verhältnis machen TailorTies machen die der textilen Accessoires zu aparten Werbeprodukten und verhelfen den Trägern zu einem perfekten Auftritt.

PSI 41941 • Trendfactory / TailorTies • Tel +31 25 26 756190
info@tailorties.com • www.tailorties.de

daiber

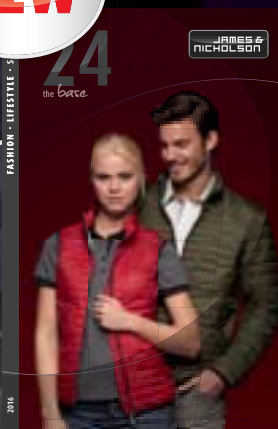


JAMES &
NICHOLSON



STYLE IS OUR
BUSINESS

NEW



FASHION • LIFESTYLE • SPORTS



HIER NAHT VIEL NEUES

Der zunächst dezent erscheinende AC-Stockschirm Colorline von FARE sorgt für einen echten Überraschungseffekt nach dem Öffnen und lenkt die Blicke auf die aufeinander abgestimmten Farben von Stock und Schienen. Die farblich passenden Ziernähte am Saum von Bezug und Schließband bilden die perfekte Ergänzung zur kräftigen Farbe von Stock und Gestell. So wirbt man gerne mit seinem guten Namen – mit einem Doming (Fotosticker) oder Lasersticker am hand-sympathischen Softgriff oder der Auslösetaste. Weiterhin lässt sich der Softgriff durch eine EVA-Lasergravur veredeln. Durch die praktische Automatik-Funktion lässt sich der Schirm komfortabel per Knopfdruck öffnen. Für höhere Gestell-Flexibilität und bessere Windsicherheit sorgen die Windproof-Eigenschaften und die stabilen Fiberglasschienen. Der exklusive Softgriff bietet die Möglichkeit einer Werbeanbringung in Form eines Laserstickers oder Doming – realisierbar auch in den eigenen CI-Farben.

**PSI 43144 • FARE – Guenther Fassbender GmbH • Tel +49 2191 60915-0
info@fare.de • www.fare.de**

SEIDENACCESSOIRES REVOLUTIONIERT

Auf der Suche nach neuen, frischen Designideen für Schals und Einstecktücher passend zu den aktuellen Double-Face-Krawatten entwickelten die Alta Seta-Geschäftsführer Toska Siekmann und Patrick Polaniok gemeinsam mit der Produktion eine Methode, die es zulässt, beide Seiten der seidigen Accessoires mit unterschiedlichen Dessins zu bedrucken – und zwar so, dass die Farbe der einen Seite nicht auf die andere Seite durchdrückt. Herausgekommen ist ein völlig neues, aufregendes Produkt – vielseitiger und individueller als jemals zuvor. Die neuartigen Schals und Tücher erlauben, was gefällt. Auf der einen Seite modisch aktuell, auf der anderen Seite klassisch, gern mit präsentem oder dezentem Logo. „Fast alles ist möglich“, verspricht das Unternehmen. Und Alta Seta ist nach ersten überaus positiven Reaktionen fest überzeugt: Diese noch nicht im Einzelhandel erhältliche Innovation mit ihren Möglichkeiten wird die Werbemittelpartner überzeugen – und letztlich natürlich die Industriekunden. Erhältlich sind die besonderen Double-Face-Artikel in der Kollektion schon ab kleinen Stückzahlen in folgenden Ausführungen: Karo mit Uni, Streifen mit Punkten, Paisley mit Minimals und in der Sonderanfertigung ab 100 Stück/Artikel.

**PSI 45461 • Alta Seta GmbH & Co. KG • Tel +49 5031 70360
info@alta-seta.de • www.alta-seta.de**





FILZ TRIFFT TECHNIK

Sie verpacken, schützen, fühlen sich gut an und sehen einfach edel aus: die Filzhüllen für Smartphones, Tablets und Laptops von Halfar. Der Werbetaschen-Experte hat eine ganze Reihe dieser feinen Accessoires im Programm. Das Besondere: Auch die kleinsten Hüllen lassen sich individuell veredeln, besonders wirkungsvoll etwa mit einer Stickerei. So wie die Smartphone-Hüllen Modul 1 L, 2 oder 2 L. Während die eine als Einstecktasche funktioniert, sichern die anderen das Smartphone zusätzlich per Lasche vor dem Herausrutschen und bieten zwei Größen für verschiedene Gerätetypen an. Auch die Tablethüllen dieser Serie, die Module 1 und 2, bieten dazu verschiedene Lösungen, einmal mit Lasche, einmal mit einem Klettüberschlag. Ganz neu im Sortiment der Bielefelder ist die Filzmappe „Modernclassic“. Die schlicht-schöne Mappe mit Überschlag und elastischem Band zum Verschließen ist in den Größen M (für Tablets) und L (für Laptops bis 15 Zoll) zu haben. Übrigens: Wer Hüllen aus anderen Materialien als Filz sucht, wird im neuen Taschen-katalog von Halfar ebenfalls fündig.

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



OSTER SPECIALS



MY M&M'S®
METALLBOX 20 g

NEU

Bereits ab
230 Stück!



- Ihr Bild
- Ihr Logo
- Ihre Botschaft

NEU



**OSTER
SCHOKO-FIGUREN**

→ 8,5 g



**Süße
Werbung**
Qualität + Wirkung

www.suesse-werbung.de

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



EIN LÄCHELN FÜR DIE FÜSSE

Socken und Sneakers werden zu immer beliebteren Accessoires. Die Zeiten weißer Tennissocken in deutschen Sandalen sind zum Glück vorbei. Inzwischen blitzen zwischen Leder und Hosensaum immer öfter fröhlich bunte Strickwaren hervor. Diesen Trend greift ABER textil+design für den Werbeartikelmarkt auf und entwickelt aufmerksamkeitsstarke footwear für Unternehmen. Gründerin Textildesignerin Kirsten Dreyer freut sich, dass von ihren Entwürfen zumeist die ausgefallensten und farbenfrohesten ausgewählt werden. Die fröhlichen Ideen werden in deutschen Strickereien zu trendigen, bequemen Socken umgesetzt, die sich großer Beliebtheit erfreuen. Natürlich gibt's nicht nur Kunterbuntes, sondern es werden auch klassische Business-Socken mit dezentem Logo produziert.

PSI 49549 • ABER textil+design • Tel +49 5109 5646825
info@aber-design.de • www.aber-design.de

KNALLIGER EYECATCHER

Wer auffallen will, muss Farbe bekennen. Deshalb feiern die Neonfarben der Achtziger bei Inspirion ihr Revival. Das Baseball-Cap Shiny sorgt in vier knalligen Signalfarben für hohe Leuchtkraft und wird nicht so schnell übersehen. Auf dem verstärkten weißen Frontsegment bringt der Eyecatcher Werbebotschaften gut zur Geltung. Das Visier bietet optimalen Blendschutz vor Sonnenlicht und ein schattiges Plätzchen für die Nase. Zudem ist der sportive Schattenspender mit vier gestickten Luftlöchern ausgestattet. Und dank größenverstellbarem Klettverschluss am Hinterkopf verspricht die Kappe hohen Tragekomfort. Mit dem Neon-Cap von Inspirion starten Kunden farbenfroh in die Sportsaison 2016. Denn Neonfarben zaubern selbst blassen Hauttypen eine leichte Bräune ins Gesicht.

PSI 42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 5227-0
info@inspirion.eu • www.inspirion.eu



PRAKTISCHER SONNENSCHUTZ

Ein Sonnenvisier eignet sich ideal bei Fußballspielen oder Open-Air-Konzerten, da es bestens vor blendender Sonne und Wärme schützt. Der preiswerte Werbeartikel schützt die Augen optimal vor Sonnenstrahlung. Das bedeutet jederzeit einen ungetrübten Blick auf Events und gleichzeitig weniger Anstrengung für die Augen. Das Produkt eignet sich auch bestens für voluminöses Haar, da es oben offen ist. Damit bietet das Sonnenvisier auch maximale Belüftung und verhindert Hitzestau oder ins Gesicht fließenden Schweiß wie bei herkömmlichen Mützen/Caps. Des Weiteren ist das Produkt auch wasserfest und ein äußerst aufmerksamkeitsstarker Werbeträger.

PSI 49331 • R3D Lda • Tel +351 275 331492
tania.pereira@r3d.pt • www.r3d.pt



94% ALLER PROFESSIONELLEN ENTSCHEIDER NUTZEN FACHMEDIEN.

FACHMEDIEN BLEIBEN DIE WICHTIGSTE BERUFSBEZOGENE INFORMATIONSQUELLE FÜR ENTSCHEIDER. DIE B2B-KERNZIELGRUPPE WIRD ÜBER DIGITALE UND GEDRUCKTE FACHMEDIEN NAHEZU KOMPLETT ERREICHT. DABEI WERDEN FACHZEITSCHRIFTEN WEITER HÄUFIGER REGELMÄSSIG GENUTZT, ALS DIGITALE FACHMEDIEN. MEHR ERFAHREN SIE AUF WWW.DEUTSCHE-FACHPRESSE.DE



UNTERSTÜTZT VON:

**Print
wirkt.**

 fb.com/FARE.Schirmwerk



STÜRMISCHE ZEITEN!

Im neuen Katalog weht ein ideenreicher Wind. Das FARE Schirmwerk liefert damit die besten Werbevorschläge für 2016: Rechnen Sie mit Gedankenblitzen, die bei Ihren Kunden voll einschlagen und für Wirbel sorgen. Mehr dazu im Katalog mit zahlreichen Neuheiten, Inspirationen und Ideen für den erfolgreichen Vertrieb und Einsatz von FARE Markenschirmen im Werbemittelhandel. **Enjoy the rain!**



Schirmwerk

FARE – Guenther Fassbender GmbH

42899 Remscheid | Germany | Tel +49 2191 60915-0

www.fare.de



STARKER ZWERG

Sehr leicht und mit einem Design Award ausgezeichnet: Das ist der 811 X1 von Doppler. X1 ist der kleinste patentierte Schirm der Marke Knirps. Dieser Schirm überrascht mit einem unerwartet großen Dach und kann in geschlossenem Zustand in seinem eleganten Etui verstaut werden. Praktischerweise kann das Schirmetui mit einer Schlaufe an einer Aktentasche oder einem Rucksack befestigt werden. Sein extrem leichtes Gewicht verdankt er der Verwendung von Aluminium. Dank des sehr leichten Stoffs aus extra feinem Garn ist für ein extrem schlankes Packmaß gesorgt. Und der 12-Kantstock sorgt für höchste Verwindungsstabilität auch bei starkem Wind. Der lange Stock des 811 X1 steht für angenehmen Tragekomfort.

PSI 41752 • E. Doppler & Co. GmbH • Tel +43 7722 63205315

gianna.strobl@dopplerschirme.com • www.dopplerschirme.com

SONNIGER BEGLEITER

California T1: Wer denkt da nicht an den legendären VW Bus der 70er-Jahre? Und richtig: Um den handelt es sich beim neuen Troika Schlüsselanhänger mit drei glänzend verchromten Anhängern aus Metallguss und Emaille. Neben einem kleinen VW-Bulli im Hippie-Look wird der Anhänger durch eine hübsche Blume sowie einen Love-Schriftzug ergänzt. Eben ganz Generation Bulli. Der Traum von Sonne und endlosen Stränden, von entspannter Musik und lässigem Surfer-Style. Love, Peace and Music und ein Hauch von Hawaii – hier zusammen an einem Schlüsselbund. The good times will never die. Eine Werbeanbringung erfolgt per Gravur auf Blume oder Bulli. Ab 100 Stück gibt's die Gravur kostenlos.

PSI 46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 9511-0

a.bauer@troika.de • www.troika.org



PASSION FOR FASHION

Die Schals und Halstücher von Promo House eignen sich in idealer Weise für eine einheitliche, hochwertig ausgeführte Firmenpräsentation. Das Unternehmen aus Polen bietet verschiedenste Varianten an und berücksichtigt dabei neben Farbgebung und aktuellem, modischem Design vor allem auch die individuellen Kundenbedürfnisse. Daher hat die werbliche Individualisierung etwa mittels eines Kundenlogos sowie die dem Corporate Design des Kunden entsprechende Farbe neben der Umsetzung des aktuellsten Modetrends absolute Priorität bei Promo House. Zu den Varianten der Veredelung gehören nicht nur Digital- und Siebdruck, sondern auch handgemachte Gemälde, die einen Schal zu einem exklusiven, individuellen Sonderprodukt machen.

PSI 48917 • Promo House GmbH • Tel +48 12 4114242

info@krawaty.info • www.krawaty.info



MANNIGFALTIGE MÖGLICHKEITEN

Digiline Pro heißen die neuen, einzigartigen Embleme zur Textilveredelung von Thermopatch. Das besondere sind verschiedene Effekte wie 3D, Metallic-Beschichtung oder Web-Effekt, die einzeln verwendet oder beliebig miteinander kombiniert werden können. So entsteht als Summe aller drei Effekte ein auffallendes Emblem mit erhabenen Details, die sich hochglänzend von einer matten, augenscheinlich gewebten Grundfläche absetzen. Digiline Pro-Embleme werden im Full-Color-Digitaldruck hergestellt. Das ermöglicht eine grenzenlose Farbvielfalt und fotografische Details in nahezu jeder Form und Größe. Sie eignen sich besonders für die Verwendung auf empfindlichen Textilien, da die Verarbeitung bei 145 Grad Celsius erfolgt. Die Mindestbestellmenge beträgt 15 Stück. Dem Kunden entstehen keine Produktionskosten.

PSI 46991 • Thermopatch Deutschland GmbH • Tel +49 441 380210
sales@thermopatch.de • www.thermopatch.com



Seiner Zeit voraus.



CURVE



PS PRINTSOLUTION

10-JÄHRIGES JUBILÄUM GEFEIERT

Die in München ansässige ps printsolution GmbH feierte vergangenes Jahr ihr 10-jähriges Bestehen. Der perfekte Anlass, den neuen Online Shop um 50.000 Werbeartikelkonfigurationen zu erweitern und kontinuierlich zu ergänzen. Nachdem sich das Unternehmen nach eigenen Angaben in den letzten Jahren vor allem im Bereich Printmanagement und im Bereich Katalog- und Broschürendruck als kompetenter Ansprechpartner für Kunden aus der D-A-CH-Region etablieren konnte, wurde mit der Entwicklung des neuen B2B Online Shops, der ab sofort erreichbar ist, ein wesentlicher Grundstein für die zukünftige Ausrichtung des Unternehmens gelegt. Dazu Benedikt Klarman, Firmengründer und Geschäftsführer der ps printsolution GmbH: „Seit unserer Gründung ist es unser eigener Anspruch, mit Innovationskraft voran zu gehen und unsere Kunden direkt an diesem Fortschritt teilhaben zu lassen. Unser Jubiläum wollten wir daher unter anderem dafür nutzen, den Schritt hin zum Vollsortimenter für den Bereich personalisierte Produkte, speziell im Werbeartikelbereich, zu unternehmen und unseren Kunden somit die Möglichkeit zu bieten, dass sie in Zukunft alle diese Artikel aus einer Hand beziehen.“ Neben dem Angebot des klassischen Printbereichs wurde das Portfolio leistungsstark um Werbeartikel und Werbetechnik jedweder Art erweitert. www.ps-print.de



Das ps printsolution Team.

GOLDSTAR-EUROPE

NEUER MARKETING MANAGER

Neu Marketing Manager von Goldstar-Europe, europäischer Werbeartikellieferant mit Hauptsitz in Irland, ist Derick Hudson. Er verfügt über 20 Jahre Marketing Erfahrung. Nachdem er zuvor in leitenden Marketingpositionen tätig war, wird Hudson nun Goldstar unterstützen, um ein noch höheres Marketingniveau in der Branche zu erzielen, heißt es aus Irland. „Ich glaube, der bereits erzielte Erfolg in so unglaublich kurzer Zeit ist nur die Spitze des Eisbergs und bietet großes Potenzial“, so Hudson. „In meiner neuen Marketing-Rolle werde ich eng mit dem talentierten Goldstar Team zusammen arbeiten, um einige weitere Innovationen in der Branche zu lancieren. Ich freue mich besonders darauf, unseren Vertriebspartnern und Händlern neue spannende Produktentwicklungen und Angebote für 2016 vorzustellen.“ Kontaktdaten von Derick Hudson: Tel. + 353 429320-331, DE Freephone 0800 723 4078 – 4225 oder via E-Mail: derick.hudson@goldstar-europe.com. www.goldstar-europe.com

Derick Hudson,
Marketing Manager
Goldstar.

INSPIRION

VOLKER DONSBACH
JETZT BEI INSPIRION

Seit Anfang Januar 2016 bekleidet Volker Donsbach die neu geschaffene Position des Business Development Managers bei der Inspirion GmbH in Bremen. In dieser Funktion wird er die weitere Expansion des Werbeartikelspezialisten unterstützen und die Schnittstelle zwischen Vertrieb, IT und Marketing bilden.



Volker Donsbach

Der gebürtige Rheinlandpfälzer wird verschiedene Projekte verantworten und mit den Teams im In- und Ausland gemeinsam vorantreiben. Donsbach über sein neues Tätigkeitsfeld: „Ich freue mich darauf, etwas aktiv zu

bewegen und einen Beitrag zur Weiterentwicklung des Unternehmens leisten zu können.“ Donsbach bringt langjährige Erfahrung in international agierenden Konzernen mit. Als Geschäftsführer leitete er 20 Jahre lang die deutsche Niederlassung von PF Concept in Emmerich. Die letzten drei Jahre war er als Business Development Manager für die JCK- Gruppe in Quakenbrück tätig. „Volker Donsbach ist ein äußerst versierter Branchenkenner, der über einen umfangreichen Erfahrungsschatz im Werbemittel-Geschäft verfügt. Mit ihm konnten wir eine vielseitige Persönlichkeit gewinnen, die dem Unternehmen durch hohe Kompetenz und exzellente Kontakte wertvolle neue Impulse geben kann“, so Sönke Hinrichs, Geschäftsführer der Inspirion GmbH. www.inspirion.eu

NEWSWEEK 2016

TERMINE STEHEN FEST

Als sich der neuformierte Einheitsverband GWW im Dezember in Berlin auf seiner Mitgliederversammlung zur Wahl des ersten Vorstandes nach der Neugründung traf, wurden auch inhaltlich die Weichen neu gestellt. Eine Konstante allerdings wird im Fahrplan des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. auch im Jahre 2016 zu finden sein: die



Die Newsweek wird auch 2016 zu den wichtigsten Branchenereignissen zählen.

Newsweek. Sie wird wieder zu den wichtigsten Messeveranstaltungen der Werbeartikelbranche zählen – in der bewährten Form, voraussichtlich aber mit einigen neuen Akzenten. Fest allerdings stehen bereits die Termine der Newsweek 2016, die sich der Werbemittelhandel schon einmal vormerken sollte. Nähere Informationen unter:

www.newsweek-info.de

TERMINE NEWSWEEK 2016

- 30. Mai 2016, Leipzig
- 31. Mai 2016, Berlin
- 1. Juni 2016, Hamburg
- 2. Juni 2016, Wuppertal
- 6. Juni 2016, München
- 7. Juni 2016, Nürnberg
- 8. Juni 2016, Stuttgart
- 9. Juni 2016, Frankfurt

PSF FORUM 2016

ERSTMALS IM ALPEN ROCK HOUSE

Das diesjährige PSF-Forum, Messe des schweizerischen Werbeartikel Dachverbandes PromoSwiss, findet am 10. März 2016 erstmals im Alpen Rock House, Dietikon, Zürich, statt. Dort treffen wichtige europäische Produzenten und Lieferanten mit den schweizerischen Werbeartikel-Fachhändlern zusammen. Der Werbeartikelmarkt lebt von Neuheiten und innovativen Produkten. Wer sich in diesem spannenden, dynamischen Wettbewerbsumfeld beweisen möchte, muss wissen, welche Neuheiten und Trends morgen gefragt sind und wo man diese in kürzester Zeit zu besten Konditionen beziehen kann. Genau zu diesem Zweck hat Promoswiss diese Fachmesse geschaffen. Im Rahmen der Veranstaltung verleiht PromoSwiss zum 7. Mal den begehrten PromoFritz. Der Award zeichnet herausragende Werbeartikel von Händlern oder Produzenten aus und wird in drei Kategorien vergeben. Alle weiteren Informationen zur Messe und zum PromoFritz unter: www.psf-forum.ch



28. APRIL 2016 IN HAAN

HAUSMESSE BEI PRÄSENTA

Am 28. April 2016 lädt die PräSENTa Promotion International zur zweiten „PRÄSENTation“, der Hausmesse des Solinger Werbeartikelspezialisten. Auf der Landstraße 53 in Haan, wo sich die PräSENTa-Units Print und Logistik befinden, zeigen mehr als 40 bekannte Lieferanten die aktuellen Trends und Innovationen der Werbeartikelbranche. Und auch PräSENTa gewährt einen exklusiven Blick hinter die Kulissen seiner fünf Business-Units Fullservice, Industrie, Kreation, Print und Logistik. Zwischen 9.30 und



Am Standort Haan zeigt PräSENTa die vielfältigen Potenziale gegenständlicher Werbung.

18 Uhr haben die Besucher der Hausmesse die Möglichkeit, sich bei interaktiven Standortführungen den Weg des Werbeartikels von der Auftragsannahme bis zur Auslieferung im Unternehmen anzusehen. Bei zahlreichen Live-Demos in der hauseigenen Druckerei werden zudem die vor Ort verwendeten Veredelungsverfahren wie zum Beispiel Digital-, Sieb-, Tampon- und Transferdruck gezeigt und erklärt. Die Messe richtet sich vorwiegend an Gewerbetreibende, kleine und mittelständische Unternehmen sowie Vereine in der Region.

„Die erste PRÄSENTation 2015 war für uns ein voller Erfolg. Natürlich tun wir alles dafür, dass die Hausmesse auch in diesem Jahr unseren Besuchern in Erinnerung bleibt“, sagt PräSENTa-Geschäftsführer Thomas Herriger. www.praesenta.de/messe

PROMOTION MÄSSAN KISTA/STOCKHOLM VON GUTER STIMMUNG GEPRÄGT

Am 21. Januar ging die erste der nationalen skandinavischen Branchenveranstaltungen, die Promotion Mässan in Kista/Stockholm zuende. Organisiert wurde sie vom Messeveranstalter Easyfairs in Kooperation mit den schwedischen Branchenverbänden SBPR (Svensk Branschförening Profil- och Reklamartiklar) und PWA (Promotional Wholesalers Association). Die dreitägige Messe bildete den Auftakt zu einer Reihe von Werbeartikelpräsentationen der Branchenverbände in Schweden und Finnland. Zwar gab es im Vergleich zum Vorjahresevent mit insgesamt 2289 Eintritten eine – sicher auch dem ungünstigen Winterwetter in Westschweden geschuldete – geringere Besucherfrequenz, doch „war die Messe selbst trotzdem von guter Stimmung geprägt, da sich viele Entscheidungsträger unter den Gästen befanden“, so Klaus Bayer, PSI-Repräsentant und Kontaktperson für den skandinavischen Werbeartikelmarkt. Insgesamt zeigten 146 gelistete Aussteller ihre Neuheiten. Unter den vornehmlich skandinavischen Ausstellern befanden sich mit

Daiber, Geiger-Notes, Inspirion, Mahlwerck und uma auch Vertreter mitteleuropäischer Hersteller und Lieferanten, um weitere Geschäftsbeziehungen zum hoch qualitativen nordischen Markt zu knüpfen. Auch das PSI Institute war mit einem Stand vertreten. Die nächste Veranstaltung in Kista wird vom 17. bis 19. Januar 2017 stattfinden. Wie Klaus Beyer berichtet, sind „für den Sommer 2016 zwei Messen zum gleichen Zeitpunkt (17. bis 18. August 2016) im Gespräch. Genauer wird aber erst Mitte Februar zu erfahren sein.“

Die nächsten Messen

Schweden	17.-18. August 2016	Svenska Mässan / Göteborg: Promotion Expo
Finnland	24.-25. August 2016	PWA-Show Helsinki

Bei Interesse zu diesen Veranstaltungen gibt Klaus Beyer gerne weitere Informationen. Kontakt: Tel. +49 5824 985826, Mobil +49 172 7477262. klaus@beyergmbh.com

SERVICES ERWEITERT

BRAND ADDITION ÜBERNIMMT GATEWAYCDI

Brand Addition, Werbemittelspezialist mit Hauptsitz in Manchester/Großbritannien und Hagen/Deutschland, hat das Unternehmen GatewayCDI mit Sitz in Missouri/USA übernommen. GatewayCDI, 1988 durch Chuck und Susie Fandos gegründet, bietet USA-weit Fullservice-Programme und Werbeartikel-Dienstleistungen mit einem Team von derzeit 70 Mitarbeitern an. Chris Lee, CEO von Brand Addition: „GatewayCDI-President Chuck Fandos und Vice President Conrad Franey haben ein fantastisches Team aufgebaut. Das Team von GatewayCDI liefert bereits großartige Produkte und Services innerhalb der USA, und nun können wir unseren Kunden sämtliche Services der Gruppe in den USA, Europa und Asien anzubieten.“ Das daraus erwachsende Unternehmen wird ein Umsatzvolumen von ca. 120 Millionen US-Dollar haben und an 10 Standorten rund 350 Mitarbeiter in den USA, Europa und Asien beschäftigen. GatewayCDI wird weiterhin durch Chuck Fandos, Conrad Franey und dem derzeitigen Senior Management Team geführt und in Kürze in Brand Addition umfirmieren. www.brandaddition.com

brand addition
creative merchandise solutions

GATEWAYCDI
Build Your Brand

BOOMERANG SAS

VERTRIEBSINNENDIENST IN DEUTSCHLAND VERSTÄRKT

Die Boomerang SAS, im Europäischen Raum vor allem bekannt mit der Marke Citizengreen als Spezialist für innovative Werbeartikel mit ökologischem Anspruch,



Stefanie Mehling

verstärkt ihr Team am Standort Deutschland ab sofort mit Stefanie Mehling. „Die gelernte Industriekaufrau unterstützt als Mitarbeiterin im Vertriebsinnendienst das Team in Uettingen bei der Betreuung unserer Handelspartner, um unseren Kunden einen noch besseren Service bieten zu können“,

unterstreicht Alexander Szirota, Sales & Development Manager D-A-CH & North Europe am Boomerang-Vertriebsbüro Deutschland in Uettingen.

www.citizengreen.de

STABILO PROMOTION PRODUCTS

VERTRIEBS-AUßENDIENST NEU BESETZT

STABILO Promotion Products hat die Position Vertriebs-Außendienst Deutschland mit Marjana Moll neu besetzt. Die 34jährige Betriebswirtin bringt



Marjana Moll

langjährige Vertriebserfahrung mit, ist seit 2012 in der Werbemittelbranche tätig und kennt den Markt daher sehr gut. Zuletzt betreute Marjana Moll für die Könitz Porzellan GmbH die Außen-

dienstgebiete Bayern, Österreich und Liechtenstein. Mit der Neubesetzung im Vertriebsteam setzt STABILO Promotion Products einen klaren Fokus auf die Stärkung des Home-Markts Deutschland.

www.stabilo-promotion.com

MICHAEL SCHIFFER PROMOTION

NEUE MARKETINGLEITUNG

Neues „Head of Marketing“ bei Michael Schiffer Promotion (MSP) und Post-it® Promotional Products ist Melanie Hesselmann. Die Diplom-Kauffrau arbeitet erstmals als Marketingverantwortliche in



Melanie Hesselmann

der Werbeartikelbranche. Zuvor war sie 18 Jahre in der klassischen Werbung zu Hause. Dort betreute sie in Full-Service-Agenturen vor allem Etats internationaler Konsumgüter-

kunden wie Procter&Gamble. Ihr Schwerpunkt liegt in Markenaufbau und -pflege, sowie der Entwicklung integrierter Kommunikationslösungen und -kampagnen. Bei Michael Schiffer Promotion begleitet sie unter anderem die Einführung der neuen haptisch-digitalen Sparte Post-it® Notes connect, mit der das Unternehmen einen neuen Entwicklungsimpuls für die Werbeartikelbranche setzen will. Michael Schiffer Promotion vermarktet seit 2013 Post-it® Promotional Products in Exklusivlizenz für 3M in Europa. Das Unternehmen mit Sitz in Rheinberg ist Teil der Michael Schiffer Unternehmensgruppe. <http://promotion.michaelschiffer.com>



PREISTRÄGER IN DREI KATEGORIEN

MARKE[DING] AWARD GEHT IN DIE 7. RUNDE

Die österreichische Auszeichnung für außergewöhnliche Ideen in der Werbeartikelbranche, der markeding award, geht 2016 in die 7. Runde. Prämiert werden wieder Preisträger in drei Kategorien: Werbeartikelneuheit 2016, Sonderpreis für Einsatz Werbeartikel in Kampagnen sowie neu der Sonderpreis Werbeartikel mit digitaler Zusatzfunktion. Die einreichenden Teilnehmer stellen ihre Produktinnovationen, Neuheiten, Kampagnen und Leistungen ins öffentliche Rampenlicht und haben damit die Möglichkeit, nicht nur die Fachjury, sondern auch die zukünftigen Anwender zu überzeugen. Teilnehmen dürfen Hersteller, Importeure, Händler, Agenturen und alle sonstigen werbenden Unternehmen. Der Sitz des Unternehmens spielt keine Rolle. Die eingereichten Artikel müssen Eigenentwicklungen oder Sonderanfertigungen im Auftrag eines Kunden sein und in Serie produziert werden. Jeder Teilnehmer kann Artikel in beliebiger Anzahl einreichen. Je Kategorie werden die drei Bestplatzierten mit einem Award (Trophäe) und einer Urkunde ausgezeichnet. Die Awards werden im Rahmen der markeding plus Messe am 21. September 2016 feierlich übergeben. Die Anmeldefrist endet am 15. März 2016. Weitere Informationen unter: Tel. +43 0664 8223891, award@markeding.at oder: <http://markeding-award.at>



MICX-MEDIA PRODUZIERT

„OHR-IGINELLES DREH-MOMENT“ FÜR VETTEL

Wenn von Schnelligkeit zu berichten ist, muss der Name Sebastian Vettel kein Zufall sein. Und wenn etwas in der Formel 1 und ganz besonders bei Ferrari gefordert ist, dann hat auch das mit Schnelligkeit zu tun. Und so kommt es, dass die kreativen micx-media Profis mit einer sehr individuell perfektionierten Produktherstellung von der Agentur JMD Salzgitter beauftragt wurde, die u.a. für Sebastian Vettel kreatives Helm-Design professionell entwickelt und fertigt. Vom Start weg wurde mit Höchsttempo eine Vinyl-Sonderproduktion angefordert, die in nur 12 Tagen realisiert und ausgeliefert werden musste. Eine extreme Zielvorgabe, welche die micx-Produktionsleistung vor eine nicht leichte Aufgabe stellte, erst recht nicht im Dezember, zur saisonalen Intensivzeit. Dennoch, die attraktiven 7-Inch Vinyl-Disc-Sets, integriert mit einem Plattenspieler „für den Handbetrieb“, haben die sehr persönlichen wie stimmungsvollen Dankesgrüße vom Sebastian Vettel noch rechtzeitig an das Ferrari Headquater in Maranello überbringen können. Das micx-media Team freut sich indes über die Qualifizierung gleich in der ersten „Lieferrunde“ und zudem über einen weiteren prominenten Kunden.

www.micx-media.de

Individuelle Kundenfertigung in Höchstgeschwindigkeit: Die Sebastian Vettel Vinyl-Sonderproduktion von micx-media.



Das Hauptfleisch-Team freut sich über die gelungene Messe.

KARLSRUHER WERBEMITTELTAG

EIN TAG VOLLER IMPULSE

Sie kennen sich mit der Organisation von Veranstaltungen bestens aus und wissen, wie man Kunden in die Location bringt: Dem erfahrenen Team von Werbepräsente Hauptfleisch ist am 2. Februar nach einigen Jahren Pause wieder eine erfolgreiche Hausmesse gelungen. Das weitläufige Foyer des Zentrums für Kunst und Medientechnologie (ZKM) in Karlsruhe bot einen angemessenen Rahmen für den Event.

Weit über die Region hinaus bekannt und bei der Industrie sehr gut eingeführt, gehört Werbepräsente Hauptfleisch seit über 30 Jahren zu den leistungsfähigsten Werbeartikel-Beratern der Branche. Am Firmensitz in Karlsruhe treffen Produktkenntnis, Marketing-Know-how und reibungslose Auftrags-Abwicklung bis hin zum Full-Service im Dienste des Kunden zusammen.

HAUSMESSEN SETZEN ZEICHEN
Professionell ist das Team rund um Christian Hauptfleisch nicht nur im Geschäft mit Werbeartikeln, auch mit Veranstaltungen hat man langjährige Erfahrung. „Wir veranstalten seit vielen Jahren Hausmessen, aber die Konzepte variieren immer ein wenig. Wir hatten schon Hotelausstellungen oder waren in den unterschiedlichsten Locations zu Gast“, erzähl-

te uns Christian Hauptfleisch. Auch die Intervalle zwischen den Messen sind verschieden, die letzte Produktschau war 2012 im Kunstwerk in Karlsruhe Durlach. Mit den Messen möchte das Unternehmen ein Zeichen setzen und die Kunden auf seine Leistungen aufmerksam machen. Gelungene Kollektionen, die im Rahmen verschiedener Projekte entstanden sind, dienen dabei als Referenzen,



Fruchtbare Dialoge in angenehmer Atmosphäre des Kunstzentrums ZKM.



und waren auch bei der aktuellen Ausstellung zu sehen.

EIN AUSGEFÜLLTER TAG

„Unser wichtigstes Ziel als Veranstalter ist es, unseren Kunden ein gut sortiertes Portfolio an klassischen und trendigen Produkten zu präsentieren. Deshalb haben wir in diesem Jahr 30 Lieferanten-Partner mit ins Boot geholt, um gemeinsam mit ihnen die Kunden fachkundig zu

Tageshälfte war der Besucherstrom ruhiger geworden, um am späten Nachmittag nochmals stärker zu werden. Entsprechend positiv äußerten sich auch die Aussteller, die man gegen Veranstaltungsende zufrieden stapelweise Kontaktformulare eingeben sah. Manche Kunden nutzten den Tag, um sich umzuschauen und sich einen Überblick über Neuheiten und Trends zu verschaffen. Vor allem Konzerne starten immer früher im Jahr mit der Planung von Marketing-Aktionen, daher war auch der Messe-Termin gut gewählt. Andere hatten bereits konkrete Projekte im Visier, für deren Umsetzung sie Ideen sammelten. Die Aussteller und das Berater-Team standen ihnen dabei hilfreich zur Seite.

GROSSZÜGIGE KULISSE

Damit sich die Kunden wohlfühlen, legt Hauptfleisch besonderen Wert auf die Wahl einer angemessenen Location. Repräsentativ muss sie sein, aber auch nicht so groß, dass sich die Teilnehmer verloren darin vorkommen, erläutert er. Mit dem ZKM hat er in diesem Jahr ins Schwarze getroffen: Das elegante Foyer des renommierten Kunstzentrums mit seinem stilvollen Ambiente bildete eine großzügige Kulisse für die Messe. Mit den vielen unter seinem Dach vereinten Museen und Forschungsinstituten ist das ZKM eine weltweit einzigartige Kulturinstitution mit hohem Bekanntheitsgrad. Allein schon das Gebäude lohnt einen Besuch.

informieren und zu beraten“, sagte Hauptfleisch. 218 Besucher aus 148 Firmen waren gekommen – eine sehr gute Bilanz des ausgefüllten Tages. Vor allem am Vormittag waren die Stände teilweise regelrecht von Kunden belagert, eine Situation, die für Aussteller und Veranstalter nicht besser sein könnte. In der zweiten



Lediberg hat Nachhaltigkeit völlig neu interpretiert: Mit Apffel, den Notizbüchern aus 100 Prozent Apfelresten, präsentierte Ursula Will eine Weltneuheit.

HOME EDITION GEPLANT

Wie will Hauptfleisch künftig das Thema Hausmesse angehen? Eines ist bereits sicher: „Die nächste Messe gibt eine ‚Home Edition‘, denn an unserem Firmensitz gibt es viel Interessantes, das wir unseren Kunden zeigen möchten“, schaut Christian Hauptfleisch nach vorne. Da wären zum Beispiel das 2014 fertiggestellte Hochregallager, der Showroom, aber auch die Textilveredlung, die fast ausschließlich im eigenen Hause stattfindet. Denn wie man seit Jahren auch auf der PSI sieht, ist Textil ein großes Thema – auch für Werbep്രസente Hauptfleisch. <



Besucher, Berater und Aussteller nahmen diesmal besonders viel Zeit, um neue Produktrends zu erkunden.

WERBEMITTELMESSE MÜNCHEN 2016

ERFOLGREICHE BILANZ TROTZ BESUCHERMINUS

Erneut bot die jüngste Werbemittelmesse München, kurz wmm und größtes Branchen-Event im süddeutschen Raum, eine eindrucksvolle Plattform für das Medium „Werbeartikel“. 1.200 Fachbesucher kamen am 20. und 21. Januar ins M.O.C München und informierten sich über die neuesten Produkt-Trends.

Die fünf gastgebenden Werbemittel-Agenturen – Active Promotion (Erlangen), admixx (Ottobrunn), CD Werbemittel (Germering), Eidex (Baierbrunn) und die Hagemanngruppe (Eichenau) nutzen auch diesmal gemeinsam die Messe als Forum, sich ihren Kunden als professionelle Partner vorzustellen. Mehr als 100 Lieferantenpartner der Agenturen

präsentierten auf 4.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche die Vorteile gegenständlicher Werbung gegenüber anderen Werbeformen. Unterstützt vom kompetenten Beratungspersonal der Werbemittelprofis und hilfreichen Hostessen verschafften sich die Besucher, darunter viele Marketingexperten, Einkäufer und Entscheider aus Industrie und Mittel-

stand, einen umfassenden Überblick über Klassiker, Neuheiten und neueste Trends der Branche. Michael Hagemann vom Veranstalter promo event, der die Messe seit 2002 organisiert, betont: „Wir sind stolz darauf, im Rahmen der wmm zu zeigen, wie vielseitig Werbeartikel im Unternehmen CI-stützend eingesetzt werden können.“



Michael Hagemann vom Veranstalter promo event bei der Begrüßung der Messegäste.

„HOHEN STANDARD GEHALTEN“

Zwar ging die Besucherzahl in diesem Jahr um 300 zurück, doch nahmen sich die Gäste dafür umso mehr Zeit zur Begutachtung der neuen Produkte und ihrer Einsatzmöglichkeiten. Auch die Aussteller bestätigten dies und sprachen von „hochkarätigen Besuchern, die nicht am Stand warten mussten“ und von „einer hohen Qualität der Anfragen durch die intensiveren Gespräche“. So ist es keine Überraschung, dass die Aussteller wieder sehr zufrieden waren und nahezu alle im Jahr 2017 wieder zur wmm kommen möchten. Im Schnitt lag die Verweildauer der Besucher bei drei Stunden. Und die Statistik des digitalen Messeanfragesystems registrierte trotz Besucherrückgangs die gleiche Menge an Anfragen wie 2015. „Wir haben bei Besuchern wie auch Ausstellern den seit Jahren hohen Standard gehalten und wir freuen uns, dass sich die wmm einer so großen Beliebtheit erfreut“, kommentiert Michael Hagemann „Wir freuen uns weiterhin, in ei-

ner ausgesprochen angenehmen Messeatmosphäre eine wunderschöne Plattform für das Medium ‚Werbeartikel‘ geschaffen zu haben. Die Aussteller unterstützten dies mit tollen Ständen und freundlichem Personal. Und wir konnten den hoch interessierten, zum Teil aus ganz Deutschland angereisten Besuchern zeigen, wie vielseitig der Werbeartikel im Unternehmen eingesetzt werden kann.“

VIELE NÜTZLICHE TIPPS

Werbemittel sind ein wichtiger Bestandteil im Marketingmix von Unternehmen und werden auf die CI abgestimmt. „Kreativität bedeutet, genau das zu finden, was zur Philosophie des Absenders passt und dessen Botschaft auf den Punkt bringt, das aber auch zugleich zum Empfänger passt und zudem so sympathisch und praktisch ist, dass es nicht gleich im Papierkorb landet“, bemerkt Michael Hagemann. An den Ständen der fünf Werbemittelagenturen, die als Träger der wmm agieren, erhielten die Besucher viele nützliche Tipps, wie sie Promotionsprodukte verschiedenster Art absatzfördernd in ihr Kommunikationskonzept einbetten können.

ABWECHSLUNGSREICHES INFOTAINMENT

Auch das Rahmenprogramm der wmm mit Fachvorträgen verschiedener Top-Referenten in einem eigenen Vortragsforum folgte der Messe-Devise „Qualität vor Quantität“. So waren in diesem Jahr wieder sehr anspruchsvolle Referate zu hören. Am ersten Messetag sprachen Karl Werner Schmitz zum Thema „Haptisches Verkaufen – 5 Sinne verkaufen mehr!“ und Rolf Schmiel „Senkrechtstarter – Die ungeschminkte Wahrheit über Motivation“. Am zweiten



Tag standen Sandra Schubert mit „Happy Sales – lachend einfach leichter kaufen!“ und Stephan Ehlers mit „Wissen. Wollen. Können. Tun“ im Mittelpunkt des Vortragsforums. „Es liegt uns besonders am Herzen, dem Besucher neben attraktiven Ständen und neuesten Artikelrends auch ein abwechslungsreiches und aktuelles Infotainment bieten zu können“, sagt Michael Hagemann und resümiert: „Hinter der wmm steckt deutlich mehr, als ‚Standfläche zu vermieten‘. Details, die man oft nicht sieht, aber spüren kann, zeigen, dass diese Veranstaltung mit viel Herzblut organisiert wird. Auch in diesem Sinne war die 2016er Auflage der wmm erneut ein großer Erfolg.“

www.werbemittelmesse-muenchen.de <



Auch in diesem Jahr gab es hochkaratige Vorträge zu Branchenthemen.



TASCHEN, GEPÄCK UND REISE

WERBEBOTSCHAFTEN „ON TOUR“

Nur Reisen ist Leben, wie umgekehrt das Leben Reisen ist: So formulierte es der Dichter Jean Paul. Wir greifen dies auf und lenken den Fokus im folgenden Werbeartikel-Guide dieser Ausgabe auf schöne wie werbestarke Produkte zum Thema dieser Quintessenz.

Die heutige Welt ist eng umflochten mit Verkehrswegen aller Art, auf denen Menschen aus den unterschiedlichen Gründen ständig unterwegs sind, sei es beruflich oder privat, mit bestimmten Intensionen oder einfach nur zum Vergnügen. Die Produkte der Bereiche Taschen, Gepäck und Reise sind dabei als schöne und/oder praktische Begleiter ständig präsent – und deshalb als Werbeträger auch ungemein effektiv. Ob nun als einprägsames Premium oder als prägnant personalisiertes Give-away, durch ihre Funktion der Unentbehrlichkeit bleiben sie stets im Blickfeld ihres Benutzers. Der Werbeeffekt steigert sich noch, wenn sich Handhabung, Nutzen und Design zu einem attraktiven Ganzen vereinen und das Produkt so auch zu einem gerne und lange benutzten machen. Der nach wie vor große Trend zur Reiselust wird natürlich auch diejenigen aus der Werbeartikelbranche freuen, welche all die großen und kleinen Accessoires für unterwegs bereitstellen. Und die Branche hält allerlei große und kleine schöne wie nützliche Artikel für eine mobile Welt bereit.





PRAKTISCH UND BUNT

Dieses trendige Manikürset von Walter Broch Nachf. aus Solingen ist ein nützlicher Begleiter für jede Reise. Das Lederetui in Kroko-Optik ist in den frühlingshaften Farben Blau, Grün und Pink erhältlich. Das Etui ist „Made in Germany“ und bestückt mit hochwertigen Solinger Instrumenten der Marke „Ruderer“: Kombi-Haut-Nagelschere, Nagelfeile und Pinzette. Dieses Accessoire passt in jede Tasche und ist stets zur Hand. Eine individuelle Werbebotschaft kann als Blind- oder Farbprägung angebracht werden. Mit diesem geschmackvollen und praktischen Präsent bleibt der Übergeber beim Empfänger auch unterwegs in Erinnerung.

PSI 43717 • Walter Broch Nachf. GmbH & Co. KG • Tel +49 212 338175

info@broch-nachf-solingen.de • www.broch-nachf-solingen.de



VOLLE LADUNG FÜR UNTERWEGS

TheTravelBank heißt das einzigartige Travel Tool von Spranz, gedacht für alle mobilen Globetrotter und Geschäftsleute. Der Metmaxx Koffergurt ist ausgestattet mit hintergrundbeleuchteter Kofferwaage, starker LED Taschenlampe mit eingebautem Lithium-Ionen-Akku in Funktion einer Powerbank, um das Handy mobil aufladen zu können: Der 2600 mAh starke Akku beinhaltet Security circuit und einen 1A-Ausgang, womit er sich in idealer Weise für Handys sowie für Tablets eignet. Verpackt in einen Designkarton kommt TheTravelBank einschließlich Micro-USB-Kabel beim Kunden an.

PSI 41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 98488-0

info@spranz.de • www.spranz.de

... wie schön!



Ideale Reisebegleiter: Serie ADVENTURE

PVC
FREE



HALFAR
Starke Taschen.

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



BRIEFTASCHE IN WARMEN TÖNEN

Das Colori Etui von Troika kommt als Briefumschlag und begleitet die Kundenidee bis ans Ende der Welt. Immer dabei: neun Innenfächer für Karten, Belege, Vouchers, Abrechnungen & Co. Und ein Stifthalter für den Lieblings-Kuli sowie ein Metalldruckknopf zum Verschließen. Dunkler Honig und kräftiges Mokka, die neuen Trendfarben, sind die warmen Brauntöne von Colori Caramel. Mit leuchtenden Farbkombinationen und einer glänzenden Feinstruktur ist die Material-Innovation Colori ein echter Blickfang und extrem strapazierfähig, was im bestanden Tropentest bei 70° Celsius und hoher Luftfeuchtigkeit bewiesen werden konnte.

PSI 46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 9511-0
a.bauer@troika.de • www.troika.org

SÜSSE REISELUST

Zu Beginn der diesjährigen Reisesaison stellt die Jung Bonbonfabrik geschmackvolle und günstige Give-away-Ideen mit hohem Begeisterungsfaktor für alle Zielgruppen aus der Reise- und Tourismusbranche vor. Urlauber und Gäste freuen sich immer und überall über eine kleine Aufmerksamkeit des Hotels, vom Reisebüro, dem Busunternehmen oder vom Fremdenverkehrsverein. Einige Beispiele dafür sind die 1-er Fruchtgummis, die es in den Formen Bus, Danke, Smiley oder Herz gibt. Den idealen Einsatzzweck finden sie als Give-away bei der Buchung, als Beigabe zu Flug- oder Reisetickets sowie direkt vor Ort am Reiseziel. Infos und Muster können ab sofort beim Jung-Beraterteam angefordert werden.

PSI 41545 • Jung Bonbonfabrik GmbH & Co KG • Tel +49 7042 907-0
zentrale@jung-europe.de • www.jung-europe.de



GETRAGENER MEHRFACHNUTZEN

Mehrweg ist auf dem Vormarsch: Auch Tragetaschen für einen mehrfachen Einsatz kommen verstärkt in Mode. Diesem Trend entspricht die neue Kraftpapier-Taschenserie Paper von elasto form, optimal geeignet für Einkäufe oder Picknicks. Dazu zählen zwei verschiedenen große Kühltaschen und eine Tragetasche. Beide Kühltaschen sind mit einer zwei Millimeter starken, isolierenden Aluminiumfolie ausgekleidet, womit der Transport von temperaturempfindlichen Lebensmitteln möglich ist. Beide verfügen zudem über ein zusätzliches Einsteckfach und einen Überschlagdeckel mit Henkel. Bei der größeren lässt sich der Deckel mit Klettverschluss, im Falle der kleineren mit Reißverschluss verschließen. Die Tragetasche mit den Maßen 380 mal 400 mal 100 Millimeter bietet zwei Henkel aus Non-Woven und eine Innenlaminierung. Sie ist somit stabil genug für mehrfache Verwendung als optimaler Einkaufsbegleiter. Alle Taschen können einfarbig im Siebdruck veredelt werden.

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





www.zwilling.com



ZWILLING
J.A.HENCKELS



SO INDIVIDUELL WIE IHR UNTERNEHMEN!

Es soll etwas ganz Besonderes sein? Ein persönlicher Werbeartikel, mit dem Sie Ihre Kunden begeistern können? Lassen Sie uns gemeinsam Ihr ZWILLING Wunschprodukt entwickeln. Auf unsere langjährige Erfahrung und Expertise in den Produktsegmenten Küche/gedeckter Tisch und Beauty können Sie sich verlassen. In einem gemeinsamen Gespräch ermitteln wir Ihre kundenindividuellen Anforderungen und begleiten Sie kompetent von der Ideenfindung über die Konzeption bis hin zur Umsetzung. Bitte sprechen Sie uns an! Sehr gerne erstellen wir Ihnen ein Angebot und stehen Ihnen für Fragen aller Art zur Verfügung.



Sie erreichen die Kester Bolz Handelsvertretung, die für unseren Werbemittelvertrieb bundesweit zuständig ist, unter:

Kester Bolz Handelsvertretung

Buntentorsteinweg 169

28201 Bremen

Tel: 0421 5251780

Fax: 0421 5251793

Email: Info@Kesterbolz.de

ZWILLING. Passion for the best.
Since 1731.



VIELFÄLTIGE UPCYCLING-KREATIONEN

Bekannt für seine aus Luftfahrtmaterialien hat das österreichische Trendlabel „Flugzeug“ das neue SLEEVE+ for Microsoft Surface Pro 4 in exklusiver Kooperation mit Microsoft kreiert. Das Sleeve umhüllt das Surface, das gleichzeitig Tablet und Laptop in einem ist, optimal. Flugzeug verwendet ausgemusterte Schwimmwesten von verschiedensten Fluggesellschaften für den außen sichtbaren Teil des Sleeves, das Futter im Inneren bietet den perfekten Schutz für das Tablet. Das rote Blasrohr, das man im Originalzustand zum Aufblasen der Schwimmweste verwendet, ist nun zu einer chicen Stifthalterung umfunktioniert. Der Deckel verfügt über einen Magnetverschluss und kann durch den legendären „pull to inflate“-Anker geöffnet werden. Alle Flugzeug-Produkte können mit Text und/oder Logo des Kunden co-gebrandet werden.

PSI 49626 • Flugzeug • Tel +43 664 9294099
cockpit@flug-zeug.at • www.flug-zeug.at



KOMFORTABEL PACKEN

Das hochwertige dreiteilige Reisentaschen-Set Comfort aus 600 D Nylon von Lehoff besteht aus einem Trolley, einem Shopper und einer Kosmetiktasche. Der Trolley ist faltbar zum praktischen Verstauen. Der herausziehbare und stufenlos verstellbare Ziehgriff macht die Handhabung komfortabel. Der Tragegriff und der Rundumreißverschluss runden die Funktionen des Trolleys ab. Innen befinden sich ein großes Hauptfach mit Gepäckspanngurt sowie ein weiterer Reißverschlussfach. Der vielseitig einsetzbare Shopper hat zwei Innentaschen und eine Reißverschluss tasche und kann mit einem praktischen Magnetverschluss geschlossen werden. Die Kosmetiktasche mit Tragegurt hat drei Innentaschen, die ausreichend Platz für allerlei Kosmetik bieten.

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



NACHHALTIGE BEGLEITER

Laptop oder Tablet fressen in der Herstellung viel Energie. Schön, wenn die passende Verpackung den ökologischen Fußabdruck wieder aufpoliert und dabei noch stylish aussieht. Die InLine OEcobags von Intos Electronic entstehen umweltfreundlich aus recycelten PET-Flaschen und sind damit nachhaltige Begleiter für Job und Freizeit. Kleine Labels an den lässigen schwarzen Taschen verraten, wie viele Kunststoffflaschen darin stecken. Der EDV-Distributor setzt bei seiner neuen Taschenedition auf eine transparente Energiebilanz. Die spezielle Produktionsweise spart je nach Modell rund 54 Prozent der üblichen CO₂-Emissionen ein. Mobile Technikfans haben die Wahl zwischen der multifunktionalen Business tasche und dem robusten Laptop-Rucksack. Eine stabile Hartschale schützt die sensible Technik unterwegs. Die Business tasche ist ein echter Allrounder, der nicht nur gepolsterte Fächer für Tablet und Notebook mitbringt sondern sich auch flink von der Schultertasche in einen praktischen Rucksack verwandelt.

PSI 49734 • Intos Electronic AG • Tel 49 641 97260
service@inline-info.de • www.intos.de

reisenthel.
keep it easy

reisenthel.
my everyday hero

New
Coloured
frame!

carrybag® frame
red/black



STYLISCHER RUCKSACK

Der stylische Rucksack Fun von Inspirion überzeugt seinen Träger auf Tagestouren und Kurztrips gleichermaßen. Bestehend aus 600D Polyester, verfügt der Rucksack über ein geräumiges Reißverschluss-Hauptfach, das zusätzlich mit einem Einsteckfach ausgestattet ist, was die Organisation im Innenraum erleichtert. Zudem bietet ein vertikales Reißverschluss-Vorfach weiteren Stauraum für Schlüssel und Portemonnaie und macht Schluss mit der vielerorts verbreiteten Suche an der Haustür. Für einen angenehmen Tragekomfort sorgen der verstärkte Rückenbereich und zwei gepolsterte Schultergurte. Optisch überzeugt der Rucksack durch die vier verfügbaren, frischen Farben sowie seine Applikationen in Wildleder-Optik.

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

info@inspirion.eu • www.inspirion.eu

TOP ORGANISIERT

Wally heißt die in Schwarz sowie Grau erhältliche Powerbank mit Organizer von reeko design. Der Alleskönner für die Reise besteht aus einem eleganten Organizer mit diversen Karten- und Aufbewahrungsfächern sowie einer integrierten 4000 mAh Polymer Batterie Powerbank. Im Lieferumfang enthalten ist ein Micro-USB Lightning Ladekabel zum direkten Aufladen im Organizer. Das Trendprodukt wird in einer schwarzen, hochwertigen Kartonverpackung zum Kunden geliefert.

PSI 46261 • reeko design - Carstensen GmbH • Tel +49 4106 79950570

info@reeko.com • www.reeko.com



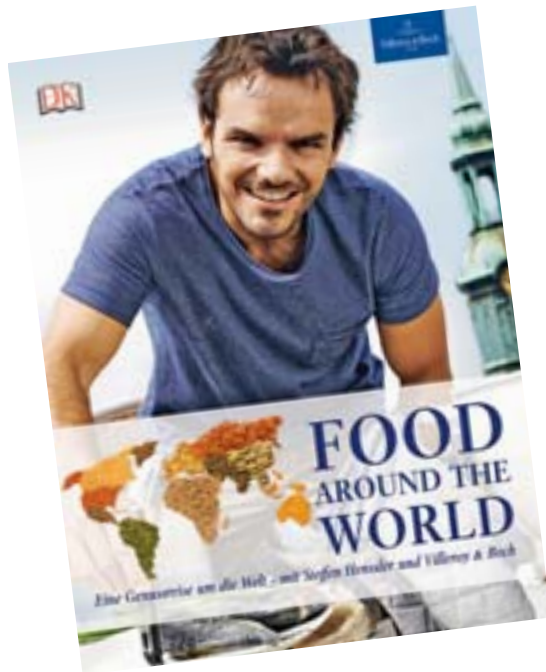
ERSTKLASSIG VERSTAUT

Reisen first class versprechen die attraktiven Gepäckstücke aus dem Angebot des italienischen Herstellers BSC SPA. Der aus echtem Saffiano Leder gefertigte Trolley Baldinini, erhältlich in verschiedenen, modischen Trendfarben, ist mit vier Rollen ausgestattet und per Metall-Reißverschluss verschließbar. Innen gibt es ein Fach für den Laptop sowie Ledergurte zur Sicherung der mitgeführten Kleidungsstücke. Zudem verfügt der Koffer im Frontbereich über ein Taschenfach mit Reißverschluss zum praktischen Verstauen kleinerer Utensilien. Baldinini ist in zwei Größen erhältlich.

PSI 48383 • BSC SPA • Tel +39 0541 811511

corporate@bsc incentive.com • www.thegiftcollection.net





GENUSSVOLL UM DIE WELT

Auf Reisen speisen, sich den Urlaub mit Genuss noch zusätzlich versüßen: Das gehört für die meisten Menschen eng zusammen. Für das Buch Food around the World hat der DK Verlag mit Starkoch und Villeroy & Boch Testimonial Steffen Henssler dessen Lieblingsrezepte aus aller Welt zusammengestellt. Es entstand ein 128 Seiten starkes Kochbuch als hochwertiges, praktisches und zugleich produktbezogenes Geschenk, das Kunden ab einem gewissen Einkaufswert erhielten. Neben den Rezepten aus den regulären DK-Büchern Hensslers stellt der Starkoch auf eigens fotografierten Feature-Seiten das Villeroy & Boch-Programm vor, für das er als Werbege-sicht steht. So ist eine gelungene Verknüpfung von nachhaltigem Nutzwert, den Rezepten, mit dezenter, sehr informativer und themenbezogener Produktpräsentation entstanden.

PSI 48489 • Dorling Kindersley Verlag GmbH • Tel +49 89 442326-228
b2b@dk-germany.de • www.dorlingkindersley.de



carrybag® frame
gold/black



BLICKFANG BEIM SHOPPING

In Sachen qualitativer Werbetaschen ist Joytex der richtige Ansprechpartner. Beispielsweise bietet die beliebte, 80 Gramm leichte Tasche Lisboa aus PP-Non-Woven Material genügend Platz für Ordner oder den alltäglichen Einkauf im Supermarkt. Damit ist für eine lange Werbewirksamkeit gesorgt. Durch die langen Henkel lässt sich die Tasche bequem über die Schulter hängen und komfortabel tragen. Lisboa ist in 22 verschiedenen Farbkombinationen vorrätig. Da alle Taschen von Joytex bereits seit 30 Jahren in der hauseigenen Siebdruckerei bedruckt werden, können kurze Lieferzeiten problemlos gewährleistet werden. Bis zu sechs Druckfarben sind wählbar. Die Mindestabnahmemenge für Lisboa beträgt 250 Stück. Ab 1000 Stück sind zudem Sonderanfertigungen in 30 Standardfarben möglich.

**PSI 41990 • Joytex GmbH & Co. KG • Tel +49 2872 9506-0
info@joytex.de • www.joytex.de**

IMMER ANSCHLUSS AUF REISEN

Reisen – immer gerne! Mit von der Partie sollte dann aber auf jeden Fall der ultrakompakte Reiseadapter von Pixika sein. Er ist kompatibel mit Steckdosen in mehr als 100 Ländern, darunter Großbritannien, die restlichen EU-Länder oder die USA von 110 bis 240 Volt. Überladungsschutz und 6A-Sicherung versprechen eine sehr gute Qualität des neuen Reisebegleiters. Telefon, Digi-Kamera, MP3 Player, Tablet, Powerbank, Zahnbürste und vieles mehr können dank dem 1A und 2.1A USB-Ausgang aufgeladen werden. Das gewünschte Logo kommt auf das mitgelieferte Reise-Etui.

**PSI 49515 • Pixika Deutschland GmbH • Tel +49 681 95264020
info@pixika.de • www.pixika.de**



SPIELE SCHÖN VERPACKT

ADV Pax Lutec GmbH, Spezialist für hochwertige und dekorative Metallboxen, offeriert aktuell die Sonderform eines Reisekoffers für Spiele, welcher in unterschiedlichen Größen erhältlich ist. Dieser Koffer kann kundenindividuell gestaltet werden – egal, ob mit Bedruckung, Prägung oder Sichtfenster: Für jeden Geschmack ist etwas dabei. Accessoires wie Quiz- und Spielkarten, Rezepte, Memory-Spielkarten, Puzzles oder auch Spielsteine werden auf diese Weise optimal präsentiert und zudem durch die Metallverpackung geschützt. Auf Wunsch kann der kleine, pfffige Reisekoffer auch in Folie eingeschweißt werden.

**PSI 46850 • ADV PAX Lutec GmbH • Tel: +49 7123 38007-0
info@adv-pax.de • www.adv-pax.de**



COOLE PERSPEKTIVEN

Der universell einsetzbare Cool Selfie-Stab von Krüger & Gregoriades ermöglicht das Fotografieren oder Anfertigen von Videos mit dem Handy über Menschenmengen hinweg oder von schwer zugänglichen Stellen aus. Der Adapter für Smartphones lässt sich individuell und stufenlos auf Geräte-Größen von etwa 55 bis 88 Millimeter einstellen und ist somit passend für iPhone 4, 5 und 6 sowie fast alle vier bis sechs Zoll großen Android Smartphones ab OS 4.2.2. Über den am Stab-Kopf angebrachten 3,5 Millimeter Audio-Stecker lässt sich der Auslöser des Smartphones am Griff des Cool Selfie-Stabs aktivieren, wodurch der Nutzer über eine komfortable Fernbedienung verfügt. Das Produkt kommt in einer Geschenkbox mit deutscher Bedienungsanleitung und Tragebeutel beim Kunden an, lautet die Info aus Hamburg.

PSI 47203 • Krüger & Gregoriades Im- & Export GmbH

Tel +49 40 731021-80

info@kg-hamburg.de • www.kg-hamburg.de



carrybag® frame
black/black



SONNENGENUSS OHNE REUE

Die Sonne im Urlaub einfach genießen – geschützt mit den hochwertigen Sonnencremen von LimeBOX kein Problem. Die hochwirksamen UVA-UVB-Filter bieten einen optimalen Schutz für die Sommertage. Die Cremes besitzen eine außergewöhnlich seidige Textur, zieht schnell ein und spendet der Haut zusätzliche Feuchtigkeit. Der Kunde kann bei den Lotionen wählen aus drei Sorten: LSF 15, LSF 30 und jetzt auch LSF 50. Erhältlich sind die Sonnencremes in Tuben und Sachets.

PSI 48956 • LimeBOX • Tel + 48 22 1152514

info@lime-box.com • www.lime-box.com

COOL UND KEIMFREI

Nicht selten droht bei Fernreisen Montezumas Rache durch kontaminiertes Wasser in Eiswürfeln im Ausland. Fünf bis sechs der bei Kolb Import & Export erhältlichen, wiederverwendbare Eiswürfel in Longdrinks helfen, die Gesundheit zu schützen. Der Streuartikel mit Logo-Druck im Eiswürfel ist mit destilliertem Wasser gefüllt und verwässert kein Getränk. Die Logo-Eiswürfel passen handlich ins Reisegepäck und lassen sich in der Mini-Hotelbar problemlos einfrieren. Kolb Import & Export aus Hamburg liefert die fünf Jahre und länger wiederverwendbaren Logo-Eiswürfel hygienisch verpackt in jeder gewünschten Anzahl und jetzt auch an den Einzelhandel mit Stadt-/Länderflaggen als Souvenir-Artikel zu 4 Stück gepackt im attraktiven Mini-Beutel.

PSI 44062 • Kolb Import & Export • Tel +49 40 2500048

kolb-imex@web.de • www.kolb-imex-global.com



FRANZÖSISCHE ROSE AUF REISEN

Das Wellness-Set French Rose aus dem Sortiment von Kundenpflege Wellness & Care zeichnet sich nicht nur durch das hochwertige Kosmetiktäschchen aus. Schließlich kommt es auch auf die inneren Werte an: Die edle Tube in Alu-Optik mit Hand- und Nagelcreme sowie ein Handpeeling, mit einer Füllmenge von jeweils 50 Millilitern, und die mitverpackte Nagelfeile sorgen auch auf Reisen für gepflegte Hände. Weitere kreative Wellness-Sets sowie Streuartikel finden Interessenten im Internet unter www.kunden-pflege.de.

PSI 46887 • Kundenpflege Wellness & Care GmbH & Co. KG

Tel +49 6541 812950

info@kunden-pflege.de • www.kunden-pflege.de



Für Planer, die nichts dem Zufall überlassen.

Verlässliche Messdaten 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



TRAVEL-SET

clever kombinieren



Power Bank Tubby A100116

+



electroniKey Caja A100577

+



Zipper Box Z100221



Tel.: +49 7661 90949-200

E-Mail: vertrieb@vim-solution.com



LEICHT UND STURMERPROBT

Er heißt Carbonsteel Magic, ist ein Schirm, er hat alles, was das Herz an einem regnerischen Tag begehrt: Er ist praktisch, funktional und besticht durch stilvolles Design. Die Auf-und-Zu-Duomatik ermöglicht ein bequemes Öffnen und Schließen per Knopfdruck. Durch die Wahl innovativen Karbon-Stahls wird aus dem Schirm ein leichtgewichtiger Regenschutz, der in jede Tasche passt und gleichzeitig extrem widerstandsfähig ist. Dieser robuste Alleskönner meistert Regen, Wind und Sturm mit links. Doppler Carbonsteel Schirme wurden im Windkanal der BMW Group getestet und hielten Windgeschwindigkeiten von über 100 Stundenkilometern stand. Bei Registrierung unter www.carbonsteel.eu erhalten Interessierte auf das Produkt fünf Jahre Garantie.

PSI 41752 • E. Doppler & Co. GmbH • Tel +43 7722 63205315
gianna.strobl@dopplerschirme.com • www.dopplerschirme.com

SMARTES REISEN

Der Platz muss beim Reisen klug genutzt sein, schließlich sollte das Gepäck möglichst leicht und komfortabel zu transportieren sein. Kluges und ordentliches Packen ist die Lösung. BRIGHTtravels Produkte bei PF Concept helfen hier mit entsprechenden Verstausystemen oder zusammenklappbaren Kleiderbügel. Und sollte es auf der Reise kalt werden, ist auch schnell eine faltbare Reisedecke zur Hand. So geht Problemlösung heute. Ob Dienst- oder Urlaubsreise: Mit persönlichem Branding wird das Gepäck zum Hingucker und Botschafter für das eigene Unternehmen. PF Concept bietet für die komplette Range von BRIGHTtravels eine individuelle Veredelung an.

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



GEFLEGT ON TOUR

Neu von Frank Bürsten ist das Reise-Set zur Gesichtspflege, geführt unter der Artikelnummer 180. In einem transparenten Zuziehbeutel befindet sich alles, was für eine wohltuende Gesichtereinigung wichtig ist: eine Gesichtsbürste, ein Schwämmchen zur Gesichtspflege, eine hochwertige Reinigungsmilch sowie ein weißes Handtuch. Die Gesichtsbürste verspricht Entspannung: Schließlich ist sie für ein angenehmes Gesichtspeeling vorgesehen. Das praktische Reise-Set findet schnell in jeder Tasche oder in jedem Koffer seinen Stammplatz und wird zum wichtigen stets verfügbaren Reisebegleiter. Auf Wunsch kann Frank Bürsten ein individuelles Firmen- oder Werbelogo auf der Gesichtsbürste platzieren.

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



KAFFEE TO GO

Eine ideal für unterwegs – zum Beispiel für die Mitnahme von dolce gusto Espresso-Maschinen nebst dazu gehöriger Kapseln – geeignete Tasche aus echtem Neopren bietet Sale für den Werbeartikelmarkt an. Die praktische, hochwertig verarbeitete Neoprentasche ist mit einem großen Tragegurt ausgerüstet und kann per Reißverschluss verschlossen werden. Sie verfügt zudem außen über eine Extratasche mit Reißverschluss für die Kapseln. Die praktische Tasche lässt sich auch für andere Zwecke individuell veredeln, etwa mittels vollfarbiger Bedruckung sowie durch ein Logo auf dem Zipper.

PSI 49617 • Sale s.r.o. • Tel +420 777 151 946

martin.kozubek@sale-ostrava.cz • www.sale-ostrava.cz



LEUCHTENDES BEISPIEL

Die Minitaschenlampen von Richard Cermak sind allesamt Made in Germany, sollten in keiner Tasche fehlen und sind wertvolle und praktische Begleiter auf der Reise. Aktuell und ideal für unterwegs ist die Minitaschenlampe Magic-MA370, ausgerüstet mit hell leuchtender weißer LED und Schlüsselanhänger. Die Firma Richard Cermak steht für langlebige Produkte in hoher Qualität, die das Unternehmen aus Pforzheim in Deutschland produziert. Alle Produktionsprozesse werden nach umweltfreundlichen Maßstäben durchgeführt.

PSI 44668 • R. Cermak – Mini-Taschenlampen (Made in Germany)

Tel +49 7231 106105

info@penlights.de • www.penlights.de

Picknick-Decken und Sitzkissen in großer Varianten- und Farbauswahl!



Veredelung
im Digital-Transferdruck



Veredelung
im Transferdruck



Jetzt Gratis-Muster einer Alloverdruck-Decke bestellen!



Picknick-Decken
ab 500 Stk. im
Alloverdruck!



Der LINOTEX-Katalog
2016 ist da!

Hol' ihn dir jetzt!
info@linotex.com



by

LINOTEX®
Creative Produkte



NIE MEHR ÜBERGEPÄCK

Handlich, mobil und universell einsetzbar ist die Gepäckwaage Travel von Soehnle aus dem Angebot der Handelsagentur Nientiedt. Ob zu Hause oder unterwegs, für Reisegepäck oder Schulranzen – die Gepäckwaage Travel ist jederzeit einfach und unkompliziert zur Hand. Der Testsieger aus vielen Praxistests verfügt über einen stabilen Tragegurt mit Metallhaken und ist durch sein kompaktes Design leicht zu verstauen. Die Edelstahlfront verfügt über eine gut ablesbare LCD-Anzeige und bietet zusätzlich die praktische Zuwiege-Funktion. Als Markenhersteller leistet Soehnle für diesen Artikel eine Garantie von drei Jahren.

PSI 49565 • Handelsagentur Nientiedt • Tel +49 2574 2260465

info@Handelsagentur-Nientiedt.de • www.handelsagentur-nientiedt.de

SCHWEIZER REISEQUALITÄT

Funktionalität und Nützlichkeit standen bei der Kreation der Reise- und Business-Taschen von Victorinox im Vordergrund. Aber nicht nur, denn die Schweizer sind bekannt für ihr zurückhaltendes aber äußerst effektives Design, gepaart mit Qualität bis ins Detail. Entstanden ist ein breites und unverwechselbares Sortiment von Reise- und Business-Gepäck mit klaren Linien in Premium-Qualität: Trolleys in verschiedensten Ausführungen, Boarding-, Kosmetik-, Messenger- und Laptop-Taschen sowie Rucksäcke und Reiseaccessoires. Das Victorinox-Emblem, das Kreuz im Schild, ist immer das sichtbare Marken-Zeichen, das für Qualität, Multifunktionalität und Vielfalt steht. Gepäck mit Lifestyle-Charakter eben.

PSI 44281 • Victorinox • Tel +41 41 8181211

b2b.ch@victorinox.com • www.victorinox.com



STILVOLL UNTERWEGS MIT LAPTOP ODER TABLET

Stil und Eleganz auf Reisen, ohne auf Funktionalität und Komfort zu verzichten, verspricht die bei Yink bestellbare Laptoptasche: Das edle Accessoire entstammt dem französischen Modehaus Balmain – einer Marke mit langer Tradition, die für Qualität und Luxus steht. Gemäß dieses Credo überzeugt die Laptoptasche durch ihre hochwertige Verarbeitung und edle Kunstlederdetails. Die Tasche aus Mikrofaser, mit den handlichen Maßen von 40 mal 8,5 mal 30 Zentimetern, bietet Platz für Laptops bis zu einer Größe von 15,4 Zoll. In zwei Fronttaschen lassen sich zudem Dokumente und persönliche Dinge perfekt verstauen. Bei Yink lässt sich dieses Werbegeschenk überdies mit einem individuellen Aufdruck unterhalb des silberfarbenen Balmain-Logos wunschgemäß individualisieren.

PSI 48779 • Yink - sprd.net AG • Tel +49 341 3929440

service@yink.com • www.yink.com



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



Celebrating
10
years

Bottle

Promotions

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

Tacx promotional bottles

Full colour printing specialist!

BPA
FREE

FOOD APPROVED
BPA FREE

MADE
in the
Netherlands

MADE
in the
Netherlands

CMYK print
2 weeks delivery

HEPLA GMBH & Co. KG
Kunststofftechnik

Fabrik • Import • Druckerei

HEPLA-Kunststofftechnik
GmbH & Co. KG
Ludwig-Erhard-Str. 2
34576 Homberg (Efze)
GERMANY
Tel. +49 (0) 56 81 / 99 66
Fax +49 (0) 56 81 / 99 68 00
E-Mail: info@hepla.de
Internet: www.hepla.de

Fabrication • Import • Imprimerie

HEPLA en France
25, rue de Saules
21490 Varois et Chaignot
FRANCE
Tél. +33 (0) 3 80 32 99 56
Fax +33 (0) 3 80 32 99 52
E-Mail: rouget.katja@hepla.com
Internet: www.hepla.com

Fabrica • Importación • Imprenta

HEPLA en España
Riera Figuera Major 69
08304 Mataró (Barcelona)
ESPAÑA
Tlf. +34 93 1822187
Cel. +34 607 305555
E-Mail: info@hepla.es
Internet: www.hepla.es

Viele interessante Neuheiten

Werbeartikel von HEPLA – Kompetenz seit 42 Jahren. Eigene deutsche Produktion und Druckerei sowie Import.



Sie haben noch keinen HEPLA-Katalog?
Rufen Sie an: Tel: +49 (0) 56 81 / 99 66

Fax: +49 (0) 56 81 / 99 68 00

info@hepla.de

Hunde-Fluggleiter
Art.Nr. 7729
Im HEPLA-Katalog auf Seite 161
oder unter www.hepla.de

Chiphalter Haus
Art.Nr. 7516/K/R
Im HEPLA-Katalog auf Seite 93
oder unter www.hepla.de

Schreibplatte DIN A4
Art.Nr. 7189
Im HEPLA-Katalog auf Seite 13
oder unter www.hepla.de

Eiskratzer
Art.Nr. 7830
Im HEPLA-Katalog auf Seite 135
oder unter www.hepla.de

Touchscreen-Metall
Druckkugelschreiber
Art.Nr. 8311
Im HEPLA-Katalog auf Seite 46
oder unter www.hepla.de



ZEBRA-STREIFEN?

SICHERE SACHE!
WIE DIE
TÜV-GEPRÜFTEN
ZOOTIERE VON MBW®.



FÜR VIELE ABENTEUER GERÜSTET

Während manchen schon ein Samstagseinkauf in der Innenstadt zum Abenteuer gereicht, zieht es andere eher nach draußen in die Natur. Für beide Arten von Abenteuerlust ist man mit den neuen Werbemitteltaschen „Adventure“ bestens gerüstet. Ob Adventure XL Sport-/Reisetasche, Adventure Multibag oder Adventure Rucksack – sie alle verbindet ein sehr klares, modernes Erscheinungsbild, geprägt von einem charakteristischen Farb- und Materialmix. Die Taschen kombinieren Schwarz, Weiß und Grau miteinander und spielen zudem mit verschiedenen Oberflächen – von glänzend bedruckt über feine Wabenstrukturen bis hin zu matt und feingewebt. Am Augenfälligsten wird diese Mixtur bei der Sport-/Reisetasche Adventure XL. Mit über 50 Litern bringt sie selbst für ausgedehnte Wochenendtouren das passende Packvolumen mit. Dazu ist sie mit vielen Fächern und komfortablen Funktionen ausgestattet, z.B. einem belüfteten Schuhfach. Wer mit deutlich weniger Gepäck losziehen möchte, ist mit dem Rucksack Adventure bestens beraten. Der kompakte funktionelle Rucksack ist der ideale Begleiter einer Tagestour. Belüfteter Rücken, Regenhülle, Beckengurt und mehr inklusive. Fast minimalistisch wird es dagegen mit der Multibag Adventure. Multibag darum, weil diese Tasche verschiedene Trageoptionen anbietet: entweder bequem um die Hüfte oder lässig über der Schulter. Das innovative Gurtsystem macht beides möglich.

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



ANHÄGLICHER WEGGEFÄHRTE

Bühring aus Norddeutschland realisiert elegante Kofferanhänger wie Journey aus Leder. Die Produktion erfolgt projektbezogen in Indien. Dies eröffnet dem Kunden die Möglichkeit, die Ausführung individuell zu modifizieren und das Leder aus einer Bandbreite verfügbarer Oberflächen und Farben zu wählen. Im Standard ist Journey in Schwarz ausgeführt, mit klarsichtigem Adressfenster, verdeckt durch eine Lasche mit Druckknopf und kommt einzeln im Polybeutel verpackt beim Kunden an. Adresskärtchen sind nicht im Lieferumfang enthalten. Der indische Lieferantenpartner ist seit 2014 nach SA 8000 zertifiziert. Eine Werbeanbringung ist dezent als Blindprägung zu empfehlen. Die Lieferzeit beträgt bei kleineren Mengen zirka vier bis sechs Wochen nach Muster- und Logofreigabe, abhängig von der Menge und der Verfügbarkeit der Farbe. Ist es ganz eilig, hilft das Bühring-Team weiter.

PSI 40807 • Bühring GmbH • Tel +49 4154 795400

vertrieb@buehring-shop.com • www.buehring-shop.com



MOBILER ENERGIESPENDER

Pokey von reeko design ist eine Powerbank mit LED-Lampe und Karabiner. Die in Schwarz sowie in Silber erhältliche mobile Ladestation für den Schlüsselbund ist mit einer über sechs LEDs verfügenden Taschenlampe mit SOS-Funktion ausgestattet. Das Herz der Powerbank ist eine 2000 mAh Lithium-Ionen-Batterie, ausgerüstet mit einem Eingang 5V/0,8A sowie einem Ausgang 5V/1A. Die Lieferung erfolgt inklusive Micro-USB-Kabel. Geliefert wird Pokey in einer schwarzen, hochwertigen Kartonverpackung.

PSI 46261 • reeko design - Carstensen GmbH • Tel +49 4106 79950570

info@reeko.com • www.reeko.com

inFusion 
THE UNTOUCHABLE DECORATION

Re-imagine decoration

We have developed a new technique that infuses your logo into the fabric creating an untouchable decoration with razor sharp detail, unlike any other.

inFusion™ is available for 4 Elevate styles.




ELEVATE

PROMOTIONAL TEXTILES
AND FASHION UNITED

WWW.PFCONCEPT.COM



Post-it® Notes connect: Der aktualisierbare Werbeartikel, den der Nutzer immer auf seinem Smartphone bei sich trägt.

POST-IT® PROMOTIONAL PRODUCTS GOES DIGITAL

WERBEARTIKEL MIT DIGITALEM MEHRWERT

Dynamischer, interaktiver, integrierter: Michael Schiffer Promotion führt die nächste Generation cleverer Produktlösungen von Post-it® Promotional Products ein. Die neue Sparte Post-it® Notes connect steht für integrierte offline-online Produkte, die das Beste aus haptischer und digitaler Kommunikation vereinen. Und auf diese Weise den Werbetreibenden dauerhaft mit seinen Kunden verbinden. Direkt auf dem Smartphone.

Das neue, richtungsweisende Produktangebot stellte die Michael Schiffer Promotion zur 54. PSI Messe in Düsseldorf als PSI FIRST Produkt vor. Das Prinzip ist ganz einfach. Über einen QR Code auf dem Post-it® Promotional Product gelangt der Nutzer per App oder Browser in seinen persönlichen, privaten Cloudspeicher, den er über jedes Endgerät erreichen kann. Neben seinem privaten Speicher sieht er dort die Banner des Sponsors und den Sponsor-Ordner, in dem exklusive Inhalte auf ihn warten.

DYNAMISCHE VERBINDUNG MIT DEM KUNDEN

Der Werbetreibende kann seine Inhalte jederzeit aktualisieren und dazu seine Kunden direkt kontaktieren und aktivieren – per Push Mitteilung auf dem Smartphone oder per E-Mail. Post-it® Notes connect macht aus einem Give-away einen Werbeartikel mit Content Marketing Funktion, die dem Werbetreibenden völlig neue Dimensionen in puncto Aktualisierbarkeit seiner Botschaften und Beziehungsaufbau mit der Zielgruppe ermöglichen. Diese neuartige

Verbindung von Premium Werbeartikel und Online-Dialogtool realisiert Michael Schiffer Promotion in Partnerschaft mit SSP Europe, dem führenden Secure Cloud Service Provider und Anbieter der Cloudbox to Go™, die fester Bestandteil des neuen Produkts ist.

GROSSER ANWENDUNGSRADIIUS

Event-Nachlese in Form von Mitschnitten. Fotos oder Präsentationen. Coupons und zeitlich begrenzte Rabattaktionen für Handel oder Systemgastronomie. Reichweitenverstärker für Markeninhalte, die über Web-

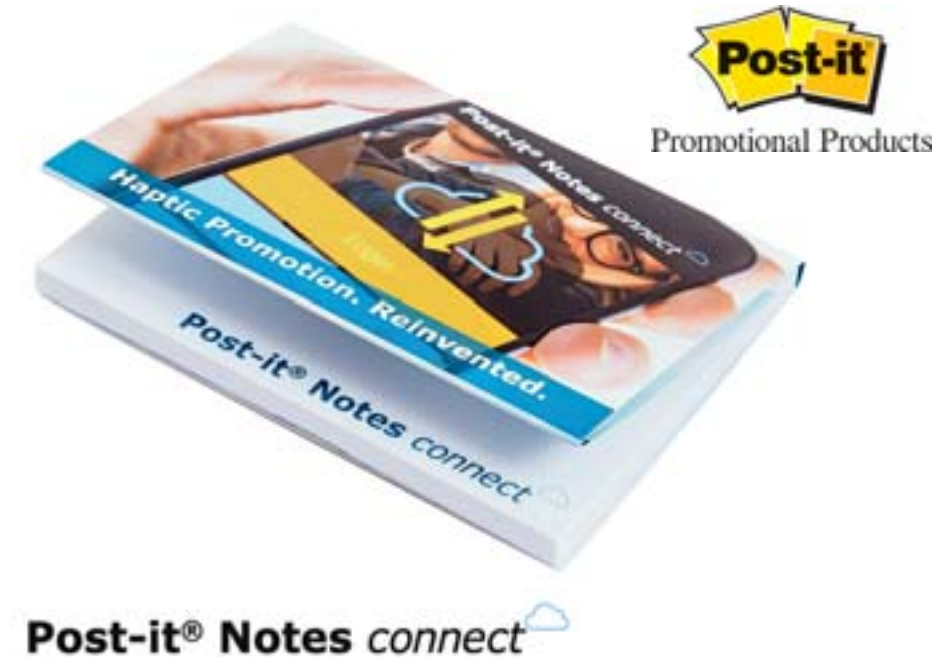
site oder App angeboten werden. Erschließen neuer Zielgruppensegmente über offline Kontaktpunkte. Bereitstellung aktueller Dokumente und Verkaufsmaterialien für Mitarbeiter im Außendienst. Die Einsatzmöglichkeiten sind praktisch unbegrenzt. Die Übergabe des Post-it® Notes connect Werbeartikels markiert den Startschuss für eine nachhaltige, interaktive Kundenbindung. So kann der Werbeartikel als Einstieg, Beschleuniger oder Reichweitenverstärker in der Gesamtkommunikation strategisch eingesetzt werden.

EINFACH UND SCHNELL

Sowohl in der Handhabung für den Werbetreibenden, als auch für den Konsumenten steht „Einfachheit“ im Fokus. Das Aufsetzen der Kampagne erfordert lediglich ein paar Eckdaten zu Laufzeit, Terminen und Speichergröße. Die digitalen Inhalte kann der Werbetreibende bequem über ein Portal selbst hochladen und aktualisieren. Der User lädt die kostenlose App herunter und registriert sich dann einfach und schnell in drei Schritten. Oder er loggt sich über die Website ein. Danach kann er seinen Cloudspeicher uneingeschränkt von jedem Gerät aus frei und mobil verwenden. Sein persönlicher Upload Key ist der Schlüssel zu seiner Cloudbox, den er immer im Smartphone dabei hat.

HAPTISCHE WERBUNG RELOADED

Die innovative Verbindung der zwei Medien macht Post-it® Notes connect zu einem besonders vielseitigen Imagerträger, hinter dem Premium Markenversprechen und -qualität von Post-it® Promotional Products stehen. Das haptische, multisensorische Markenerlebnis wird auch in Zukunft nachhaltig und hochwirksam bleiben. Doch mit verschwimmenden Grenzen zwischen Analog und Digital steht die Werbeartikelbranche vor der Herausforderung, relevante Markenerlebnisse anzubieten, die den Kunden über die Schnittstellen hinaus kommunikativ begleiten. Post-it® Notes connect erfüllt das steigende Bedürfnis nach medienunabhängiger, mobiler, interaktiver und relevanter Kommunikation. Damit gelingt nicht nur der Übergang von der haptischen in die digitale Kommunikation, son-



dern auch die Schaffung eines echten Online-Nutzens für den Verbraucher, der weit über Werbebotschaften oder Gimmicks hinaus geht.

NEUE MESSBARKEIT

Für den Werbetreibenden ist auch die neue Messbarkeit spannend, die in der haptischen Werbung bisher eher schwierig war: Er gewinnt über die Ausgabe seines Werbe-

artikels nicht nur valide E-Mail-Adressen, mit denen er auch außerhalb des Cloudspeichers Kontakt mit dem Kunden halten kann. Er kann auch Aktivierungsrate und Klickverhalten beobachten und auswerten – und hat so eine Bewertungsgrundlage für die Effizienz seiner Werbeartikelausgaben. Detailinformationen und Kontakt unter:

www.promotion.michaelschiffer.com <



Die Übergabe des Post-it® Notes connect Werbeartikels markiert den Startschuss für eine nachhaltige, interaktive Kundenbindung.

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



SEINER ZEIT VORAUSS

Die Frage nach Geschmack und Mode ist immer streng an den jeweils vorherrschenden Zeitgeist gekoppelt. Das gilt natürlich auch für Schreibgeräte. Mit dem neuen CURVE hat uma den Versuch gewagt, sich von aktuell gängigen Vorstellungen von einem Kugelschreiber freizumachen. Das Ergebnis ist eine extravagante, futuristische Gestaltung, die mit ihrer schlanken, zum Ende hin abgerundeten Form mehr einem Raumgleiter ähnelt denn einem gewöhnlichen Schreibgerät. Ebenso reduziert ist das Gehäuse: Den CURVE gibt es in Schwarz oder Weiß, als CURVE LUX in matt Silber. Den hervorstechenden Kontrast dazu stellen jeweils die glanzverchromte Kontur sowie der ebenfalls glanzverchromte Stopfen und die Spitze dar. Sichtbar wird die wellenförmige Kontur erst mit dem Drücken des Clips. Nicht umsonst war der CURVE als PSI-FIRST-Modell uma-Messehighlight bei der PSI 2016. Im Innern des Schreibgeräts verbirgt sich die bewährte uma TECH Mine, die immerhin über 4.000 Meter Schreibgenuss verspricht. Damit stellt der neue CURVE eine ideale Fläche für zukunftsorientierte Werbebotschaften dar. Eine Bedruckung des formschönen Gehäuses ist per Tampondruck möglich. Musterbestellungen nimmt uma gern entgegen. Noch mehr Details unter: www.uma-pen.com/curve

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

MINI PROMO-„POWER-TOWER“

Extra-Power für zwischendurch gefällig? Stets dabei, um Kopf und Körper mit Energie zu versorgen: der Dextro-Energy 8er-Würfel im rundum personalisierten Mini Promo-Tower. Mini, aber trotzdem groß verbirgt er insgesamt acht Dextro-Energy original verpackt in den Richtungen Vitamin C + Zitrone, Magnesium, Calcium oder Classic. Bunter und schokoladiger geht es mit den Ritter Sport QUADRETTIES zu, welche sich zu siebt in der Mini-Kartonage einfänden. Halbbitter, Mandel, Knusperflakes und Vollmilchschokolade sind ein Quartett, welches ganz schön was her macht. Bereits ab 250 Stück erhältlich personalisiert Kalfany Süße Werbung die 5 Flächen des Mini Promo-Towers (ca. 32 x 32 x 50 mm) nach Kundenwünschen und bestückt diesen mit powergeladenen Dextro-Täfelchen von DEXTRO ENERGY oder sportlichen QUADRETTIES. Selbstverständlich in IFS – zertifizierter Herstellung.

**PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG • Tel +49 7643 8010
vertrieb@kalfany-suesse-werbung.de • www.kalfany-suesse-werbung.de**





FRUCHTIGE WERBEBOTSCHAFT

Starke Marke, starke Botschaft: Mit SQUETCH aus dem Hause Schwartau bietet die Jung Bonbonfabrik ein fruchtiges Geschmackserlebnis für ganzjährige Werbebotschaften. SQUETCH besteht aus püriertem Obst aus 100 % Frucht ohne Zuckerzusatz, ohne Aroma-, Farb oder Konservierungsstoffe, verpackt im Quetschbeutel mit wieder verschließbarem Deckelverschluss. Mit Apfel-Erdbeere und Apfel-Mango sind zwei Varianten erhältlich, mit denen quer durch jede Zielgruppe viel Aufmerksamkeit erzeugt wird. Ideal als Give-away einsetzbar für die Reisebranche, als kleine Zwischenverpflegung auf Events oder als leckerer Fruchtnachtsch für Meetings oder Seminare. Die werbliche Individualisierung erfolgt per Werbebanderole aus weißem Papier (Gestaltung nach Kundenwunsch).

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

KOMPAKTE KRAFT

Zehn hochwertige Wera Schraubwerkzeuge auf einer winzigen Fläche zum einfachen Verstauen in der Schublade, im Werkzeugkasten oder auch in der Hosentasche. Mit Schlitz, Kreuzschlitz Phillips, Kreuzschlitz Pozidriv, TORX Bits und dem bewährten Wera Griff im Kraftform Design. Mit harten Griffzonen für hohe Arbeitsgeschwindigkeit und weichen Griffzonen für festes Zupacken. Blitzschnelle Bit-Zuführung und -Entnahme am Griff dank Rapidaptor-Technologie. Die Werkzeuge sind im robusten und praktischen Bit-Check äußerst übersichtlich angeordnet. Ab 100 Stück mit kundenindividuellem Logo-Druck und auf Kundenwunsch auch in hochwertiger Geschenkverpackung.

PSI 48078 • Wera Werk • Tel +49 202 4045144
matuschek@wera.de • www.wera.de



PROMO-MATTEN ZUM STAUNEN!

Unsere Promotionmatten in bester Druckqualität waren der absolute Renner auf der PSI-Messe in Düsseldorf. Mit Brillanz und Intensität ziehen sie alle Augen auf sich. Neugierig? Eintauchen in neue Farbwelten auf www.promotion-mats.eu



KLEEN-TEX
PROMOTION MATS

Tel. +43 5372/61380
promotion@kleen-tex.eu



BUNTE FREUDE

Der Korb „Utensilo Wonderball“ von Multiflower beinhaltet fünf Tonkugeln (für die Anzucht der Pflanzen) mit Samenfüllung (bunte Blumenmischung) in einer Geschenkkartonage. Klein und praktisch dient er als Aufbewahrungskorb vieler gesammelter Utensilien. Der Einsatzmöglichkeiten gibt es viele: für den Schreibtisch, Notizen oder Badeutensilien, Werkzeug, Taschenlampe, Flaschenöffner, Streichhölzer und so weiter. Es gibt viele Dinge, die schnell ein Behältnis benötigen. Zusammengefaltet im Präsentkarton überreicht macht dieser pfiffige Korb Freude. Ein Werbeeindruck auf dem Standardmotiv der umlaufenden Banderole oder eine eigene Gestaltung ist jeweils ab 250 Stück Bestellmenge möglich. Einen Tampondruck direkt auf dem Korb gibt es schon ab 100 Stück.

PSI 45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 86656-0

info@multiflower.de • www.multiflower.de

EIN ECHTES PLUS MIT SYSTEM

Mit der Weiterentwicklung von TRIGGI, dem Einkaufswagenauslöser von Pins & mehr, erhalten die Werbenden mit TRIGGI plus das Werkzeug zur langfristigen Kundenbindung. Mit einem alphanumerischen Code versehen wird der TRIGGIplus zur Fundmarke für den Schlüsselfund Service von Pins & mehr. Die Vorteile für die Werbenden sind u. a. die Möglichkeit einer zielgenauen Leadgenerierung bei der Registrierung, unendliche Möglichkeiten für Marketing- und Vertriebsprojekte durch eine eigene Registrierungsseite oder auch die Langzeit-Kundenbindung durch die individuell festgesetzte Laufzeit des Schlüsselfund-Services. Der Kunde erhält – neben dem praktischen Einkaufswagenlöser – ein angenehmes Gefühl der Sicherheit und das Wissen um die besondere Wertschätzung.

PSI 46925 • Pins & mehr • Tel +49 8233 79312-0

info@pinsundmehr.de • www.pinsundmehr.de • info@triggi.de • www.triggi.de



MIT DEM GEWISSEN BISS

An apple a day keeps the doctor away. Wissenschaftliche Untersuchungen belegen, dass der regelmäßige Verzehr von Äpfeln das Wachstum von Krebstumoren bremsen kann. Der apfeleigene, antioxidative Wirkstoff Quercetin ist der Robin Hood, der Entzündungen hemmt und freie Radikale bindet. Im Apfel enthaltene Fruchtsäuren hemmen das Wachstum von Fäulnisbakterien, die Gerbsäure wirkt entzündungshemmend. Über 30 Vitamine und Spurenelemente sprechen für sich und machen den Apfel zu einem richtig coolen Werbeatikel. Äpfel von Kellermeister Manns sind nicht nur gesund, sondern auch Werbebotschafter. Das Kundenlogo wird mit Lebensmittelfarbe aufgebracht ... oder wer es ganz natürlich liebt per Anhänger.

PSI 45384 • Kellermeister Manns GmbH • Tel +49 2045 960477

info@kellermeister-manns.de • www.kellermeister-manns.de

Just a
rop
Safe Water = Saved Lives

EVERY 20 SECONDS, A CHILD DIES
FROM WATER BORNE DISEASES

Our mission is to reduce child
mortality by delivering clean,
safe water where it is
needed most.

So, when you next turn
on the tap... Just Think.
Just a Drop.

£2 a month could
provide a child with
clean, safe water for
life. To donate, please
visit www.justadrop.org

Registered Charity No: 1100505


SUCCESS
MESSAGE IN A BUBBLE

**SCHENKEN SIE
EIN LÄCHELN.**

FREUNDE GEWINNEN.
LÄCHELN SCHENKEN.
KONTAKTE KNÜPFEN.
SYMPATHIEN ERHALTEN.



Transportieren Sie mit
PUSTEFIX Seifenblasen-Spielen
Ihre individuelle Werbebotschaft -
Ihre MESSAGE IN A BUBBLE.



SCAN ME!

**Seifenblasen
Made in Germany**

Telefon +49 (0)7071 - 78898
www.success-werbung.de
info@success-werbung.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.: +49 211-90 191-114/-150/-315/-321+++ FAX: +49 211-90 191-180+++ MAIL: VERLAG@PSI-NETWORK.DE

TEXTILIEN / TEXTILES

Werbung auf Schritt und Tritt - Made in Germany

ABER

textil+design

ab 100 Paar
individuelle Business-Socken
exklusiv gestrickt

kreative Ideen
aussagekräftige Entwürfe
professionelle Umsetzung



+49 (0)5109-5646 825 info@aber-design.de

PSI No. 49549

www.aber-design.de

CLIQUE ALL YOU NEED IS CLIQUE®

BASIC



Exklusiv erhältlich bei:

NewWave

Neuwave GmbH
Tel.: +49 (0)203 179 125
www.newwave-germany.de

Neuwave Australia
Tel.: +61 (0)3 9371 230 40 0
www.newwave-australia.de

PSI No. 44367

www.newwave-germany.de

Fifty Five
OUTDOORBEEKLEIDUNG



Premium Promotion & Corporate Fashion

Damen Urban & Freizeitjacke
"Lake Nipigon"

Fifty Five OHG
Unterm Wasser 17
57250 Netphen
Tel.: 02738-30540
Mail: info@fiftyfive.eu
Shop: www.fiftyfive.eu

Sofortlager - Corporate Design
Fullfillment - 24H Bestellservice

PSI No. 49354

www.fiftyfive.eu

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

SCHREIBGERÄTE / WRITING UTENSILS



P.COLLECTION

Fabrik für Schreibgeräte

www.pcollection.de

PSI No. 42809

www.pcollection.de

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



GEOS SI LUX

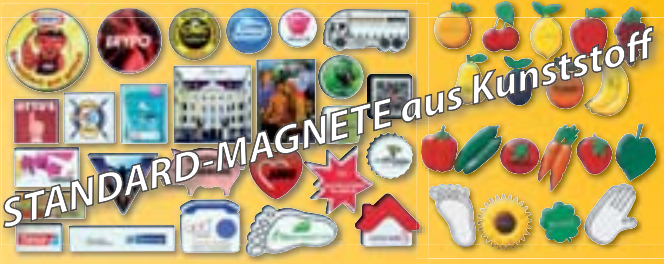
www.uma-pen.com

PSI No. 41848

www.uma-pen.de

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

KUNSTSTOFF-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.

adamo design[®] gmbh

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

PSI No. 42299

www.adamo-design.de

SCHLÜSSELANHÄNGER UND CHIPHALTER / KEY FOBs AND TROLLEY COINS



Einkaufswagenlöser
PSI-Nr. 49467
.de | .at | .ch

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

Jetzt NEU
TRIGGI[®] plus

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

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

BÜROBEDARF / OFFICE SUPPLIES



LAINAS
PRODUCTS

PSI No. 47361

www.lainasproducts.com

**Heften ohne
Klammern?
Na klar.**

Werbemöglichkeit,
die beeindruckt.
Tel. +49 211 522 857 13
info@plus-corporation.com



PSI No. 48564

www.plus-corporation.com

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

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

WERBE- UND PROMOTIONMATTEN / ADVERTISING AND PROMOTION MATS



ABER HALLO!

Promotionmatten in brillanter Druckqualität und neuer Farbintensität ziehen alle Augen auf sich und adeln jeden Anlass. Neugierig? Eintauchen auf www.promotion-mats.eu

KLEEN-TEX

PSI No. 43358

www.promotions-mats.eu


hörsteler
INTERIOR Design

Herzlich Willkommen

Cooler Fußmatten bereits ab 1 Stück

Single pieces available

Hörsteler Interior Design GmbH
Internet: www.hoersteler.de | email: verkauf@hoersteler.de

PSI No. 45973

www.hoersteler.de

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

SÜSSWAREN / SWEETS



DerGUGL – 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

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

WERKZEUG, TECHNIK & ELEKTRONIK / TOOLS, TECHNIQUE & ELECTRONICS



Avenue

MOBILE MUST-HAVES

www.pfconcept.com

PSI No. 40972

www.pfconcept.com

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

REGENSCHIRME



MAXX Active

PREIS / LEISTUNG

NEU

TOP Qualität

MAXX City

mit Fiberglas-Außenspeichen

Schultertasche

City-Rucksack

STRIMAXX & FRIENDS GmbH
Vertriebsbüro Hamburg
Alte Holstenstraße 22, D-21031 Hamburg
T +49 (0)40-739 2668-0
F +49 (0)40-739 2668-29
www.strimaxx.de, info@strimaxx.de

PSI No. 48720

www.strimaxx.de



PANO CITY

**Schirme,
so individuell
wie Ihre Kunden.**

www.panocity.de T: 05341 22 54 20

PSI No. 49562

www.panocity.de

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



STEINER

...samtweich zu neuen Kunden
mit Kuscheltieren,
Walking-Acts und
Dekorationen
ganz nach Ihren
Wünschen.

www.steiner-pluesch.de • info@steiner-pluesch.de • Tel +49 36253 48866

PSI No. 44393

www.steiner-pluesch.de

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

SPIELWAREN / TOYS



SEMO
Plüschtierwelt

**Frische Ideen
in Plüsch!**

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

PSI No. 44970

www.semo.de

SONDERANFERTIGUNGEN / CUSTOM MADE ARTICLES



Entwurfs-idee von Issue Tissue, die noch mehr
ins Auge fällt: Pocket Pack Mini oder Classic
mit transparenter Öffnung, gleich mit
sichtbaren Taschentüchern!

info@issuetissue.com www.issuetissue.com

Issue
MAKE A MASSIVE IMPACT WITHOUT SAYING A WORD!

PSI
Member No. 44613

www.issuetissue.com

PSI No. 44613

www.issuetissue.com



mic-o-mic
3D construction kit

- ✓ Eyecatcher auf jedem Schreibtisch
- ✓ Idealer Werbeträger
- ✓ Werbeanbringung an verschiedenen Positionen möglich
- ✓ Eigene Farbstellung und Verpackung schon ab kleinen Chargen umsetzbar

mic-o-mic.com
Schäfer Toy Company GmbH • info@schaefer toys.de • Tel. 02684 / 95 70 13

PSI No. 46903

www.spm-marketing.de



**Radiergummis in
Sonderformen**

PSI

www.floerke.de

PSI No. 44294

www.floerke.de

Find your bag
with luggagetag®!

Bis zu 1.000 Stück

ANBRINGEN
ANHEFTEN
ANBRINGEN

KDM

PSI No. 48223

www.kdm-handel.de

Was schenke ich Jemandem,
der eigentlich alles hat?

Erleben Sie die Faszination
3D-Werbestand für Sie.

3D Einzelstück oder
Grossauftrag

3D Rundum-Sorge-Paket
für Sie

Laserpix GmbH
80333 München
Tel. 089 31 110 100
Fax 089 31 110 101
info@laserpix.de
www.laserpix.de

PSI No.49291

www.laserpix.de

VALINA
INNOVATIVE PROMOTIONAL PRODUCTS

ÜBERRASCHEND ANDERS

NEU

Ihr Logo

Glückslicht - Adventskranzdose

Das Glückslicht - Streuartikel mit Zufallszitat
Individuelle Etiketten und Zitate möglich

WEITERE PRODUKTE UNTER: VALINA.DE +++ KONTAKT: INFO@VALINA.DE

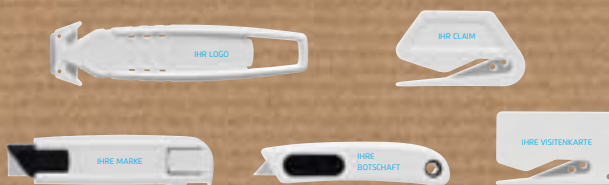
PSI No.49558

www.kreitmeier-valina.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 SOULINGEN

martor

PSI No. 40111

www.martor.com

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

MASSBÄNDER / MEASURING TAPESA

sanaflex®
Gesundheitsmaß
Auf den Zentimeter genau,
Gewichtskontrolle nach Maß

hoechstmass®
Seit 100 Jahren Maßbänder und Rollhandmaße

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

PSI No. 41118

www.hoechstmass.com

VEREDELUNG & WERBEANBRINGUNG /
FINISHING & PROMOTIONAL LABELLING

WIR ZAUBERN
FARBE
AUF IHRE PRODUKTE

- Siebdruck
- Tampondruck
- Lohndruck

Zertifiziert nach
DIN EN ISO 9001:2008

Signum
Siebdruck-Tampondruck GmbH

Im Tal 41
78112 St. Georgen
Telefon (0 77 24) 94 94 8-0
Telefax (0 77 24) 75 00
www.signum-druck.de

PSI No. 49554

www.signum-druck.de

PORZELLAN - GLAS - DRUCK
KOSSINGER
 Aktiengesellschaft
 DER WERBEARTIKEL-SPEZIALIST



PSI No. 42087

www.koessinger.de

TEXTILDRUCK **WERBEMITTEL**

fabuprint
 Für Sie machen wir Druck!

WM-32

	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:
 Filzkosten: 15 €/netto pro Druckfarbe
 (Filzkosten 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

PSI No. 16618

www.fabuprint.de

PAPIERTASCHENTÜCHER / PAPER TISSUES

Papiertaschentücher

mit Eigenaufdruck
 ab 3000 Stück

Medicell GmbH, 74190 Schwaigern
 Tel. 07138/8109526, www.medicell.de

Just follow your nose!

PSI

PSI No. 49268

www.medicell.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

Dienstleistungen / QUALITÄTSPRÜFUNGEN

eurofins

Consumer Product Testing

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

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

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

GALSWAREN / GLASS WARE

Champion 0,3 l

German Design Award
 SPECIAL MENTION

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

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

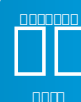
INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page			
45767	Bottle Promotions a Tacx International Company	083	40660	PF Concept Deutschland GmbH	085
45619	CLIPY Artur Begin, S.L.	U2	49467	PiNkey AG	KAB: 093
44613	Consuma-IssueTissue B.V.	KAB: 095	42332	prodir S.A.	001
42819	Gustav Daiber GmbH	005, 053	43952	PSI Reed Exhibitions Deutschland GmbH	019, U3
43144	FARE - GUENTHER FASSBENDER GmbH	057	47182	Reisenthel Accessoires Inh. Peter Reisenthel	073, 075, 077
PSI Partner	FKM e.V.	079	48295	Relags GmbH	002
45666	Halfar System GmbH	069	48720	Strimaxx & Friends GmbH - Vertriebsbüro Hamburg	051, 094
41583	HEPLA GmbH	083	43053	SUCCESS - Dr. Rolf Hein GmbH & Co. KG	091
42907	Inspirion GmbH	017	44970	TRIGON Deutschland GmbH	003, 095
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	U4	41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	059
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	055, 100+101	47555	Vim Solution GmbH	079
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	089, 094	PSI Partner	viscom - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	098
42438	Lediberg GmbH	007	47395	Zwilling J. A. Henckels AG	071
44455	LINOTEX GmbH	081			
42020	mbw@ Vertriebsges. mbH	084		Beilagen / Inserts (* Teilaufgabe / Part circulation)	
49268	MediCell GmbH	KAB: 094	41857	EUROSTYLE- Emil Kreher GmbH & Co.KG	*
45974	Multiflower GmbH	083	45899	micx-media in concept gmbh & co. Kg	*
PSI Partner	Network Press Germany GmbH	041		PSI Reed Exhibitions Deutschland GmbH	*
44367	New Wave GmbH	011	47186	TLN Trade Company GmbH	*

-Anzeige-



Das PSI Journal bietet Ihnen ein verführerisches Marketingpaket – Produkte zu den Themen Süßes, Kulinarisches, Küche und Lifestyle werden in der Mai Ausgabe des PSI Journals präsentiert.



Übersicht über die Redaktionsschluss- und Anzeigenschlussdaten für die Mai-Ausgabe des PSI Journals.

Redaktionsschluss: 18.3.2016
Anzeigenschluss: 5.4.2016



Übersicht über die Redaktionsschluss- und Anzeigenschlussdaten für die Juni-Ausgabe des PSI Journals.

Redaktionsschluss: 15.4.2016
Anzeigenschluss: 5.5.2016



Übersicht über die Redaktionsschluss- und Anzeigenschlussdaten für die Juli-Ausgabe des PSI Journals.

Redaktionsschluss: 16.5.2016
Anzeigenschluss: 6.6.2016



Übersicht über die Redaktionsschluss- und Anzeigenschlussdaten für die August-Ausgabe des PSI Journals.

Redaktionsschluss: 24.6.2016
Anzeigenschluss: 5.8.2016



TOP SERVICE & INNOVATION



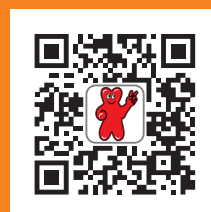


*Werbewirkung
schmeckt!*

**WIR
SIND**
**Süße
Werbung**
Qualität + Wirkung



www.suesse-werbung.de



PSI 2017: EIN KONZEPT VON DER BRANCHE FÜR DIE BRANCHE

Es war ein Bilderbuchstart ins neue Geschäftsjahr. Die beste PSI seit Jahren mit mehr Ausstellern, mehr Besuchern, mehr Internationalität, mehr Innovationen. Auch die präsentierten Zahlen des europäischen PSI Barometers und des deutschen GWW-Monitors liefern positive Prognosen für 2016. Die Branche zeigte sich rundum zufrieden. Auch die Vorausschau auf die PSI-Messe 2017 ist positiv, wobei es doch hier und da noch Unsicherheiten gibt, was die Neuerungen angeht.

Blicken wir noch einmal zurück auf das Jahr 2015. Das PSI wurde aufgefordert, die Messe-Konzeption für die Zukunft zu überprüfen und zusammen mit dem deutschen Verband die Möglichkeit zu diskutieren, wie man geregelt Industriekunden auf die Messe mitnehmen kann.

Ein Grund dafür: Auf die PSI werden seit Jahrzehnten verstärkt von Händlern und Lieferanten Industriekunden einge-

schleust. Um diesen Missbrauch zu beenden, mussten wir in Partnerschaft mit der Branche ein Konzept entwickeln, das die Zutrittsbedingungen für die PSI Messe der Realität anpasst. Außerdem haben Markttransparenz, Globalisierung und E-Business ein Umdenken nötig gemacht. Wobei ich hier betonen möchte, dass die Mehrzahl der Berater und Lieferanten diesen Schritt als Chance für eine Marktbelebung ansehen. Das Schaufenster PSI wird Kaufanreize geben und dazu motivieren, den Werbeartikel verstärkt als Marketing-Tool zu sehen.

Der vom GWW hierfür einberufene Arbeitskreis Messe, an dem Händler, Lieferanten und Messefachleute teilnahmen und mehrfach tagten, hat ein Konzept verabschiedet, das die Belange und Interessen aller Beteiligten ausreichend berücksichtigt. Und wenn es einen funktionierenden Verband auf europäischer Ebene gegeben

hätte, so hätten wir diesen natürlich auch in die Entscheidung einbezogen. Ein restriktives Konzept, das es dem Handel – und nur dem Handel – am 3. Messetag ermöglicht, Industriekunden einzuladen. Diese werden registriert und ihre Badges werden farblich gekennzeichnet. Damit wird die PSI die einzige Messe sein, die eine Qualifizierung der Besucher durch eine 100-prozentige Kontrolle sicherstellt. Industriekunden ohne nachgewiesene Händlereinladung haben keinen Zutritt – im Gegensatz zu anderen Veranstaltungen. Ich möchte nur an die Vielzahl der Werbeartikelmessen erinnern, zu denen jedermann Zutritt hat.

Ein Konzept von der Branche für die Branche. Patrick Politze, der GWW-Vorsitzende, hat es richtig gesagt: „Es ist das erste Mal, dass Händler und Lieferanten das PSI-Messekonzept maßgeblich mitgestaltet haben.“ Ein wichtiger Schritt, Vertrauen zwischen allen Marktteilnehmern sicherzustellen. Denn eines ist doch klar: Sicher ist es für einen Messeveranstalter schön, wenn mehr Besucher kommen. Das ist und kann aber nicht unsere Zielsetzung sein.

Wie viele Industriekunden letztlich kommen werden oder auch nicht, liegt einzig und allein in der Verantwortung des Handels. Die Händler haben es somit selbst in der Hand ...

Es grüßt Sie



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



»Die PSI wird die einzige Messe sein, die eine Qualifizierung der Besucher durch eine 100-prozentige Kontrolle sicherstellt.«



Mit der Seminar-Allianz zum nachhaltigen Messeerfolg

Was macht moderne Messeplanung aus? Welche Trends setzen sich im Standbau durch? Wie können Aussteller ihren Erfolg noch besser kontrollieren? Diese und weitere Fragen beantworten Ihnen unsere Experten im Rahmen von Seminaren in ganz Deutschland.

Seminarangebot 2016:

■ Professionelle Messeplanung

Steigern Sie Ihren Messe-Erfolg durch professionelle Planung und Durchführung!

■ Online Besuchermarketing

Mit Facebook, Twitter, LinkedIn, Blogs, Apps & Co. – Zielgruppen erschließen und Mehrwert schaffen

■ Erfolgskontrolle Messe

So bekommen Sie die Kosten und Ihr Return on Messe-Investment in den Griff!

■ Crashkurs: Standbau und -design

Lösen Sie den Spagat zwischen Design, Kreativität und Kostendruck!

■ Das perfekte Messegespräch

Gehen Sie bei der Besucher-Ansprache methodisch und konsequent vor!

Das gesamte Seminarangebot finden Sie zum Download unter:

<http://www.psi-messe.com/seminare>



MIT VERANTWORTUNG WERBEN

Produkte, die sich in nachhaltigem Zusammenhang darstellen, stehen in hohem Kurs beim Konsumenten. Immer mehr Hersteller/Lieferanten erkennen, wie wichtig es ist, den Blick auf das Thema Nachhaltigkeit zu richten. Das wiederum kommt Händlern entgegen, die immer stärker nachhaltig produzierte und entsprechend zertifizierte Produkte nachfragen. Dass sich immer mehr Unternehmen der Werbeartikelwirtschaft der Verantwortung stellen, die Ökologie und soziale Verträglichkeit verbinden, zeigen die Produkte dieser Rubrik. Einen weiteren Themenmittelpunkt bilden Artikel der Dauerbrenner „Schreibgeräte und Büro“.

Bitte denken Sie schon jetzt an das Produktthema der Mai-Ausgabe mit den Themengruppen „Süßes und Kulinarisches“ sowie „Küche und Lifestyle“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 18.03.2016 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail hoechemer@edit-line.de.



APARTE ACCESSOIRES

Neu im PSI Netzwerk 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.



INNOVATIONEN À LA CARTE

Wie bunt und kreativ die Branche ist, war erst jüngst auf der PSI Messe wieder zu erleben. Viele Start-ups und junge, erfindungsreiche Unternehmen mit pfiffigen Ideen verleihen der Branche neue, willkommene Akzente auf ihrem Weg in die Zukunft. Unsere Rubrik „Werbeartikel-Innovationen“ stellt jenseits der beiden festen Themenrubriken in kurzweiliger Reihenfolge Produkte vor, die viel Promotionspotenzial bergen.



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

Chef vom 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,
Karsten Böhme
Tel.: +49 211 90 191-321, karsten.boehme@reedexpo.de

Sales Executive: Thomas Passenheim

Tel.: +49 211 90 191-150,
thomas.passenheim@reedexpo.de
Alexandra Rymanova,
Tel.: +49 211 90 191-315,
alexandra.rymanova@reedexpo.de

REGIONALE KONTAKTE

Belgien und Frankreich: Reed Exhibitions ISG Belgien
und Frankreich

Ombline 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 İngin
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



IHR *FRISCHE*-PARTNER!

mentos



mentos
GUM



1-er Mentos



Express Cool-Card®



Top-Can® Mentos

VIVIL



Mint-Can



Mint-Stick



Pfefferminz-Riegel



Quick-Box

Starmint-Box



Snap Top