

▶ **PSI**

Düsseldorf · G-30212

Internationales Magazin
für Werbeartikel

AUGUST / SEPTEMBER 2016
55. Jahrgang

JOURNAL



Andreas und Sandra Vavelidis
inCrystal Begeisterung für Glas



Torsten Münich
Global Innovations
Magische Werbung
mit Open Monitor

Werbeartikel-Guide
Kunststoff, Holz, Leder
Papier, Verpackung,
Veredlung

Innovativste Unternehmen
Emsa bei den TOP 100

PF Concept
End of Year Collection
vorgestellt

25 Jahre Mahlwerck
Fröhliches Jubiläumsfest



KRISE DER CONTAINERSCHIFFFAHRT
MIT KLUGER LOGISTIK
SCHNELL ANS ZIEL

NEU

JETZT KATALOG ANFORDERN!



EXKLUSIVE WEIHNACHTSPRÄSENTE



PREMIUM ADVENTSKALENDER

DIE ADVENTSKALENDER-EXPERTEN: UNSERE QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED!



Adventskalender „Cube“ & „Cube XL“



Tisch-Adventskalender „Rund“



Wand-Adventskalender mit Milka Schokolade



„Weihnachtspyramide“ mit Ritter SPORT

24 TAGE IM MITTELPUNKT: INDIVIDUELL BEDRUCKBARE ADVENTSKALENDER IN PREMIUM-QUALITÄT!

Individuell bedruckte Adventskalender zählen zu den beliebtesten Werbemitteln in der Weihnachtszeit. Kein Wunder: Sie drücken damit gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten Ihre Wertschätzung aus! Die Werbung bleibt garantiert 24 Tage im Mittelpunkt, ohne in der Flut der Weihnachtspost „unterzugehen“. Gleich Katalog und Muster unter www.cd-lux.de bzw. info@cd-lux.de anfordern.



Die Adventskalender-Experten:

Mehr Begeisterung. Mehr Möglichkeiten. Mehr Service.

Hotline: 09971-85 71 0 | info@cd-lux.de | www.cd-lux.de

CD LUX
DIE ADVENTSKALENDER EXPERTEN

EDITORIAL

CHANCE JETZT NUTZEN

Die PSI Messe wird sich am 12. Januar 2017 erstmalig in ihrer Geschichte einen Tag für Industriekunden öffnen. Wobei ich zugebe, kein Freund des Begriffs „Industriekunde“ zu sein. Zumindest im deutschen Sprachgebrauch ist er mir zu sehr festgelegt auf die Fertigung und Weiterverarbeitung von materiellen Gütern – auf Industrie eben.

Aber was soll's, international hat sich „Industriekunde“ durchgesetzt, auch wenn das im konkreten Fall auch der Geschäftsführer einer politischen Partei, eines Sportvereins oder gar einer kirchlichen Organisation sein kann. Der „Industriekunde“ verleitet auch dazu, dass man ihn gedanklich in Richtung Konzern oder zumindest Großunternehmen einsortiert. Wäre nur das der Kunde, der bei der kommenden PSI vom Angebot der Branche Gebrauch macht, dann wäre es schlecht um die neue Philosophie der Zielgruppenerweiterung bestellt. Denn über 75 Prozent des Branchenumsatzes wird von Klein- und Kleinstunternehmen bis 49 Mitarbeiter generiert. Das ist die Zielgruppe, die die Umsätze macht. Und es ist die Zielgruppe, die ihre Umsätze in den vergangenen Jahren deutlich gesteigert hat, während die Umsätze bei Mittel- und Großunternehmen lediglich konstant blieben.

Genau deshalb ist der „Industrietag“ der PSI auch die große Chance für diejenigen Händler/Berater, die Mittelständler und Familienbetriebe als Kunden haben. Da liegt noch viel Potenzial brach. Hier setzen, je nach Betriebsgröße, 40 bis 55 Prozent der Unternehmen noch keine Werbeartikel ein. Bei den Großbetrieben und Konzernen tun dies schon 78 bis 85 Prozent. Wobei man nicht vergessen darf, dass die wirklich Großen auch nur von Großen umfassend bedient werden können. Also sollte sich jeder auf das konzentrieren, was er kann – dass schafft nachhaltigen Erfolg.

Wer also seinen Kunden mit zur PSI nehmen möchte und aus dem guten Kunden einen noch überzeugteren und besseren Kunden machen möchte, der sollte jetzt schnell agieren. Denn seinen oder seine Kunden zur Messe einladen kann nur der Händler/Berater, der sich selbst schon als Besucher für die PSI 2017 registriert hat. Erst dann wird ihm ein Code zugeteilt, mit dem sich sein Kunde jetzt als Besucher freischalten kann. Wer also noch lange zögert, der riskiert, dass sein Kontakt schon anderweitig eingeladen ist. Wobei es durchaus PSI-ler gibt, die sich dem Thema Industrietag aus unternehmerischen Gründen ganz verweigern. Auch nachvollziehbar. Die Zukunft wird zeigen, welcher Weg der erfolgreichere ist.

Wer aber jetzt schon weiß, dass er Kunden mitnehmen und entwickeln möchte, der sollte jetzt auch umgehend handeln.

In diesem Sinne



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



Manfred Schlösser

Soft rocks.



**Der neue
QS20.**

Jetzt mit
3D Oberfläche
in Soft Touch.

**Be
touched.**

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

Aufgaben verpasst? Zettel-Chaos?

Da gibt's doch was
von arti!



NEU

Unser To Do Book

Ob für den privaten Gebrauch
oder im beruflichen Umfeld:
In vielen Bereichen sind Notizbü-
cher ein gern genutztes Hilfsmittel,
um den Alltag zu organisieren.
So sparen Sie sich „Denkzettel“
und endlose To Do Listen ...

Starken Marken verpflichtet.



arti Kalender & Promotion Service GmbH
Carl-Bertelsmann-Straße 161 K, 33311 Gütersloh
Tel.: +49 5241 80-88899
Fax: +49 5241 80-9525
E-Mail: info@arti-group.de
www.arti-group.de

WERBESTARKE WERKSTOFFE

32

Die Produktgruppen dieser Rubrik verwenden allesamt Werkstoffe mit spezifischen Eigenheiten, die ihre Stärken im Einsatz als Werbemittel auf verschiedene Weise und in verschiedenen Bereichen zum Ausdruck bringen. Seien Sie gespannt auf die Neuheiten dieser Seiten.



TRENDS & BRANDS	Indian Summer	4
	Spaßfaktor	6
PSI SUSTAINABILITY AWARDS 2016		
	35 Nominierte sind im Rennen	8
FOKUS		
	Containerschiffahrt in der Krise: Mit kluger Logistik schneller ans Ziel	24
KUNSTSTOFF, HOLZ, LEDER		
	Werbstarke Werkstoffe	32
BRANCHE		
	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	52
	TREND 2016: Neuer Look zum 30. Geburtstag	58
	Senator ist verkauft: Perusa Partners übernimmt	60
	Polyconcept: Charlesbank Capital Partners übernimmt	62
	Zum dritten Mal in Folge: Emsa gehört zu den TOP 100	64
	Parzellers Werbemittel: Hausmesse mit Potenzial	66
	Geiger-Notes: Auf dem Weg zum Notizbuch-Profi	68
PAPIER, VERPACKUNG UND VEREDELUNG		
	Schön umhüllt	70
UNTERNEHMEN		
	Open Monitor: „Magische“ Möglichkeiten der Werbung	92
	5A PLUS: Passgenaue Verpackungslösungen	94
	PF Concept: End of Year Collection	96
	ztv unterstützt PSI Mitglieder: Werbemittellogistik mit Köpfchen	98
	25 Jahre Mahlwerck: Jubiläumsfest in Kolbermoor	100
PORTRAIT		
	Sandra und Andreas Vavelidis: Begeisterung für Glas	104
NEU AM MARKT		
	Werbeartikel-Innovationen	108
MY PSI		
	Informationen für PSI Mitglieder	128
MEINUNG		
		134
VORSCHAU/IMPRESSUM		
		136

MIT KLUGER LOGISTIK SCHNELLER ANS ZIEL

24



Die weltweite Containerschifffahrt hat sich von der Krise 2009 bis heute nicht erholt. Denn allzu anfällig ist diese Branche für die Veränderungen des wirtschaftlichen Umfelds und deshalb gehören Transportkosten zu den stark variablen Positionen in der Kalkulation von Importeuren. Wir analysieren die aktuelle Situation und zeigen auf, wie Importeure von cleveren Logistiklösungen profitieren können.

AUF DEM WEG ZUM NOTIZBUCH-PROFI

68



Ein Notizbuch ist ein komplexes Produkt mit einem vielstufigen Produktionsprozess. Grund genug für den Notizbuch-Profi Geiger-Notes, einen Workshop für interessierte Werbemittelhändler abzuhalten und die Entstehung eines Notizbuches zu zeigen. „Wie werde ich Notizbuch-Profi?“ hieß es deshalb an der Produktionsstätte von Geiger-Notes in Mainz-Kastel.

„MAGISCHE“ MÖGLICHKEITEN DER WERBUNG

92



Die Spezialisten für Werbe- und Geschenkartikel, Global Innovations Germany, genießen einen besonderen Ruf, wenn es sich um die Entwicklung innovativer wie individuell aufs jeweilige Marketingziel zugeschnittener Werbemittel dreht. Nun ist den Innovatoren mit der Präsentation der Weltneuheit „Open Monitor“ ein neuer, aufregender Clou geglückt.

JUBILÄUMSFEST IN KOLBERMOOR

100



Mit einem durch und durch sympathischen Jubiläumsfest begingen die Werbekeramik-Spezialisten von Mahlwerck Porzellan am 11. Juni ihr 25-jähriges Bestehen. Gefeiert wurde im Kesselhaus der Alten Spinnerei in Kolbermoor und damit nur einen Steinwurf vom Unternehmenssitz entfernt. Die Feier war Spiegelbild einer erfolgreichen wie ebenso herzlich-familiären Unternehmenskultur.



Plüschtierwelt

Frische Ideen in Plüsch!

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



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



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



ELEKTRONISCHE FRÜCHTEPRACHT

Power Banks, USB-Sticks, Ladegeräte
 Dragon Gifts CLA Magellan LTD
 PSI Nr. 49304
www.dragon-gifts.eu

FÜR DIE GESCHMACKSKNOSPEN

Reagenzglas Glühweingewürz
 Multiflower GmbH
 PSI Nr. 45974
www.multiflower.de



VOLLE TASCHENBLÜTE

allrounder M „special edition structure“
 Reisenhel Accessoires
 PSI Nr. 47182
www.reisenhel.com

FARBENFROH IM FREIEN
 Fleece Picknickdecke „Central“
 Giving Europe B. V.
 PSI Nr. 45737
www.givingeurope.com



INDIAN SUMMER

Anfang September beginnt er wieder: der Indian Summer, der als die fünfte Jahreszeit im Nordosten Nordamerikas gilt. Dieses atemberaubend schöne Naturphänomen wird von einer intensiven Blattverfärbung in den Laub- und Mischwäldern begleitet. Ähnlich farbintensive Schauspiele bietet in Finnland die Ruska-Aika-Saison. Japaner lockt Momijigari, was soviel wie „Herbstlaub jagen“ bedeutet und die traditionelle Sitte bezeichnet, im Nachsommer Landschaften und Parks mit hübscher herbstlicher Laubfärbung zu besuchen. Das außergewöhnliche Farbereignis und -erlebnis hat auch die Werbeindustrie längst für sich entdeckt und ganze Serien und Kollektionen mit der Bezeichnung „Indian Summer“ bedacht. Ansprechende Farbpaletten hat auch die Werbeartikelbranche zu bieten – auch außerhalb des Indian Summers.

DESIGNPAKET.

Einzigartig. Exklusiv. Eindrucksvoll.



winner of:



Lanybook®

Das Lanybook ist einzigartig in Ausstattung, Qualität und Design. Kein anderes Notizbuch bietet diese Art der Werbemöglichkeiten. Die Kombination aus Lanyband und dem patentierten Lanybutton machen es spannend und atemberaubend zugleich.

Lediberg GmbH | www.lediberg.de | info@lediberg.de | Telefon 05261 606-0



Lediberggroup

IVORY
COLLECTION



Lanybook® Castelli
digital solution

**NOSTALGISCHER BLICKFANG**

Smeg-Toaster
Lehoff Im- und Export GmbH
PSI Nr. 41259
www.lehoff.de

**FOREVER YOUNG**

Freedom-Pen
Troika Germany GmbH
PSI Nr. 46311
www.troika.org

**PURE REISEFREUDE**

Trolley aus der Serie „Travel“
Eurostyle – Emil Kreher GmbH & Co. KG
PSI Nr. 41857
www.eurostyle.eu

SPASSFAKTOR

Per Definition ist Spaß das Vergnügen, das man an einem bestimmten Tun hat. Spaß kann darüber hinaus jedoch auch das Vergnügen sein, das man mit oder an einer Sache hat oder auch die Freude, die sie bereitet. Spaß ist ein Ausdruck von Fröhlichkeit. Was diese Fröhlichkeit und das Vergnügen auslöst, ist individuell. Feststeht jedoch, dass es Dinge gibt, an denen viele Menschen Spaß haben. Ein qualitativ hochwertiger Werbeartikel, schön im Design, ein echter Hingucker, der einfach Freude bereitet, gehört mit Sicherheit dazu. Hier hat die Branche eine ganze Menge zu bieten. Sehr viel mehr, als auf eine Seite von Trends & Brands passt. Exemplarisch haben wir an dieser Stelle drei Produkte ausgewählt.



men's Baumwolle
Ladies

bio
fun





PSI SUSTAINABILITY AWARDS 2016

35 NOMINIERTE SIND IM RENNEN

Am 2. September 2016 werden zum zweiten Mal die PSI Sustainability Awards in acht Kategorien im Kurhaus Wiesbaden vergeben. Sie zeigen, welche Eigeninitiativen die Branche ergreift und wie sie den Werbeartikel als Produkt oder als Bestandteil einer Nachhaltigkeitskampagne einsetzt.

Dass Kreativität und Nachhaltigkeit überzeugend Hand in Hand gehen, zeigen die nominierten Sustainable Products. Ob umweltfreundlich verpackte Bio-Fruchtgummis, Textilbleistifte aus Naturfasern und Biopolymeren oder FSC-zertifizierte Apfelhalter inklusive Messer aus heimischer Rotbuche, handgemachte Samenbomben aus Erde, Ton und Saatgut oder CO₂-neutral bedruckte und weiterverarbeitete Logoloops zeigen beispielhaft, dass das Thema Nachhaltigkeit längst in der Werbeartikelwirtschaft seinen Platz gefunden hat. Nachhaltigkeit ist jedoch keineswegs auf einzelne Produkte be-

schränkt. Auch im Rahmen umfassender Kampagnen kann das Thema erfolgreich in die Marketingstrategie integriert werden, wie die Nominierten der Kategorie Sustainable Campaign demonstrieren. So wird eine Jutetasche genutzt, um Strandgut einzusammeln, das für die Herstellung neuer Produkte in einem solar-betriebenen Sonnenofen eingeschmolzen wird, es gibt Seidenschals und Recycling-Taschen, die in einem umfassenden Projekt Armut bekämpfen und gleichzeitig Arbeitsplätze schaffen, handbemalte Porzellanbecher To-Go, die den Wegwerfartikel Pappbecher ablösen, Bleistifte aus heimischem

Lindenholz oder ein kleines Männchen, dem Grashalm-Haare wachsen, um eine Stiftung bei der Bekämpfung einer Gendefekt-Krankheit zu unterstützen.

150 EINREICHUNGEN

SPRECHEN DEUTLICHE SPRACHE

„Nachhaltigkeit ist ein Zukunftsthema und die Qualität der diesjährigen Einreichungen beweist, dass die Branche das erkannt hat. Umso schwerer ist es uns natürlich gefallen, die diesjährigen Nominierten auszuwählen“, so PSI Geschäftsführer Michael Freter. Acht Experten aus den Bereichen CSR, Recycling, Compliance, Produktsicherheit sowie aus der Werbeartikelbranche haben ihre Stimme abgegeben. Darüber hinaus wurden eingereichte Zertifikate durch ein Scoringsystem mit Punkten bewertet.

EIN BESONDERES SIEGEL

FEIERT PREMIERE

Das Siegel „Sustainable product recommended by PSI“ feiert in diesem Jahr Premiere. Während der Jurysitzung zur Bewertung der Sustainable Products konnten die Jurymitglieder ein Produkt, das sie persönlich empfehlen würden, gesondert markieren. Produkte mit mehr als 50 Prozent der Jurystimmen erhalten das „recommended“ Siegel. Alle „Sustainable products recommended by PSI“ werden nach der Preisverleihung am 2. September bekanntgegeben. <

Teilnehmer der PSI Sustainability Awards 2016



Zeit für
Verantwortung.



Kategorie 3
Social Excellence
powered by



Valued Quality. Delivered.

Weitere Informationen:
www.psi-awards.de

Sicherheit und Konformität von Werbeartikeln

Produktsicherheit erhöhen, Risiken minimieren

Intertek unterstützt die Werbeartikelindustrie sowohl bei der Identifizierung der rechtlichen Anforderungen ihrer Artikel für die EU, USA, China und weitere Märkte als auch durch geeignete Qualitätssicherungsmaßnahmen:

- Risikoanalyse/Risikobewertung des Werbeartikels und des Lieferanten
- Erstellung von Produkt-Anforderungsprofilen/ Prüfplänen gemäß rechtlichen Anforderungen z. B. der EU, USA, China und weiterer Regionen
- Dokumentenprüfung
- Chemische, mechanische und elektrische Laborprüfungen (Vollprüfungen/Spot-Checks) und Gebrauchstauglichkeitsprüfungen
- Unterstützung bei DETOX- sowie REACH-Konformität
- Produktzertifizierungen (Intertek-GS, Intertek Tick-Mark, ...)
- Wareninspektionen im Herstellerland, Mystery-Shopping
- Unterstützung beim globalen Marktzutritt
- Beratung/Schulungsprogramme
- Outsourcing-Modelle, globales Projektmanagement
- ... und weitere





Intertek

Valued Quality. Delivered.

Kontaktieren Sie uns unter
retail@intertek.com - 0800 5855888.

Wir sind PSI-Kooperationspartner und
„Silber Sponsor“ (Kat. 3, Social Excellence)
des Sustainability Award 2016.

Über Intertek

Intertek ist ein führender Anbieter von Qualitäts- und Sicherheitslösungen für Branchen weltweit. Unser Netzwerk aus über 1.000 Laboren und Büros mit mehr als 40.000 Mitarbeitern in über 100 Ländern liefert innovative und maßgeschneiderte Lösungen in den Bereichen Sicherheit, Prüfung, Inspektion und Zertifizierung für die Geschäftstätigkeit und Lieferketten unserer Kunden.

Nestler-matho®



TECHNIQUE
M E E T S
DESIGN

CHECK THE
PRICE!



VR (VIRTUAL REALITY) BRILLE

N-m 340

Trageband und Linsen mehrfach verstellbar

AB 3.000 STÜCK IN WEITEREN FARBEN PER
DIREKTIMPORT LIEFERBAR. PREIS AUF ANFRAGE.





Ihre Wahl!

Sie sind brandneu und haben auf der PSI 2017 ihren allerersten Auftritt: die Produktpremieren des PSI FIRST Club 2017. 50 Produkt-Geheimnisse warten vom 10. – 12. Januar 2017 in Düsseldorf darauf, von Ihnen entdeckt zu werden. Wählen Sie Ihren persönlichen Favoriten als Kandidaten für den People's Choice Award, die Auszeichnung für die kreativsten Innovationen.



01



Karin Pfrommer und Peter Pfrommer
Nestler-matho

*„Technique meets
Design – dies umreißt
in kurzen Worten
unser Credo, das wir
mit Herzblut füllen.“*

Die erfahrenen Spezialisten für Design- und Lifestyleartikel warten mit einem beeindruckenden wie vielseitigen Sortiment auf, das den Firmen-Slogan „Technique meets Design“ anschaulich und fühlbar widerspiegelt. Die Geschäftsführer Karin und Peter Pfrommer leben zusammen mit ihrem starken Team dieses Motto und überzeugen anspruchsvolle Kunden aus ganz Europa mit ihren funktionellen Design-Produkten. ●



02



Meinhard Mombauer

REFLECTS by LM ACCESSOIRES GmbH

„Wir sind REFLECTS.
Persönliche Betreuung
ist bei uns nicht nur
ein Wort. Das wissen
unsere Kunden!“

Bei uns bekommen Sie alles, was zu einem rundum gelungenen Werbeartikel gehört: günstige Preise, tolle Produkte, perfektes Design und individuelle Sonderanfertigungen, Inhouse-Veredelung und kompetenten Rundum-Service. Ob online oder persönlich: Wir führen Sie und Ihren Kunden mit viel Erfahrung schnell, zuverlässig und professionell zum Erfolg. ●



03



Attila András
Anda Present Ltd.

*„Werbeartikel so
einzigartig wie möglich –
aus unserer eigenen
Kreativschmiede.“*

Wir verwandeln kreative Ideen in außergewöhnliche Werbeartikel mit individueller Note. Die Bedruckung spielt dabei eine besondere Rolle. Unsere Stärke: Eigenproduktionen und unvergleichliche Druckvielfalt. So möchten wir erfolgreich zur Entwicklung einer europäischen Werbeartikelkultur beitragen, was wir auch auf der PSI 2017 wieder unter Beweis stellen möchten. Unser umfassendes Know-how haben wir in unser PSI FIRST Produkt gesteckt. ●



04



Andrew Klymenko
Aiia

„Unser Ziel: durch
originelle Produkte
wirkliche Emotionen
in Werbeaktionen
zu tragen.“

Zwei Dinge, die uns besonders wichtig sind: Erfahrungen und Empfindungen der Menschen. Wir möchten, dass Werbeartikel die Menschen in gleicher Weise beeindruckt und inspiriert, wie die zeitgenössische Kunst und zeitloses Design dies tun. Wir bemühen uns um kontinuierliche Innovation, weshalb wir uns verpflichtet haben, alle zwei Monate ein neues Produkt auf den Markt zu bringen und das älteste vom Markt zu nehmen. ●



05



Liudger Böll
TROIKA Germany

*„Gute Ideen sind das eine.
Eine wegweisende
Umsetzung ist das andere.
TROIKA schafft beides.“*

Schenken ist immer Gefühl. Daher zeigt sich auch die Marke TROIKA emotional, menschlich und glaubwürdig und präsentiert begeisternde Produkte, die sich durch Qualität und gutes Design auszeichnen. Unsere Markenphilosophie: Geschenke, die Freude schenken und Werte zum Ausdruck bringen. Dass wir uns auf erfolgreiche Markenführung verstehen, beweist der Gewinn des German Brand Awards 2016. Dass unsere Produkte innovativ sind, zeigt unsere Teilnahme an PSI FIRST. ●



06



Derk Niemeijer
Die Stadtgärtner

„Wir fertigen
wachsende Werbemittel
für blühende
Geschäfte.“

Wir möchten mehr Grün ins Grau bringen und das in vielerlei Hinsicht. Unsere Produkte folgen alle einer grünen Philosophie: zu 100 Prozent aus ökologischen Rohstoffen hergestellt ist jedes einzelne Stück bei uns noch handgemacht in Deutschland. Tatkraftig unterstützt werden wir dabei von der örtlichen Lebenshilfe. So entstehen nachhaltige Werbeartikel mit wachsender Begeisterung. ●



07



Uwe Taute
J.H. Tönnjes GmbH

*„Langweilige
Werbeträger am Auto
müssen nicht sein.
Wir liefern den Beweis.“*

Stylish und edel und optisch garantiert immer auf der Überholspur. Wir sorgen für echte Hingucker an jedem Auto. Ob knallige Farben, sportliches Design oder freche Motive – unsere Produkte sind Stück für Stück echte Unikate mit starken Botschaften. So schaffen wir individuelle Werbemittel, die immer unterwegs sind und trotzdem jederzeit ankommen. Für jeden Anspruch. Für jeden Geschmack. Und stets made in Germany. ●



08



Wojciech Pawlowski
badge4u

*„Buttons und mehr –
diesem Motto folgend
wollen wir die Besucher
der PSI 2017
erneut überzeugen.“*

badge4u zählt heute zu den erfolgreichsten und renommiertesten polnischen Werbeartikelproduzenten. Über seine Kernkompetenzen in der Herstellung werbewirksamer Buttons und Handycleaner hinaus wartet das Unternehmen auch immer wieder mit weiteren außergewöhnlichen Innovationen wie dem Cardguard auf, der alle 13,56 MHz RFID-Zahlungskarten vor Zugriff und Datenübertragung schützt. Man darf gespannt sein auf die nächste Neuheit!

●



09



David Caspi
TEA IS FOR YOU

*„Die Stärke
unserer innovativen
Ideen liegt
in der Einfachheit.“*

Tee ist eine einfache Art, den Alltag hinter sich zu lassen. Er ist gesund, er schmeckt, er ist so vielfältig, dass er zu jedem passt – und damit ist er ein Werbeartikel, bei dem jeder auf den Geschmack kommen kann. Was wir dazu beitragen? Wir arbeiten ständig daran, Produkte und Accessoires zu entwickeln, die den Markt bereichern und in dieser Form einzigartig sind. Innovationen mit erfrischender Note. ●



10



Agathe Boehnisch, Thomas Lehmann
Asia Pins Direct GmbH

„Asia Pins Direct – Design meets Heavy Metal.“

Seit über 15 Jahren geben wir Ihren individuellen Wünschen ein Zuhause: Pins, Lanyards, Magnete, Filzartikel, Schlüsselanhänger, Microfaserprodukte, Taschenideen und, und, und. Dabei ist für uns Individualität nicht nur ein Wort, sondern gelebte Überzeugung in höchster Qualität: schnell, zuverlässig und innovativ. Bei uns finden Sie nichts von der Stange. Jedes Produkt ist eine komplette Sonderanfertigung – nahezu frei in Form, Größe und Gestaltung. ●



CONTAINERSCHIFFFAHRT

MIT KLUGER LOGISTIK SCHNELL ANS ZIEL

Die weltweite Containerschiffahrt hat sich von der Krise 2009 bis heute nicht erholt. Denn allzu anfällig ist diese Branche für die Veränderungen des wirtschaftlichen Umfelds und deshalb gehören Transportkosten zu den stark variablen Positionen in der Kalkulation von Importeuren. Wir analysieren die aktuelle Situation und zeigen auf, wie Importeure von cleveren Logistiklösungen profitieren können.

Waren es 2012 noch die Explosion der Frachtraten und die Verknappung der Kapazitäten, die den Importeuren zu schaffen machten, so sind es heute vor allem die langen Laufzeiten der Schiffe und der zunehmend schlechtere und unzuverlässige logistische Service, die sich auf das Importgeschäft auswirken. Niedrige Frachtraten mögen zwar für den Importeur prinzipiell zu den guten Nachrichten gehören, sie stehen allerdings für einen bedenklichen Zustand der Containerschifffahrt und einen unsicheren, krisenanfälligen Markt. Das derzeitige massive Ungleichgewicht zwischen Kapazität und Nachfrage hat einen Preiskampf unter den Reedereien ausgelöst und ist ein Unsicherheitsfaktor, der langfristige Planungen erheblich erschwert.

FRACHTRATEN SCHWANKEN EXTREM

Um die extremen Schwankungen der Transportkosten zu verdeutlichen, zunächst einige Zahlen: 2012 stiegen die Kosten für einen 20-Fuß-Standard-Container (TEU) von Asien nach Deutschland innerhalb eines halben Jahres von rund 800 Dollar auf bis zu 2.500 Dollar. Nach ständigem Auf und Ab lag der Preis für die gleiche Einheit Anfang 2015 bei noch rund 1.000 Dollar, Ende des Jahres nur noch bei rund der Hälfte, um dann Anfang 2016 weiter auf etwa 330 Dollar zu sinken. Bei Redaktionsschluss Ende Juli haben sich die Preise laut Shanghai Containerized Freight Index (SCFI) wieder spürbar verteuert und liegen nun bei rund 760 Dollar pro TEU. Morgen schon kann das wieder anders sein. Preisdifferenzen von über 20 Prozent innerhalb kürzester Zeit sind an der Tagesordnung.

KRISEANFÄLLIGER MARKT

Die Containerschifffahrt wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Sie ist einerseits stark abhängig vom Auf- und Abschwung der Weltwirtschaft, die das Frachtaufkommen (Nachfrage nach Tonnage) bestimmt, andererseits von der zur Verfügung stehenden Ladekapazität der Schiffe (Angebot an Tonnage). Insgesamt wird der Markt von einem komplizierten System voneinander abhängiger Faktoren

gesteuert, aus dem sich die für Importeure wichtigen Parameter Frachtraten und Laufzeiten ergeben. Kriselt die Wirtschaft und verringert sich dadurch das Gesamtfachtaufkommen, fahren die Reedereien schon mal Verluste in Millionenhöhe ein. Zum Beispiel kostete die Wirtschaftskrise von 2008/2009 und deren Folgen die Reederei Maersk rund 500 Millionen Dollar im ersten Quartal 2010.

SCHWACHE WELTWIRTSCHAFT

Heute sei der Zustand der maritimen Wirtschaft noch bedenklicher als erwartet, unter Umständen sogar ernster als am Tiefpunkt der Krise 2009, so werden Reeder und Experten in den Medien zitiert. Denn die wichtigsten auf den Seetransport einwirkenden Faktoren entwickeln sich nicht gerade zum Besseren, allen voran die globale Wirtschaftsleistung. Der Internationale Währungsfonds (IWF) hat wegen des Brexit-Votums seine Wachstumsprognosen für die Weltwirtschaft nochmals gesenkt. Für dieses Jahr werde nur noch ein globales Wachstum von 3,1 Prozent erwartet, teilte die Organisation mit. Bei der letzten Schätzung im April hatte der IWF noch mit 3,2 Prozent gerechnet. Die Prognose für 2017 wurde ebenfalls um 0,1 Prozentpunkte nach unten korrigiert und liegt nun bei 3,4 Prozent. Die Welthandelsorganisation WTO sieht den Welthandel mit großen Risiken belastet: Das Ende des Wachstumsbooms in China, die krisenanfälligen Märkte der Schwellenländer, Brasiliens und Russlands Wirtschaftsschwäche, aber auch die zunehmende Instabilität der Finanzmärkte sowie die anhaltend niedrigen Rohstoffpreise sind ernstzunehmende Wachstumshemmer. Auch wenn nach Prognosen des Bundesverbands Groß- und Außenhandel (BGA) die deutschen Exporte mit 4,5 Prozent stärker wachsen werden als der Welthandel, ist die weltweite Nachfrage nach Frachtraum (Tonnage) weiterhin auf einem sehr niedrigen Niveau.

AKTUELL LEICHTER LICHTBLICK

In letzter Zeit deutet sich allerdings ein leichter Lichtblick an: Laut RWI/ISL-Containerumschlag-Index zeigt die Tendenz

des Welthandels leicht aufwärts. Der Containerumschlag-Index des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung (RWI) und des Instituts für Seeverkehrswirtschaft und Logistik (ISL) ist im Juni auf 120 gestiegen von (revidiert) 118,9 im Mai. Der Wert für Mai wurde gegenüber der Schnellschätzung deutlich nach oben revidiert und auch für April gab es eine leichte Aufwärtsrevision. Damit stellt sich die Situation im Welthandel insgesamt günstiger dar als seinerzeit angenommen. Dies sollte allerdings nicht darüber hin-



wegtäuschen, dass der Index derzeit in etwa das Niveau erreicht, das er bereits zur Jahreswende 2014/15 hatte. Die Schnellschätzung für Juni stützt sich auf Angaben von 33 Häfen, über die gut zwei Drittel des im Index abgebildeten Umschlags laufen, so die Meldung vom 20. Juli 2016.

RIESIGES ÜBERANGEBOT AN TONNAGE

Der immer noch sehr niedrigen Nachfrage steht ein enormes Überangebot an Tonnage gegenüber, sodass das Frachtaufkommen aus Sicht der Reedereien weit hinter den Kapazitäten zurückbleibt. Wie ist diese Situation entstanden? In den Jahren vor der Finanzkrise konnten Reede-



reien gewaltige Flotten aufbauen – großzügig gefördert von günstigen Bankkrediten und Schiffsfonds. Mehr als 100 Milliarden Dollar haben allein deutsche Banken an Schiffskrediten vergeben. So wurde Deutschland innerhalb weniger Jahre zu einem der größten Containerschiff-Stand-

mindest bis 2015 noch immer neue Schiffe bestellt. Denn bis Ende vergangenen Jahres wurden Neubauten von den künftigen international gültigen Umweltauflagen ausgenommen. Weltweit waren zum Jahresanfang 4233 Containerfrachter mit einem Durchschnittsalter von 9,5 Jahren im Ein-

als sieben Prozent liegen. Naheliegendes Fazit: zu wenig Ladung für zu viele Schiffe.

UNRENTABLE SUPERFRACHTER

In der Konsequenz hat die ungenutzte Frachtkapazität weltweit einen neuen Rekordwert erreicht. Containerschiffe mit einer Tragfähigkeit von insgesamt 1,58 Millionen 20-Fuß-Standard-Containern (TEU) lagen Anfang März ungenutzt in den Häfen, berichtet „Alphaliner“. Das sind sogar mehr als auf dem bisherigen Tiefpunkt der Krise im Jahr 2009, als Schiffe mit zusammen 1,52 Millionen TEU „auflagen“, das bedeutet, außer Dienst waren. Darunter sind besonders viele der ganz großen Frachter, denn unter dem Strich haben sich die Riesenschiffe nicht bewährt. Die erhofften Kostenvorteile lassen sich nicht realisieren, weil die Superfrachter große logistische und technische Probleme schaffen, die zu Buche schlagen: Sie können nicht überall eingesetzt werden und fahren fast nur auf der Route zwischen Asien und Europa. Sie verbrauchen viel Treibstoff und verursachen hohe Liegekosten in den Häfen, da das Be- und Entladen kompliziert ist und lange dauert. Viele Hafenanlagen sind nicht für solche Schiffe ausgelegt, weder logistisch noch in Bezug auf die Tiefe der Fahrwinne. Die Diskussion um die Vertiefung der Elbe gehört in diesen Problembereich. Erst dieser Tage hat es im Panamakanal wieder einen Unfall gegeben: Ein Riesenschiff ist gegen die



orte der Welt. Viele Reedereien haben von dem Globalisierungsboom des letzten Jahrzehnts überdurchschnittlich profitiert, allerdings haben die großen Kreditgeber Commerzbank und die Landesbanken die Marktentwicklung bis zuletzt falsch eingeschätzt. Trotz des massiven Ungleichgewichts von Angebot und Nachfrage wächst die Flotte weiter: Einerseits werden die vor ein bis zwei Jahren bestellten Schiffe jetzt ausgeliefert, andererseits wurden zu-

satz, davon 331 mit Tragfähigkeiten zwischen 10.000 und 20.000 TEU. Von den 379 im Bau befindlichen Containerschiffen gehören mehr als 137 Schiffe zur Kategorie 10.000 bis 20.000 TEU. Erwartet wird ein Flottenzuwachs in der Containerschiffahrt von sieben bis acht Prozent, die Nachfrage wächst laut Branchendienst „Alphaliner“ lediglich um etwa ein Prozent. Der Tonnagezuwachs wird laut HWWI (Hanseatisches Weltwirtschaftsinstitut) bei mehr



billige Schiffsdiesel rechnet es sich für viele Reeder, den rund 6.500 Kilometer langen Umweg um Afrika herum zu nehmen, statt den Suezkanal zu nutzen. So können die hohen Gebühren für die Passage eingespart werden. Laut des Branchendienstes SeaIntel (zitiert aus Spiegel) kostet die Durchfahrt des Suezkanals für Containerfrachter rund 465.000 Dollar, für den Panamakanal sind es 320.000 Dollar. Viele Containerschiffe reisen also heute (meist nur im Westbound) wieder auf Routen, wie sie vor über 100 Jahren üblich waren und brauchen dafür mehr Zeit. Wegen der geringeren Frachtlast auf der Rückfahrt kann der Zeitverlust jedoch zum Teil wieder kompensiert werden, da die Schiffe dann schneller fahren können. Das wiederum ist dank des billigen Treibstoffs machbar. Ökonomisch mag das sinnvoll sein, dafür nimmt man einen enormen Anstieg der emittierten Schadstoffe in Kauf. Beispielsweise steigt allein der Ausstoß von CO2 auf der Asien-Europa-Strecke durch den Umweg um Afrika um rund 6.500 Tonnen. Allerdings könnten die längeren Fahrzeiten dazu beitragen, das Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage wieder etwas zu normalisieren, heißt es bei SeaIntel. Ein Netz differen-

Schleusenwand geprallt. Seit der über fünf Milliarden teuren und neun Jahre dauernden Erweiterung der Wasserstraße, die erst einige Wochen zuvor groß gefeiert wurde, war das schon der dritte Unfall. Sind die neuen Schleusen inzwischen schon wieder zu eng? Das wäre angesichts des Wettlaufs der Reedereien um die größten Containerfrachter in den letzten Jahren nicht unwahrscheinlich. Das wirtschaftliche Risiko der Mega-Frachter, die inzwischen bis über 20.000 TEU laden können,

ist enorm. Wenn überhaupt, rechnen sie sich nur dann, wenn sie auch voll beladen sind. Und das wird, wie wir oben dargelegt haben, immer unwahrscheinlicher. Dass der Anteil kleinerer Schiffe unter den Neubauten wieder steigt, könnte die Umkehr des Trends einleiten.

ÖKOLOGISCH BEDENKLICHE UMWEGE

Dass die Treibstoffkosten infolge des niedrigen Ölpreises stark gesunken sind, wirkt sich ebenfalls auf die Seeschifffahrt aus – leider nicht nur positiv. Denn durch das

VERLADEPLAN MIT BEISPIELEN AN TRANSITZEITEN UND HANDLINGSCHRITTEN

Verladehäfen	Hong Kong	Xiamen	Shanghai	Qingdao	Dalian	Tianjin
FOB bis frei Haus	Ca. 36 Tage	Ca. 35 Tage	Ca. 36 Tage	Ca. 44 Tage	Ca. 45 Tage	Ca. 41 Tage
Abfahrten Standard	3 x wöchentlich	3 x wöchentlich	3 x wöchentlich	3 x wöchentlich	3 x wöchentlich	3 x wöchentlich
Abfahrten Express	Auf Anfrage	Auf Anfrage	Auf Anfrage	Auf Anfrage	Auf Anfrage	Auf Anfrage

HANDLINGSCHRITTE:

ENS-cut-off	Do., 28.7.16	Fr., 29.7.16	Fr., 29.7.16	Fr., 29.7.16	Fr., 29.7.16	Fr., 29.7.16
Übergabe FOB	1. Tag, Fr. 29.7.16	1. Tag, Fr. 29.7.16	1. Tag, Mo. 1.8.16	1. Tag, Mo. 1.8.16	1. Tag, So. 31.7.16	1. Tag, Sa. 30.7.16
Schiffsabfahrt	5. Tag, Di. 2.8.16	4. Tag, Mo. 1.8.16	4. Tag, Do. 4.8.16	4. Tag, Do. 4.8.16	4. Tag, Mi. 3.8.16	4. Tag, Di. 2.8.16
Schiffsankunft HAM	33. Tag, Di. 30.8.16	33. Tag, Di. 30.8.16	31. Tag, Mi. 31.8.16	40. Tag, Fr. 9.9.16	41. Tag, Fr. 9.9.16	38. Tag, Mo. 5.9.16
Containerhandling	35. Tag, Do. 1.9.16	34. Tag, Do. 1.9.16	33. Tag, Fr. 2.9.16	43. Tag, Mo 12.9.16	44. Tag, Mo 12.9.16	40. Tag, Mi. 7.9.16
Importzollabfertigung	35. Tag, Do. 1.9.16	34. Tag, Do. 1.9.16	33. Tag, Fr. 2.9.16	43. Tag, Mo 12.9.16	44. Tag, Mo 12.9.16	41. Tag, Mi. 7.9.16
Auslieferung in DE	36. Tag, Fr. 2.9.16	35. Tag, Fr. 2.9.16	36. Tag, Mo. 5.9.16	44. Tag, Di. 13.9.16	45. Tag, Di. 13.9.16	41. Tag, Do. 8.9.16

zierter Abhängigkeiten, die auch von Brancheninformationsdiensten sowie verschiedenen Reedern und Speditoren nicht selten unterschiedlich bewertet werden.

CONTAINERSCHIFFFAHRT IN ANHALTENDER KRISE

Dies alles zeichnet ein trübes Bild der Containerschiffahrt, das gekennzeichnet ist von einem nie dagewesenen Überangebot an Tonnage. Besonders die vielen und kleinen Charterreedereien können ihre Kosten kaum noch decken. Die internationalen Linienreedereien hingegen versuchen, sich mit Fusionen am Leben zu erhalten. Insgesamt entsteht großer Druck auf die Frachtraten und im Kampf um Marktanteile wächst die Dumping-Gefahr. In solchen Zeiten nehmen die Unsicherheiten zu, die Servicequalität leidet, die Laufzeiten werden länger. Für Werbeartikel-Importeure ist dies eine leidige Situation, die nicht nur teuer werden kann, sondern auch die eigene Termintreue und damit die Kundenzufriedenheit aufs Spiel setzt.



DER CARGO SEAL-SERVICE IM ÜBERBLICK

- Verlässlicher Partner in der See- und Luftfracht
- Professionelle Beratung rund um alle Leistungen von Abholung bis Zustellung
- Persönlicher, kontrollierter Haus-zu-Haus-Service möglich
- Optimale Interessenvertretung im Kontakt mit Lieferanten
- Frachtenbörse und FCL-Optimierung
- Schadenprävention und Besorgung der Transportversicherung
- Beantragung von Zollverfahren und Ausführung aller Zollabfertigungen
- Erarbeitung von individuellen Alternativen, um kombinierte Transporte oder Luftfracht vermeiden zu können



SCHNELLERE LAUFZEITEN MÖGLICH

„War der reine Seetransport im Jahr 2000 von Hongkong nach Hamburg noch in 19 bis 23 Tagen möglich, so braucht ein Containerschiff auf gleicher Strecke heute mindestens 27 bis 32 Tage. Je nach Anbieter werden daraus ganz schnell 42 bis 45 Tage, bis die Ware am Bestimmungsort ankommt“, sagt Klaus Dittkrist von Cargo SEAL. Doch das muss nicht sein, denn als findiger und

professioneller Logistikpartner hat Cargo Seal Kontakte, Mittel und Wege, um noch einige Tage einzusparen, ob bei der Seereise selbst, den Abläufen am Terminal oder an den Schnittstellen zwischen den verschiedenen Transportmitteln. In über zehn Jahren hat das Hamburger Unternehmen viele Kunden aus der Werbeartikelbranche fachkundig betreut und weiß, worauf es ankommt. Intelligente Kombinationen zum Beispiel von Seefracht und Weitertransport mit Zug oder LKW können bei moderaten Aufpreisen auch so manches Terminproblem lösen. Durch exaktes Timing und perfektes Handling, ausgesuchte Reedereipartner und viel Know-how kann Cargo SEAL PSI-Mitgliedern heute eine Laufzeit von 36 bis 38 Tagen FOB Hongkong

bis zur Auslieferung in Deutschland bieten. Die Ware ist also rund eine Woche schneller am Bestimmungsort. Die letzten Monate haben auch gezeigt, dass Containerschiffe mit kleineren Schiffen schneller sein können. Dabei muss der Markt nahezu wöchentlich beobachtet werden, dies ist eine der wichtigsten Aufgaben um den schnellen wie zuverlässigen Seefrachttransport zu ermöglichen.

ERFAHRENEN SPEDITEUR EINBINDEN

Jedenfalls sind beim Import perfekt koordinierte Abläufe zwingend notwendig. Ein erfahrener Spediteur bietet flexible und professionelle Importlogistik, die optimal auf die individuellen Bedürfnisse des Importeurs zugeschnitten ist. Schnellste Laufzeiten von Fernost nach Europa, Expresshandling und Frachtenbörse sind hier die Stichworte – alles mit dem Ziel, Zeit für die Realisierung der Seefracht zu gewinnen und letztlich die teuren Varianten wie Sea/Air über Dubai, Luftfracht oder auch den Transport per Zug aus China nach Deutschland bestmöglich zu vermeiden. Entsprechend steht der Spediteur nun vor der Herausforderung, ein vernünftiges



VIELFÄLTIG
Speaker
Powerbanks
USB-Stick

Patentiertes
Konzept
& Design

BEEINDRUCKEND
Ihr Logo
als Silikon-
Relief

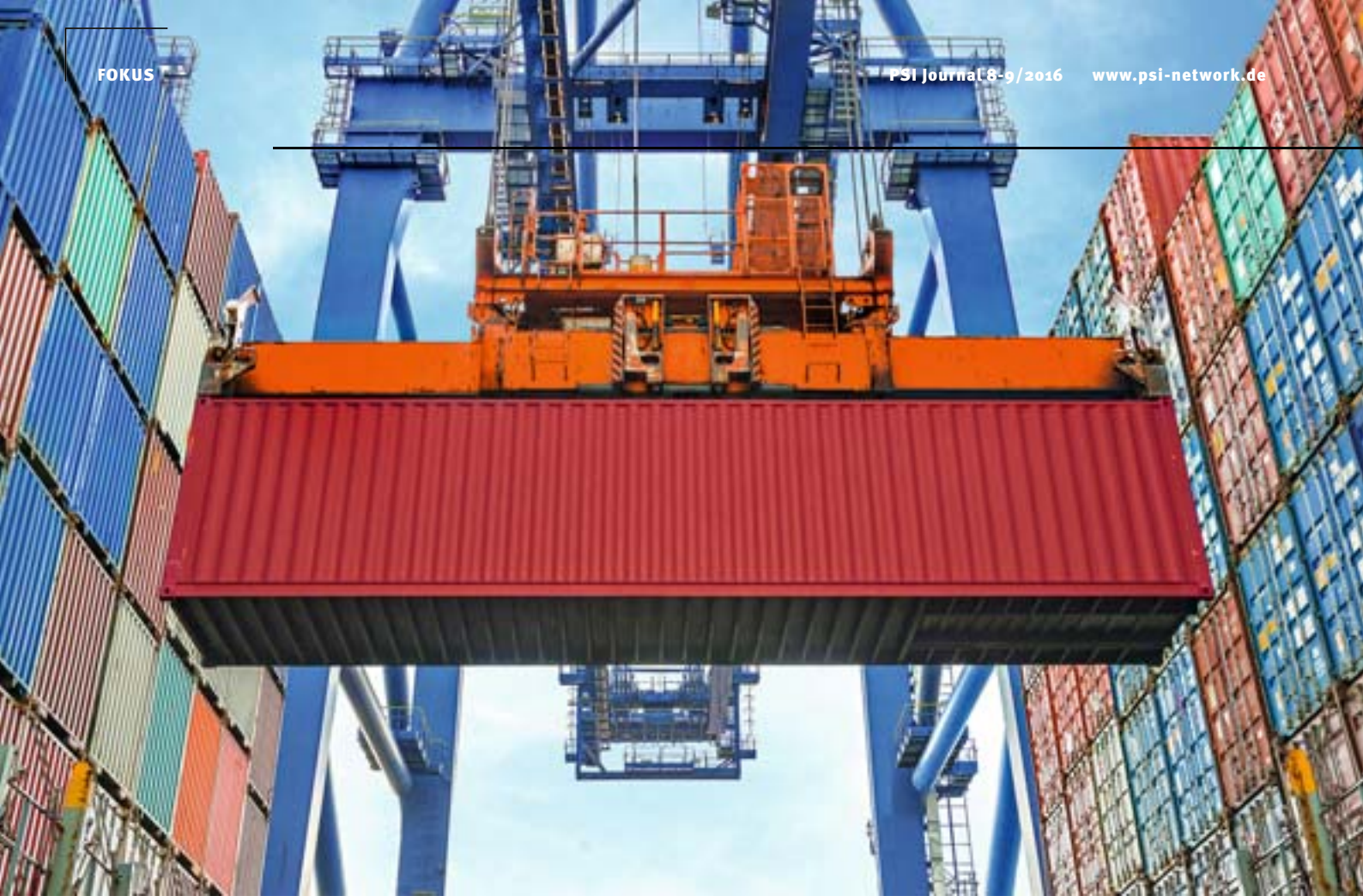
KREATIV
Silikonpads
in Ihrer
Wunschfarbe

AUSSAGEKRÄFTIG
Ihre Botschaft
als brillianter
Druck

FRISCH. CHARAKTERSTARK & INDIVIDUELL

This is BASE.

Energizing ideas by
zogi.biz



Gleichgewicht von Serviceangebot und Kosten herzustellen und damit dem Importeur einen hilfreichen, zuverlässigen LCL-Service zu bieten. Erfahrungen zeigen, dass ein gut organisierter Seefrachttransport häufig eine vorteilhafte Lösung ist. Ziel muss es dabei immer sein, die Laufzeiten für alle Transportabläufe so kurz wie möglich zu gestalten.

VERLÄSSLICHE PARTNER WICHTIG

Wer dabei immer nur den billigsten Anbieter wählt, wird schnell erkennen, dass Billigpreise oft mit schlechterer Leistung, Unzuverlässigkeiten und mangelhaftem Service erkaufte werden müssen. Denn gerade in schwierigen Marktsituationen mit langen Laufzeiten, wie wir sie heute haben, braucht man einen Partner, der persönlich berät, individuelle Pakete schnürt und für den auch die Sicherheit und Unversehrtheit der Fracht ein Muss ist. Spätestens nach der Brandkatastrophe im Hafen von Tanjin, bei dem im August 2015 über 170 Menschen starben und knapp 800 verletzt wurden, ist klar, dass in den großen Umschlaghäfen so manches schief läuft. Da wird Gefahrgut nicht gekennzeichnet und nicht fachgerecht transportiert und zwi-

schengelagert, hier stimmen die Papiere nicht oder es fehlen Versicherungen und dort wird unvorsichtig mit der Ladung umgegangen: Dies und noch viel mehr hat Dittkrist schon gesehen und so manchen Importeur hat er schon aus der Billig-Falle befreit. Eine dieser Fallen ist beispielsweise, dass oft versucht wird, zunächst die ganz großen 40-Fuß-Container zu befüllen. Das Auf- und Umladen ist umständlicher und dauert damit viel länger, also muss die Fracht schon bis zu sieben Tagen vor Abfahrt eines Schiffes im Hafen sein, wo sie gesammelt wird. Die gesamte Transportzeit verlängert sich dadurch um rund sieben bis zehn Tage. Problematisch ist dieses langfristige Timing besonders dann, wenn sich die Lieferung aus einer Fabrik einmal verzögert. Da fährt man also mit dem 20-Fuß-Standardcontainer besser, weil kurzfristiger zugeladen werden kann. „Bei Cargo SEAL werden nicht Massen bewegt, es geht stets um die regelmäßige und zuverlässige Schiffsabfahrt. Wir sammeln nicht die Frachten, nur um maximale Containereinheiten zu befüllen und dafür bewusst Verzögerungen von mehreren Tagen in Kauf zu nehmen. Statt dessen bietet Cargo SEAL spezielle Angebote

der Expressabfertigung, die entscheidende Zeitvorteile bringen“, erklärt Klaus Dittkrist.

INDIVIDUELLE LÖSUNGEN

Solches Insider-Wissen gibt nur der kundenorientierte Dienstleister an seine Klientel weiter. Klaus Dittkrist gehört jedenfalls dazu, denn er entwickelt immer wieder neue Möglichkeiten, Probleme zu lösen und dem Importeur Zeit oder Kosten zu sparen. Auch darüber, für PSI-Mitglieder eigene Container bereitzustellen, in die auch noch kurzfristig zugeladen werden kann, wurde schon nachgedacht. Zur Reduzierung von Transportschäden gibt es schon jetzt die Möglichkeit, bereits ab Fabrik in China Europaletten einzusetzen. So ist die Ware gut geschützt und einfach zu verladen. Dank eigener Büros in Hongkong und Shanghai werden die Verladungen in enger Absprache mit den Lieferanten und allen Beteiligten schnell und effektiv koordiniert.

Cargo SEAL (Germany) GmbH
Tel.: +49 40 303 73 63-0
info@cargo-seal.de
<http://www.cargo-seal.de>



Zahnseide to go

Extraflacher Mailingartikel



LIPCARE BY KHK



4c randlos bedruckbar

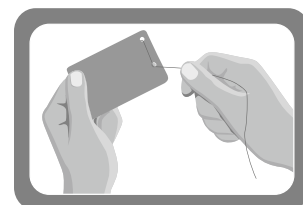
2mm flacher Spender

dentocard®

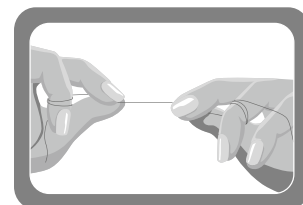


Zahnseide

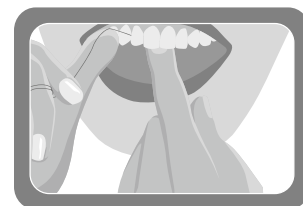
Sicherheitsmesser



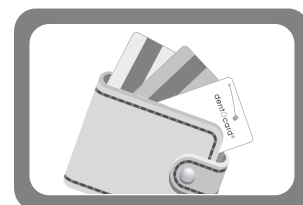
Zahnseidenspender mit Sicherheitsmesser



10 m gewachste Zahnseide mit Minzgeschmack



Hygienische Reinigung



Kreditkarten-Format, passt in jede Tasche

Weitere KHK-Produkte:

Lipcare

Pocket Products

LipJar



Ab 250 Stück
Jetzt Muster bestellen



KHK GmbH
Ringstr. 9-11, D-50996 Köln
Tel. +49 (0) 221/985473-0
e-Mail: sales@lipcare.de
www.lipcare.de



KUNSTSTOFF, HOLZ, LEDER

WERBESTARKE WERKSTOFFE

Die Produktgruppen dieser Rubrik verwenden allesamt Werkstoffe mit spezifischen Eigenschaften, die ihre Stärken im Einsatz als Werbemittel auf verschiedene Weise und in verschiedenen Bereichen zum Ausdruck bringen. Seien Sie gespannt auf die Neuheiten der nächsten Seiten.

Kunststoff ist ein Wunderstoff. Und den gibt es in einer Unmenge von beliebig formbaren Werkstoffen für eine Unzahl von Einsatzzwecken. Was aber die Wenigsten wissen: So künstlich, wie das Wort vermuten lässt, sind die Ursprünge von Kunststoff nicht. Denn Birken lieferten den ersten Kunststoff der Menschheitsgeschichte, das aus Birkenrinde gewonnene Birkenpech, das schon Neandertalern und dem Homo sapiens als Klebstoff bei der Herstellung von Werkzeugen diente. In Mesopotamien wurden Wasserbecken und Kanäle mit natürlichem Asphalt abgedichtet. Aus Europa ist Bernstein als fossiles Harz für die Verwendung bei Pfeilspitzen und Schmuckgegenständen bekannt. Im Mittelalter wurde Tierhorn durch bestimmte Verfahrensschritte in einen plastisch verformbaren Stoff verwandelt. Und um 1530 wurde im Hause der Fugger nach einem Rezept des bayerischen Benediktinermönches Wolfgang Seidel transparentes Kunsthorn aus Ziegenkäse gefertigt und vertrieben. Die sogenannten Polymere, die aus Naturstoffen gewonnen werden oder rein synthetisch sein können, sind mit ihrer Wandlungsfähigkeit natürlich auch aus der Werbemittelherstellung nicht wegzudenken, weshalb wir ihnen, zusammen mit den Materialien Holz und Leder eines der Produktthemen in dieser Ausgabe widmen. <



INDIVIDUALITÄT GEHT UNTER DIE HAUT

Zeichen setzen, Spuren hinterlassen, eine Ära kreieren, die so individuell ist, wie der persönliche Stil. Mit der Möglichkeit der individuellen Bedruckung feinsten Leders, gibt Staedtler dem Schreibstil mit Corium Individuum ein unverwechselbares, einzigartiges Gesicht. Jedes Schreibgerät wird hier zum Unikat – zum Ausdruck des persönlichen Stils und zu einem Genuss im Schreibgefühl. Mit dem Füllhalter Corium Individuum erzeugen Kunden ab einem Stück einen so einzigartigen wie exklusiven Werbeartikel, der Persönlichkeit widerspiegelt. Die Bedruckung des hochwertigen Rindsleders erfolgt rundum im Digitaldruck, die Fertigstellung des Schreibgerätes in der Manufaktur. Corium Individuum wird in einer attraktiven Geschenkverpackung geliefert.

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



SCHARF MIT TOP-ÖKOBILANZ

Ökologie, Innovation und Schneidegenuss mit gutem Gewissen bietet Spranz mit dem neuen Bambusmesser, das zudem im trendigen Öko-Designkarton zum Empfänger kommt. Das Messer liegt ausgesprochen gut in der Hand und eignet sich so zum Schneiden und Kochen, wobei es dank echtem Bambusholzgriff mit einer Top Ökobilanz aufwarten kann. Die integrierte und nachschärfbare Metallschneide sorgt für absolut scharfe Resultate. Mehr zu diesem Designprodukt ohne Designzuschlag oder vielen anderen Themen finden Kunden in der aktuellen Spranz Kollektion.

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

BESTE QUALITÄT
VERKÜRZTE LIEFERZEITEN
GERINGE MINDESTMENGE
HÖCHSTE UMWELTSTANDARDS



EURO
STYLE[®]
Leather & more. Since 1899.

MADE IN GERMANY

Emil Kreher GmbH & Co. KG Lederwarenfabrik
Dieselstraße 5 · D-95448 Bayreuth
Tel. (+49) 9 21/7 89 52-0 · Fax (+49) 9 21/7 89 52-40
www.eurostyle.eu · info@eurostyle.eu



GÜRTEL ALS VISITENKARTE

Sitzt, passt und nix rutscht: Die Krone einer jeden Herrenhose ist immer ein aussagekräftiger Gürtel, sagt man bei Jutamo. Der König unter den Hosen-Trägern ist man, wenn dieser maskuline Gürtel aus dem Bauch heraus auch noch das eigene Firmenlogo präsentiert. Jutamos Metall-Buckles lassen sich hell und dunkel gravieren und es gibt sie in den drei verschiedenen Lederarten Used-Optikleder/ Hunterbraun, Carbonmuster geprägt/schwarz oder Glattleder/schwarz. Alle Gürtel werden in Einheitsgröße geliefert, sind aber für jede noch so schmale Männerhüfte unkompliziert in Eigenregie individuell kürzbar. Um dem Gürtel auch als Präsent einen starken Auftritt zu verleihen, bietet der Hersteller dazu passend gravierbare Metall Dosen an.

PSI 45651 • Jutamo GmbH • Tel +49 6108 799380
info@jutamo.de • www.jutamo.de



BAUMSTARKER PARTNER

Der Natur-Würfel aus Buchenholz mit eingelegerter Erdtablette und dem Baumsamen Fichte von Multiflower lässt als baumstarker Partner die (Werbe)Saat aufgehen. Attraktiv und pfiffig punktet zudem die Werbebotschaft auf der umlaufenden Banderole. Diese Botschaft lässt sich als Einsteckkärtchen abtrennen. Als Halterung dient dazu die Einkerbung und so ist während des Wachstums die Werbebotschaft immer präsent. Platz für den Aufdruck ist auf dem Standardmotiv oder ab einer Auflage von 250 Stück per komplett individueller Gestaltung.

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

- ANZEIGE -

PSI 10.-12. Januar Düsseldorf 2017
 Die Europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

Jetzt Ticket buchen!

Ab sofort können als Besucher registrierte PSI Händler ihre Industriekunden zur PSI einladen.

Reed Exhibitions www.psi-messe.com/tickets

Soft rocks.

Der neue
QS20 mit 3D
Oberfläche
in samtweichem
Soft Touch.

Be touched.



PromoFritz 2016
für den QS00



The Promotional
Gift Award
Winner 2016



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

Personality pens.
Swiss made.

prodir[®]



KLASSISCHES HOLZTHERMOMETER

Trotz Smartphone und digitaler Messtechnik gibt es sie immer noch: Die guten Flüssigkeitsthermometer, die über Jahrzehnte dem Nutzer die Temperatur gradgenau anzeigen. TFA Dostmann hat das Holzthermometer in einem schlichten und modernen Design neu aufgelegt. Das Thermometer aus geölter Eiche ist äußerst hochwertig verarbeitet. Spezielle Maschinen bringen das Glas aus Thüringen unter Einsatz von viel Feuer auf die richtige Länge und in die richtige Form. Gefüllt werden die Kapillaren mit einem speziell eingefärbten Alkohol. Das gefährliche Quecksilber wird dafür schon lange nicht mehr genutzt. Das Kundenlogo kann mehrfarbig im Sieb-, Tampon- oder Digitaldruck angebracht werden.

PSI 41875 • TFA Dostmann GmbH & Co. KG • Tel +49 9342 3080
info@tfa-dostmann.de • www.tfa-dostmann.de

SATTER SOUND AUF ALLEN WEGEN

Turn it on: Das ist die Devise des Bluetooth Lautsprechers Heju Zeder von KMS Kafitz Medienservice. Die Lautstärke regeln Benutzer ganz easy mit dem Drehrad des flachen Speakers. Ein schönes Extra: Musik lässt sich alternativ zur Bluetooth-Kopplung auch vom USB-Stick direkt abspielen. Der Speaker besteht aus Kunststoff mit einer Softtouch Oberfläche. Mit einer Größe von 150 x 60 x 25 Millimetern ist er sehr flach und wiegt gerade einmal 249 Gramm. Die Werbefläche beträgt 30 x 10 Millimeter und kann mit einem Tampon- oder Siebdruck veredelt werden. Der Lautsprecher ist standardmäßig in den Farben Schwarz, Braun, Rot und Weiß erhältlich und wird in einer schicken Geschenkbox geliefert.

PSI 48108 • KMS Kafitz Medienservice • Tel +49 2234 99080
rk@kms.eu • www.kms.eu



DIE FLINKEN HELFERLEIN

Auch in Zeiten moderner Technik und digitaler Kommunikation sterben Heftklammern einfach nicht aus. In jedem Büro und in jedem Haushalt sind deshalb entsprechende Tacker und Klammerentferner zu finden. Diese notwendigen Hilfsmittel können dabei nicht nur funktionell sondern durchaus auch ein Hingucker sein. Die beiden „Schnapper“ aus dem praktischen Büroset Bamstap von Boomerang bestehen aus Bambusholz und punkten mit netten Farbtupfern in Orange, Grün oder Blau. Eine Starterpackung mit passenden Klammern liegt dem Set bei. Da es aus natürlichen, nachwachsenden Rohstoffen hergestellt wird und selbst die Verpackung aus recyceltem Karton besteht, erhielt Bamstap auch die Etikeko-Note B2 für nachhaltige Produkte.

PSI 42811 • Boomerang SAS (Citizen Green) • Tel +49 9369 9849974
office@citizengreen.de • www.citizengreen.de





EDLE DÜFTE IM AUTO

Das exklusive Rituals Autoparfüm von Trendfactory wird über das Fahrzeuggebläse durch Anbringung am Lüfter aktiviert und bringt etwas Luxus ins Auto. Vier verschiedene Duftnoten von frisch bis beruhigend sind erhältlich, so dass jeder Fahrer seine persönliche Note finden kann. Lieferbar sind die Varianten Clary Sage als frischer, belebender Duft, Cherry Blossom mit der dezenten Kopfnote von Kirschblüten, Eucalyptus mit einer erfrischenden Wirkung und schließlich Patchouli: Dieser Duft kombiniert die aromatischen und vitalisierenden Eigenschaften von erfrischem Eukalyptus und beruhigendem Patchouli.

PSI 41941 • Trendfactory BV • Tel +31 252 622233
info@trendfactory.eu • www.trendfactory.eu



BAMBUS FÜR OPTIK UND HAPTİK

Ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit und im aktuellen Holzoptiktrend stellt die auf asiatische Sonderanfertigungen spezialisierte Firma Global Innovations einen Kugelschreiber aus Bambusholz vor. Brandings können auf dem Holz oder der Metallklammer aufgedruckt oder eingraviert werden. Eine passende Geschenkverpackung aus Recycling-Pappe ist optional möglich. Wer zusätzlich der natürlichen Optik ein wenig Farbe verleihen möchte, kann den Kugelschreiber auch in jeder Pantone Farbe lackiert bestellen. Dieses natürliche Schmuckstück ist schon ab 3000 Stück lieferbar.

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

Wir sind das fehlende Teil zu Ihrem **ERFOLG**



P. COLLECTION

F. Pecher GmbH | Fabrik für Schreibgeräte
info@pcollection.de | www.pcollection.de
Fon: ++49 52 22/94 20 0 | Fax: ++49 52 22/94 20 22



SCHÖN GESTAPELT

Das BOA Flaschenregal von Koziol umgarnt mit jeder Menge dekorativer Verve bis zu fünf Flaschen der Wahl. Innerhalb seiner eleganten und gleichzeitig stabilen Schwünge setzt es Wein, Wasser oder Likör überaus dynamisch in Szene und folgt hierbei stets dem praktischen Grundsatz: Stapeln ist besser als Stellen. Deshalb kann sich BOA auf der festlichen Tafel ebenso souverän präsentieren wie als platzsparende Minibar im Regal oder als kultiges Designstück auf dem Sideboard oder Beistelltisch.

PSI 47406 • koziol ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 6040
incentives@koziol.de • www.koziol-incentives.de

KOLLEKTION ERWEITERT

Mit zwei neuen Standardgeometrien ergänzt Hermann Flörke seine Radiergummi-Kollektion. Die neuen Formen BIG (60x60x7 Millimeter) und STONE (60x31x10 Millimeter) sind schon ab 200 Stück erhältlich und bieten eine großzügige Werbefläche, die nach Kundenwunsch mit Bild und Schrift personalisiert werden kann. Zusätzlich zu der bereits bekannten Digitaldruckmethode bis 4c wird als neue Druckmöglichkeit das Hotstamping eingesetzt. Damit sind Farben im metallischen Glanz für glänzende und unvergessliche Werbeideen möglich. Wie alle Radiergummis aus dem Hause Flörke sind auch die BIG und STONE-Formen auf TPE Basis umweltfreundlich hergestellt, enthalten keine PVC-Weichmacher und Phthalate und sind recyclebar.

PSI 44294 • Hermann Flörke GmbH • Tel +49 6104 73373
info@floerke.de • www.floerke.de



TASCHEN MIT DEM GEWISSEN ETWAS

Dragon Gifts präsentiert modische Accessoires, die dem Image einer jeden Frau das gewisse Extra verleihen können. Kunden betonen die Einzigartigkeit ihrer Marke mit den neuen Umhängetaschen in Form eines Parfum- oder Nagellackflakons. Das originelle Geschenk kann aus Spitze, Leder oder Acryl hergestellt werden. Es werden hochwertige und haltbare Materialien für die Herstellung der Taschen verwendet. Der Firmenname kann ebenfalls auf jedem Accessoire angebracht werden.

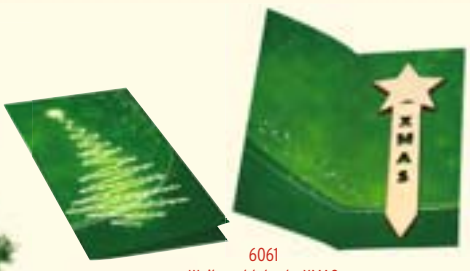
PSI 49304 • Dragon Gifts CLA Magellan LTD • Tel +7 922 2288684
info@dragon-gifts.eu • www.dragon-gifts.eu



Weihnachts-Ideen-Haus



4131
Perlschmuck-Bäumchen



6061
Weihnachtskarte XMAS



4021
Pfefferkuchenhäuschen

Jetzt gratis, den neuen Weihnachtskatalog 2016 anfordern unter info@multiflower.de

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



Bottle Promotions

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

Tacx promotional bottles

Full colour printing specialist!

ZÜNDENDE IDEEN für Ihre Werbebotschaft



Steinbockallee 9, 6063 Innsbruck
Tel. +43 512 / 26 40 64, Fax +43 512 / 26 64 94
office@kp-plattner.at, www.kp-plattner.at

ZEITMASS MIT PEPP

Zeit ist ein Phänomen, das viele unterschiedliche Blickwinkel zulässt: Piano von Koziol präsentiert sich in der Draufsicht mit einem sehr klar gestalteten Strahlenkreis. Aus der seitlichen Perspektive entfaltet sich die wahre Tiefe des Zifferblatts mit seinen erhabenen Stundenblöcken. Das Modell Toc-Toc hingegen präsentiert sich als eine echte Alternative für Zeit und Geist. Wo der klassische Schwarzwälder Zeitmesser mit marker-schütterndem Flöten-Geschrei nerven kann, gibt sich diese rundum modernisierte Variante erholend unaufgeregt. Reduce to the max heißt es auch beim Modell Pinball. Dieses setzt ein deutliches Signal an der Küchen-, Büro oder Wohnzimmerwand, denn der präsentable Ziffern- stern misst von Spitze zu Spitze auffällige 45 Zentimeter. Das erfris- chende Design versprüht viel Pep und ist zudem extrem gut ablesbar.

PSI 47406 • koziol ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 6040

incentives@koziol.de • www.koziol-incentives.de



- ANZEIGE -

PSI 10. – 12. Januar
Düsseldorf 2017
Die Europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

Jetzt
Ticket
buchen!

Ab sofort können als Besucher registrierte PSI Händler ihre Industriekunden zur PSI einladen.

Reed Exhibitions www.psi-messe.com/tickets

MAPPEN À LA CARTE

Bühring ist darauf spezialisiert, Mappen aus Kunststoff zu entwickeln. Die Materialien Polypropylen oder Hart- bzw. Weichfolie – letztere auch in Kombination – können mit den unterschiedlichsten Ausstattungen realisiert werden und als praktische Helfer bei der täglichen Arbeit im Büro dienen. Die moderne milchig-transparente Optik des Schnellhefters „Milky“ oder des ungewöhnlichen Ringbuches „Snow“ lässt einen Blick auf den Inhalt der Mappe zu. Eine auswechselbare Beschriftung kann optional über Papierkärtchen in aufgeschweißten Fächern erfolgen. Die Schnellhefter können zusätzlich mit einer Abheftvorrichtung ausgestattet werden, damit diese einfach in Ordnern abgelegt werden können. Das Bühring-Team realisiert individuelle Mappen. Als Basis können bereits vorliegende Lösungen dienen, die kurzfristig bemustert werden können. Eine Werbeanbringung ist z. B. als Offset- oder Siebdruck möglich.

PSI 40807 • Gabriele Bühring • Tel +49 4154 79540-0

Vertrieb@Buehring-Shop.com • www.buehring-shop.com



Die Handschrift der Werbung

BASE



BASE
0-0230/3

www.uma-pen.com





FRISCH AM TISCH GEPRESST

Die dekorative Zitronenpresse UT 108 von Alessi hilft, halbierte Zitronen frisch während des Essens über dem Gericht auszupressen. So schafft sie mediterranes Ambiente im Kuno-Prey-Design. Mit der klassischen und bewährten Zitruspresse aus Kirschbaumholz lassen sich alle Zitrusfrüchte, sogar kleine Limetten, durch den spitz zulaufenden Presskegel effektiv auspressen.

PSI 49447 • Alessi Deutschland GmbH • Tel +49 89 206028812
chiara.sergiacomi@alessi.com • www.alessi.com

GEGEN STRESS IM JOB

Eine kleine Auszeit ist besonders in einer Welt, die sich hektisch um uns dreht, angesagt. Da freuen wir uns über kleine Helfer, die uns ein Lächeln ins Gesicht zaubern. Die Herr Bert Figur von mbw ist ein solcher Helfer, kommt er doch in vielfältigen Looks passend zu vielen Berufen daher und lässt sich wunderbar knautschen. Jetzt schlüpft er gleich in fünf neue Berufe und macht als Berater, Schlachter, Richter, Zahnarzt oder Absolvent einen richtig tollen Job. Gemeinsam mit Berta demonstriert der kesse Kerl aus Wanderup gerne seine Vielseitigkeit.

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



NACHHALTIGE NATURSCHÖNHEIT

Die emotion factory setzt mit der Innovation „Pflanz-Holz“ auf Natur pur: Das Töpfchen aus echtem Ahornholz wird direkt mit dem beigefügten Sonnenblumensamen und der Torf-tablette bepflanzt und lässt das reinste Naturschauspiel auf dem Schreibtisch folgen. Die Werbung findet auf der umliegenden Banderole Platz, und auch eine zusätzliche Lasergravur des Würfels mit Logo oder Botschaft ist möglich. Das Töpfchen ist ab 250 Stück 4c individuell lieferbar. Für alle, die es gern plakativer mögen, gibt's eine Maxi-Version: Hier finden durch die Maße 6 x 6 x 6 cm noch größere Werbebotschaften auf der Banderole oder direkt auf dem Holz Platz.

PSI 41016 • Heri-Rigoni GmbH • Tel +49 7725-93930
mail@heri.de • www.heri.de



-Anzeige-

Von der Idee
bis zur
Umsetzung,
Produktion
und
Veredelung.

Mehr als
Schlüsselanhänger
aus Metall

ORTMANN & WERBUNG 05222 - 870 999 info@OrtmannundWerbung.de

Das ORIGINAL
vom Hersteller

HOLLYWOODFEELING ZU HAUSE

Für viele gehören Popcorn und Nachos zu einem perfekten Kinoabend einfach dazu und bei einem spannenden Film knabbert es sich gleich noch besser. Mit den neuen Snackschalen von elasto ist für jeden das Richtige dabei und die echte Kinoatmosphäre kommt in alle heimischen Wohnzimmer. Egal ob süß oder salzig, für alle Popcorn-Liebhaber ist die Popcornschale „Hollywood“ ein absolutes Muss. Die in verschiedenen Farben erhältliche, hohe Kunststoffbox bietet genügend Platz für eine großzügige Portion Popcorn und ist durch ihre große Öffnung leicht zu reinigen und immer wieder zu verwenden. Für alle, die es lieber würziger mögen, ist die Tortilla-Chips-Schale „Snaxiko“ ein Volltreffer. Für Dips oder Saucen gibt’s sogar ein extra Eckchen, perfekt abgetrennt, damit die Chips nicht aufweichen.

**PSI 41369 • elasto form KG • Tel +49 9661 8900
mail@elasto.de • www.elasto.de**

-Anzeige-



Mehrfarbig
bedruckbar!

Falls es im Sommer doch mal regnet!

Für den Notfall: Schirm in Sonnenbrillengröße -
handlich, ultra leicht und ultra klein.

STRIMAXX® & FRIENDS GmbH
Vertriebsbüro Hamburg
Alte Holstenstraße 22 // D-21031 Hamburg
T +49 (0)40-739 26 68-0 // F +49 (0)40-739 26 68-29
www.strimaxx.de // info@strimaxx.de



KNACKIGER WERBEBOTSCHAFTER

Mit dem Nussknacker-Set „Click“ von Inspirion brechen nussige Zeiten an. Der kraftvolle Metall-Nussknacker mit handlicher Griffzone nimmt selbst die härteste Nuss in die Zange. Ohne große Kraftanstrengung lassen sich so Wal- und Haselnüsse leicht öffnen. Passend zum Nussknacker gibt es eine dekorative Schale aus massivem Bambus, die individuell gebrandet werden kann. Die Schale verfügt über integrierte Auflageflächen, in denen der Nussknacker nach der Benutzung ordnungsgemäß abgelegt werden kann.

PSI 42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 52270

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



KUNSTSTOFF NACH MASS

SPS ist ein Spezialist in der Herstellung von Werbeartikeln aus Kunststoff und seit über 25 Jahren am Markt etabliert. Mit seinen Design-Spezialisten und Werkzeugmachern kann SPS in enger Zusammenarbeit mit den Kunden Unverwechselbares kreieren. Flache 2-D-Artikel sind erhältlich ab 250 Stück ohne Berechnung von Werkzeugkosten und mit einer Bearbeitungszeit von nur 2 bis 3 Wochen. Der Kunden kann aus einer Fülle von Möglichkeiten wählen, z. B. ein Lineal in der Form eines Feuerwehrautos oder ein Untersetzer in Form eines Puzzleteils. Spritzguss, Druck und Montage erfolgen direkt im Hause SPS. Die modularen Werkzeugsysteme ermöglichen hier eine kostengünstige Herstellung dieser maßgeschneiderten Werbeartikel, so dass mit Sicherheit etwas dabei ist, was dem Budget, den Anforderungen an die Lieferzeit und der Phantasie der Kunden entspricht. Auch bei ausgefalleneren Wünschen kann die SPS Gruppe gemeinsam mit dem Kunden Dinge wie Sparbüchsen, Eiswürfelformer und unzählige andere Kunststoffprodukte entwickeln.

PSI 42932 • SPSEU Ltd • Tel +44 1253 340400 • export@spseu.com • www.spseu.com

MEET 5000+ INDUSTRY PROFESSIONALS
AT THE MAIN PROMOTIONAL PRODUCTS
INDUSTRY SHOW IN RUSSIA & CIS!

30
JUBILEE

IPSA
POWERED BY **PSI**

**30TH INTERNATIONAL PROMOTIONAL
PRODUCTS INDUSTRY SHOW**

**30th
IPSA
AUTUMN**

**6-8
SEPTEMBER
2016**

CROCUS EXPO
MOSCOW, RUSSIA



ORGANISED BY

 Reed Exhibitions®

WWW.IPSA.RU

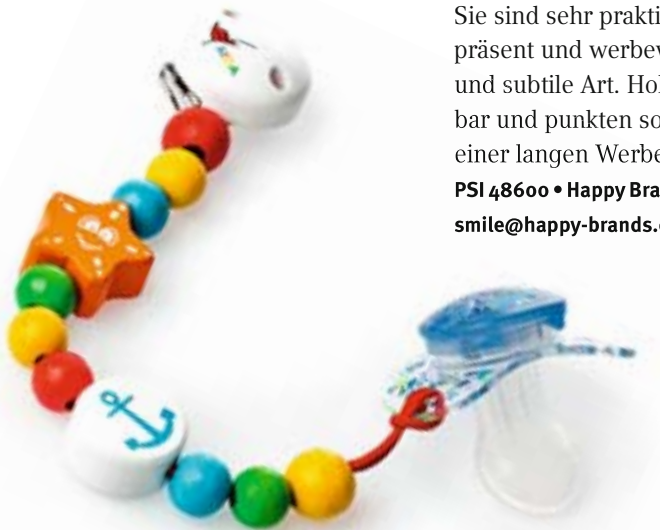
**IT'S
PROMO
TIME!**

REED ELSEVIER LLC

FREUNDLICHER WERBESCHNULLER

Die individuell gestalteten Schnullerketten aus FSC®-zertifiziertem Holz des Herstellers Happy Brands sind – mit dem gewünschten Logo-Motiv bedruckt – sympathische und optisch hochwertig anmutende Werbeträger. Sie sind sehr praktisch und haben eine echte Funktion, dazu sind sie sehr präsent und werbewirksam. Das jedoch auf eine unaufdringliche, freundliche und subtile Art. Holz-Schnullerketten als Werbeartikel sind wiederverwendbar und punkten somit mit einem langen Gebrauchswert und zeitgleich mit einer langen Werbewirkung der aufgebrachten Markenbotschaft.

PSI 48600 • Happy Brands • Tel +49 40 707076990
smile@happy-brands.com • www.happy-brands.com



- ANZEIGE -

PSI 10.-12. Januar
Düsseldorf 2017
Die Europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

Jetzt
Ticket
buchen!

Ab sofort können als Besucher registrierte PSI Händler ihre Industriekunden zur PSI einladen.

Reed Exhibitions www.psi-messe.com/tickets

AKTENHÜLLEN MIT 4C BILDERDRUCK

Die Spindler GmbH fertigt seit 30 Jahren u.a. hochwertige Präsentationsmappen, Musterkoffer und Präsentationsverpackungen sowie diverse Sonderanfertigungen aus Kunststoff oder Feinpappe nach Kundenwunsch. Motto: Von der Konzeption bis zur Konfektion alles aus einer Hand. Als Hersteller von Sonderanfertigungen im Werbe- und Organisationsmittelbereich kann das Spindler-Team höchste Qualität, Flexibilität und absolute Liefertreue garantieren. Ganz neu im Fertigungsprogramm sind hochwertige Aktenhüllen für DIN A4-Unterlagen aus Kunststoff mit kundenspezifischer Gestaltung im 4-Farbdruk (auf Wunsch mit Weißhinterdruckung). Je nach Menge werden die Hüllen komplett im UV-Digital- oder Offsetdruck bedruckt, anschließend gestanzt und per modernster Ultraschalltechnik verschweißt. Spindler hat hierfür eine Highspeed-Maschine integriert: Die Fertigungsleistung in der Endverarbeitung beträgt nun 8.000 Aktenhüllen am Tag.

PSI 49668 • Spindler GmbH • Tel +49 7161 951741
mail@spindler-gmbh.de • www.werbemappen4u.de



Von Trends zu Brands

Die Fashion-Szene lebt vom Zauber der Jahreszeiten. Zu jedem Wechsel erfindet sie sich neu – das vereint selbst die größten Labels mit den kleinsten Boutiquen. Und ob groß oder klein: Die Markendarstellung entfaltet ihre Magie erst, wenn sie auch konstant nach außen getragen wird. Empfehlen Sie deshalb individuelle Markenschirme mit vielfältigen Branding-Möglichkeiten.

Maßgeschneiderte Ideen für jede Marke: FARE!



Schirmwerk

FARE – Guenther Fassbender GmbH

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

www.fare.de

Stilvolle Trendsetter

Gute Produkte sichern Erfolge. Seit Jahrzehnten steht unser Name für hochwertige und innovative Qualitätsprodukte. Praktisch – nachhaltig – individualisierbar.



EINHANDMESSER 256410

- Klinge aus Qualitätsstahl AISI 420
- Teilsägezahnung
- Griffschalen aus Pakkaholz und Edelstahl
- Gürtelclip
- Klingenlänge 7,6 cm

MULTITOOL 107600

- Zange und acht weitere Werkzeuge
- Leichtmetallgriff mit edlen Pakkaholzeinlagen
- Gürtletui aus echtem Leder
- Lieferung inklusive Bitsatz
- Länge geschlossen 10,3 cm





SICHER MIT EINEM DREH

Der Schlüsselhalter Twister Rose Gold von Troika hat im wahren Sinne des Wortes den Dreh raus: Der Twist-Verschluss aus Metall sichert den Schlüssel an der Lederschleife und kombiniert so zeitloses Design mit einer pfiffigen Idee. Der Schlüsselhalter besteht aus der Lederschleife in braunem Leder und Metall in Rose-Gold und verfügt über drei Schlüsselringe mit Twist-Verschluss. Eine Werbeanbringung ist per Gravur mittig auf dem Verschluss möglich und ab 100 Stück kostenfrei.

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

TECHNIK IN HOLZ VERPACKT

Beim USB-Stick Natura Ahorn von Pixika zeigt sich, was entstehen kann, wenn sich Technik und Ökologie verbinden. Das speziell mit Blick auf den Umweltschutz entwickelte Modell kommt ohne Schadstoffe und Schwermetalle aus und ist mit Ahorn aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern hergestellt. Der USB-2.0-Stick wird in einem recycelten Geschenkkarton geliefert und kann schon ab 50 Stück mit Lasergravur individualisiert werden. Ein Dummy-Muster ist auf Anfrage kostenlos erhältlich.

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



AUS SCHWEIZER HOLZ

Es gibt sie mittlerweile in mehr als 400 Varianten, in verschiedenen Längen und mit den unterschiedlichsten Funktionen. Ihr Erkennungszeichen sind die typischen, glänzenden roten Griffschalen mit dem Kreuz im Wappenschild. Vor 120 Jahren von Carl Elsener, dem Gründer von Victorinox, erfunden, finden sie mittlerweile Abnehmer in 125 Ländern der Welt. Und jetzt gibt es viele Modelle auch mit Griffschalen aus Holz, für alle die sich von der Uniformität abheben und ein wirkliches Unikat besitzen möchten. Die Schalen werden aus Schweizer Walnussholz gefertigt. Als Beitrag von Victorinox zur Schonung der Ressourcen wird dabei Abfallholz verwendet. Veredelt werden die Holzschalen auf Wunsch mittels einer Lasergravur. Wer die Schönheit der Holzmaserung unangetastet lassen möchte, wählt eine dezente Klingenätzung.

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





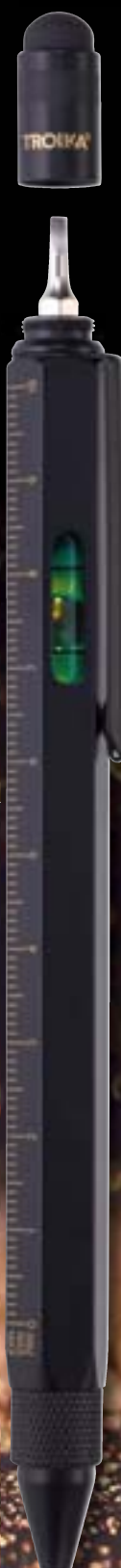
EINFACH, ABER ANDERS

Jeder weiß, was ein Plakat ist und wie es aussieht: bedrucktes Papier eben. Indes: Kunststoffplakate mit Hochprägung sind um einiges attraktiver und springen viel mehr ins Auge als herkömmliche Plakate. Sie können mit jeder gewünschten Hochprägung versehen werden, mit Details und Formen jeglicher Art, die das Produkt um einiges mehr hervorheben. Die Plakate von Accurate Czechowski werden aus Kunststoff hergestellt und mit Vollfarb-Offset-Technik bedruckt. Die Maximalgröße des Plakats beträgt 950 x 650 mm und die Hochprägung kann sogar bis zu 400 mm betragen. Was bei Kunststoffplakaten besonders bedacht werden muss: eine einfache und moderne kann die beste Lösung sein, um das Produkt hervorzuheben.

PSI 49571 • Accurate Czechowski, Krawczyk sp. j.

Tel +48 22 5761800 • info@accurate.pl • www.accurate.pl

TROIKA®



CONSTRUCTION

Der Multitasking-Kugelschreiber im Abendanzug: mattschwarz und dezentes Gold – für einen stilvollen Auftritt.

REIZT DEN SPIELTRIEB

Mit dem neuen Zipper-Lanyard von JH Innovations will der Anbieter die Phantasie des Nutzers anregen. Das Umhängeband im Reißverschluss-Design und einem 2D Soft-Label-Anhänger ist ein absoluter Hingucker unter den Lanyards und reizt den haptischen Spieltrieb. Die farbliche Gestaltung ist frei wählbar, der Reißverschluss kann mit oder ohne Stoff gewählt werden. Das Band ist am Ende mit einem Karabinerhaken und/oder einem Handyanhänger ausgestattet.

PSI 48291 • JH Innovations GmbH

Tel +49 621 7481466 • info@jh-innovations.de

www.jh-innovations.de



MOTIVE NACH WUNSCH

Schlüsselanhänger aus angenehm weichem Kunststoff zählen zu den beliebtesten Give Aways. Zum absoluten Hingucker werden die Anhänger und Haftmagnete von Pruner Werbemittel aber durch die nahezu unbegrenzte Möglichkeit, individuelle und unverwechselbare Sonderformen zu produzieren. Kleinste Details jeder Produkt- oder Logoform werden filigran umgesetzt, egal ob 2D, 3D oder reelle Figur. Als sympathischer Messe-Streuartikel erinnern die Anhänger täglich an das Unternehmen. Ein Bild des Wunschmotivs genügt und die Spezialisten bei Pruner erstellen einen kostenlosen Layoutvorschlag für den Kunden.

PSI 42634 • Pruner Werbemittel • Tel +49 7644 1063

info@pruner-werbemittel.de • www.pruner-werbemittel.de





ZWILLING
J.A.HENCKELS



GESCHENKIDEEN FÜR JEDEN ANLASS

Ergänzende Informationen und Anregungen erhalten Sie von der Kester Bolz Handelsvertretung, die für den bundesweiten Werbemittelvertrieb von ZWILLING zuständig ist.

Kester Bolz Handelsvertretung • Buntentorsteinweg 169 • 28201 Bremen
Telefon: 0421/5 25 17 80 • Fax: 0421/5 25 17 93 • Email: info@kesterbolz.de

CYBER-WEAR

AUSZEICHNUNG FÜR FORD VIGNALE COLLECTION

Als absolute Ausnahme-Kollektion im Premium-Bereich entwickelt, ist die von cyber-Wear im Auftrag von Ford produzierte Vignale Collection jetzt auch nachweislich ausgezeichnet: Beim Automotive Brand Contest 2016 haben die High-End-Artikel, die die hochwertigste Fahrzeugausstattungsline von Ford flankieren, den Preis in der Kategorie „Future, Mobility & Parts“ gewonnen. Die Vignale Collection, entwickelt Hand in Hand von Ford Design und cyber-Wear, wird aus exklusiven Materialien und teilweise in hochaufwendiger Handarbeit hergestellt. Taschen und Accessoires aus feingearbtem,

dickem Leder und reiner Seide gehören ebenso dazu wie Espresso-Tassen aus Fine Bone China. Viele der edlen Lifestyle-Produkte wurden in Zusammenarbeit mit PSI-Lieferanten hergestellt. Die Kollektion ist Teil des Konzepts von Ford Vignale, das den Kunden von Ford ein über eine luxuriöse Fahrzeugausstattung hinausgehendes, ganzheitliches Service-Erlebnis bietet. In der Kategorie „Future, Mobility & Parts“ des Automotive Design Contests konnten neben solchen Luxusaccessoires auch Räder, Reifen, Felgen, technisches Zubehör, Anhänger, Lichtdesign, Zulieferteile, Sonderausrüstungen, Sport-, Outdoor- und Freizeitartikel sowie

Bekleidung, Fanartikel, Car Sharing-Modelle, Mobilitätskonzepte, Antriebstechnologien, Navigations- und Multimediageräte u.v.m. eingereicht werden – und gegen alle Einreichungen der Mitbewerber hat sich die Vignale Collection durchgesetzt. Der Automotive Brand Contest ist der einzige internationale Designwettbewerb für Automobilmarken und hat sich in kürzester Zeit zu einem wichtigen Branchen-Event entwickelt. Die Auszeichnungen werden im Rahmen des Salons „Mondial de l'Automobile“ im Oktober 2016 in Paris überreicht. Die Kollektion ist bei ausgesuchten Ford Händlern und unter www.vignalecollection.com erhältlich. www.automotive-brand-contest.de



CRIMEX

RED DOT AWARD FÜR SCHIEFEN TELLER

Excentra – Der Schiefe Teller der CRIMEX GmbH wurde am 4. Juli in Essen mit dem Red Dot Award ausgezeichnet, der internationalen Auszeichnung für hohe Designqualität. Bei excentra handelt es sich nach Angaben von CRIMEX um den ersten Suppenteller, aus dem Suppe ohne Kippen und Kleckern restlos gelöffelt werden kann. Die asymmetrische Ebene im Tellerboden sorgt für ein Abfließen der Flüssigkeit von der Mitte. Bereits vor 14 Jahren hatte Claus Roeting excentra erfunden, doch technisch war es zu diesem Zeitpunkt noch nicht möglich, ihn so zu formen, dass er sich in größeren Mengen stapeln ließ. Dank moderner 3-D-Technologie und dem Inhouse-Designer Ramón López Mera ist dies nun machbar. Durch seine Stapelfähigkeit ist excentra besonders für die Gastronomie geeignet. Darüber hinaus ermöglicht der Schiefe Teller eine optisch ansprechende Speisenpräsentation, denn excentra ist nicht ausschließlich ein Suppenteller. Auch Fleisch, Fisch und Pastagerichte kommen hervorragend zur Geltung. www.crimax.com

WELCOME HOME 2016

NACHRICHTEN VOM ROTEN SOFA

Seit sechs erfolgreichen Jahren heißt es im November und Dezember „Welcome Home“! In diesem Jahr laden die Unternehmen Daiber, Fare, Geiger-Notes, Halfar, Koziol, Jung Bonbonfabrik, Reflects by LM Accessoires, mbw und uma ihre Gäste aufs rote Sofa ein und freuen sich auf gemeinsamen Erfahrungsaustausch, eine tolle Atmosphäre und auf das Vorstellen der neuen Kollektionen. Mehr zur Welcome Home Tour erfahren Interessierte auf der neuen Website www.welcome-home-tour.de



Allenthalben Freude bei der Award-Verleihung.

PARTNERSCHAFT

WERA UND BITBURGER HOLDING

Seit 80 Jahren ist der Werkzeugspezialist Wera aus Wuppertal erfolgreich am Markt. Durch eine langfristige Ausrichtung und eine Konzentration auf die eigene Kernkompetenz weist das Unternehmen nach eigenen Angaben ein kontinuierliches Wachstum auf. Da ein potentieller Nachfolger nicht ausgemacht werden konnte, haben der bisherige Eigentümer und das Management einen neuen Eigentümer für das Traditionsunternehmen gesucht. Das Ziel: Wera als eigenständigen Premiumanbieter in der Werkzeugindustrie erfolgreich weiterzuentwickeln. Als idealer Partner, so das Unternehmen, wurde die Bitburger



Holding gefunden. Die hinter der Holding stehende Unternehmerfamilie Simon habe sich bereits auch in anderen Unternehmen langfristig partnerschaftlich engagiert. „Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit dem Traditionsunternehmen Bitburger, bei dessen Auswahl und Ansprache unser Management dankenswerterweise von Anfang an beteiligt war“, begrüßt der langjährige Wera-Geschäftsführer Martin Strauch die besiegelte Partnerschaft. Der Vollzug der Transaktion steht unter dem Vorbehalt der Freigabe durch die Kartellbehörden. www.wera.de

KUNDEN NICHT BETROFFEN

KORENVLIE T KAUF T MID OCEAN-STAMMAKT IEN

Die Gruppe HAV als Aktionär von Favorite Gifts mit den niederländischen Werbeartikellieferanten Giving Europe und Van Helden Relatiegeschenken hat sämtliche in ihrem Besitz befindliche Stammaktien von Mid Ocean Brands, Niederlande, an die Investmentgesellschaft Korenvlief veräußert.

Hintergrund ist der folgende: Nachdem Rutger de Planque im September 2012 als CEO zu Mid Ocean Brands wechselte, erwarben Korenvlief (ein Investment-Unternehmen von Rutger de Planque) und HAV (Investmentunternehmen von Adrie van Helden, zu dem u.a. Giving Europe und Van Helden Relatiegeschenken gehören) im Juni 2013 alle Stammaktien der Mid Ocean Brands von den Voreigentümern AB-NAMRO Participaties und Avedon Capital Partners. Daraufhin schaffte das Unternehmen eine bemerkenswerte Richtungsänderung mit einem Wachstum im 2-stelligen Prozentbereich bei 40 Prozent reduzierten Kosten. Während der vergangenen 12 Monate erwirtschaftete das Unternehmen bei einem Umsatz von 84,5 Millionen Euro einen Gewinn in Höhe von 10,1 Millionen Euro. Am 8. Juli 2016 übernahm nun Korenvlief (Rutger de Planque und Stephen Gibson) alle im Besitz von HAV befindlichen Stammaktien der Mid Ocean Brands und ist somit alleiniger Aktionär.



Giving Europe Geschäftsführer Stef van der Velde wertete den Kauf der Aktien als positives Zeichen im Rahmen einer guten beiderseitigen Partnerschaft. Mid Ocean Brands CEO de Planque kommentiert: „Nach einer turbulenten Periode benötigte Mid Ocean Brands klare Vorgaben und eine gegliederte Strategie für den richtigen Weg in eine geordnete und erfolgsversprechende Zukunft. Jetzt – 3 Jahre später – ist das Unternehmen finanziell und geschäftsmäßig solide und bereit, eigenständig und mittels Buy-and-Build-Strategie ein beschleunigtes Wachstum zu realisieren. Der Markt ändert sich rapide und wir werden daher beginnen, weiterhin neue Wege zu beschreiten, um künftig die operative Schlagkraft von Mid Ocean Brands auszubauen.“ Für die Kunden der Werbeartikelspezialisten Giving Europe und Mid Ocean Brands wird sich nichts ändern, da die beiden Unternehmen wie zuvor auch künftig selbstständig agieren werden. www.givingeurope.com – www.midoceanbrands.com



4. CEE MANUFACTURING EXCELLENCE AWARDS

LYNK A GEWINNT ZWEI GOLDMEDAILLEN

Das Unternehmen Lynka konnte seinen zahlreichen Auszeichnungen zwei neue hinzufügen. Bei den 4. CEE Manufacturing Excellence Awards 2016 gewann der polnische Lieferant und Veredler von Markenbekleidung und Accessoires zwei Goldmedaillen in den Kategorien „Nachhaltigkeit und Umwelt“ sowie „Textilhersteller des Jahres“. Die Preise wurden Mitte Juni im Warschauer Intercontinental Hotel verliehen. Am Wettbewerb nahm eine ausgewählte Gruppe hochrangiger mittelosteuropäischer Fertigungs-Profis teil. Die CEE Manufacturing Excellence Awards wurden von mehr als zweihundert Fachleuten aus der Herstellungsindustrie, darunter Vertretern von Lieferanten für und Führungskräften von Herstellungsunternehmen besucht. www.lynka.eu



Der Vorsitzende der CEE Awards, Craig Smith, mit Lynka Geschäftsführer Preston Smith und John Lynch (v.l.).

MAILAND

MOLESKINE CAFÉ ERÖFFNET

Moleskine, Hersteller der legendären Notizbücher mit der literarischen Aura, hat in Mailand ein Café eröffnet. Das Moleskine Café ist ein völlig neues Format der italienischen Weltmarke und entspricht dem Ruf und dem mit dem Begriff Moleskine verbundenen Anspruch des Unternehmens. So verbindet es Elemente von Cafés, Kunstgalerien, Läden, Geschäften und Bibliotheken auf einzigartige Art und Weise. Als moderne Neuinterpretation des französischen Literaturcafés stellt das Café einen neuen Ort kreativer Impulse und Inspiration dar, der sich perfekt zum Nachdenken, Erholen und Entspannen eignet. Das Café bietet ein ganzjähriges Programm mit Gesprächsrunden, Seminaren mit Frühstück und Ausstellungen. Der elegant gestaltete Verkaufsbereich mit einer Auslage im Boutique-Stil ermöglicht es zudem, alle Objekte der vielfältigen Moleskine-Kollektionen hautnah zu erleben.

INSPIRATIONSQUELLE FÜR JEDEN TAG

Das neue Format feiert sein Debüt in Mailand im Corso Garibaldi 65 im Herzen des Künstlerviertels Brera Design District und will Vorbild sein für entsprechende künftige



Einrichtungen in weiteren Metropolen. Kaffee und das leibliche Wohl der Gäste stehen dabei im Mittelpunkt. Dank einer Partnerschaft mit der in Mailand ansässigen Kaffeerösterei Sevengrams können sorgfältig ausgewählte Espressomischungen und extrafeine Single Origin Filterkaffees aus nur einem Anbaugelände angeboten werden. Kaffeebohnen stehen in einer besonderen Moleskine-Verpackung zum Verkauf, wobei das Papierband der Verpackung Illustrationen verschiedener Künstler zeigt, die Geschichten von den Orten, Menschen und Rösttraditionen des jeweiligen Kaffees erzählen. Der Fokus der Speisekarte liegt auf gesunden und ausgefallenen Kombinationen von Aromen und Geschmacksrichtungen aus der ganzen Welt, einschließlich Gourmet-Sandwiches, Suppen, Salaten und einem reichhaltigen Frühstücks- und Brunchangebot. Das klassische Moleskine-Design mit seiner

essentiellen und klaren Ästhetik sowie einer neutralen Farbpalette, die den Seiten eines typischen Moleskine-Notizbuchs gleicht, macht das Moleskine-Café zu einem Ort, an dem man „auftanken“ und bei Kaffee, Kultur und anregenden Gesprächen neue Inspirationen finden kann. Gleichzeitig laden die Ruhebereiche des Cafés zum Abschalten und Lesen ein und um der eigenen Kreativität ungestört freien Lauf zu lassen. www.moleskine.com



FARE SCHIRMWERK

NEUZUGÄNGE IM TEAM

Das Team des Werbeschirmspezialisten FARE aus Remscheid stellt mit Birgit Aßmann ein neues Mitglied vor. Birgit Aßmann verstärkt das FARE Schirmwerk als Leiterin und Koordinatorin sämtlicher mit der Geschäftsführung abgestimmter



Birgit Aßmann



Annika Beyersdorff

Projekte. Die diplomierte Betriebswirtin verfügt über mehr als 20 Jahre Projektmanagement-Erfahrung und war in der Finanzbranche sowie im Consulting tätig. Außerdem heißt FARE Annika Beyersdorff neu im Team willkommen. Sie ist bereits seit vergangenem September fürs Unternehmen tätig. Die 32-jährige unterstützt das Fare Team im Qualitätsmanagement sowie bei Sonderanfertigungen im Direktimport und war zuvor als Produktmanagerin bei der Firma Ovibell tätig. www.fare.de

KALFANY SÜSSE WERBUNG

NEUZUGANG IM „EXPORT“-TEAM

Seit Mitte Juni 2016 unterstützt Patrik Kaiser, als Nachfolger von Vera Jezkova, das Export-Team des Werbemittelherstellers Kalfany Süße Werbung am Standort Herbolzheim. Als Sales Executive übernimmt Kaiser die Kundenbetreuung der Länder Großbritannien und Irland. www.suesse-werbung.de



Patrik Kaiser

**PF CONCEPT DEUTSCHLAND
AUßENDIENST-TEAM
KOMPLETTIERT**

PF Concept Deutschland stellt sein Außendienst-Team mit zwei neuen, versierten Branchen- und Vertriebsexperten noch schlagkräftiger auf. Matthias Erb und Jörn Gedig gingen Anfang Juli bei PF Concept an Bord. Matthias Erb übernimmt das Vertriebsgebiet Süd. Zuvor arbeitete er als Key Account Manager bei der Pelikan Hardcopy Distribution GmbH & Co. KG in



Matthias Erb



Jörn Gedig

Hannover. Erfahrung im Werbemittelmarkt sammelte er mit seinem eigenen Unternehmen Fareast Solution GmbH, das er 2006 gründete und das auf die individuelle Fertigung von Werbemitteln spezialisiert ist. Jörn Gedig zeichnet im Außendienst für das Vertriebsgebiet West verantwortlich. Der Vertriebsexperte kommt vom digitalen Merchandising Shop Smake. Zuvor betreute Gedig als Area Manager West Germany bei der Falk & Ross Group Europe den Vertrieb in den westlichen Bundesländern. Er hat zudem weitere Fähigkeiten im Textilmarkt erworben. „Wir freuen uns, zwei so erfahrene Mitarbeiter in unserem Außendienst zu begrüßen“, kommentiert Peter Stelter, Country Manager PF Concept D-A-CH. „Beide können mit ihrem Know-how perfekt auf individuelle Anforderungen unserer Kunden eingehen und sie kompetent beraten.“ www.pfconcept.com

BRAND.IT

SMARTPHONE UND TABLET CASES MIT LOGO

Die Brand.it GmbH aus Berlin ist seit 10 Jahren der Spezialist für das Branding von IT Hardware sowie IT Zubehör mit Unternehmenslogos. Damit erhöht das Unternehmen die Wiedererkennung starker Marken und schützt die Hardware zugleich vor Diebstahl. Durch die eigene Produktion von Tablet und Smartphone Cases öffnet Brand.it sein Portfolio nun auch für Werbemittelhändler. Die Philosophie von ist Brand.it ist es, seine Produkte nur exklusiv über Wiederverkäufer zu vertreiben. Seit kurzem ist Brand.it auch Mitglied im PSI Netzwerk (PSI 49758). Fundierte Kenntnisse in allen Produktionstechniken garantieren stets die beste Qualität. Des Weiteren profitieren Kunden von der langjährigen Erfahrung, kurzen und schnellen Lieferwegen und einem ausgeprägten Gespür für Technik- und Lifestyle-Artikel. Weitere Einzelheiten gibt es unter www.brand.it. Aktuelle Verkaufsunterlagen können angefordert werden unter: peter.loew@brand.it



BROTHER

SICHTBARES WACHSTUM

Die Brother Internationale Industriemaschinen GmbH hat Ende Juni 2016 mit dem symbolischen Spatenstich den Bau einer neuen Lagerhalle mit 1.500 qm begonnen. Damit wird die bestehende Lagerfläche von 1.600 qm fast verdoppelt. „Dies ist notwendig geworden, um der steigenden Nachfrage von Industrietextildruckern und -näähmaschinen gerecht zu werden“ sagt Valerio Scotti, Geschäftsführer bei Brother in Emmerich am Rhein. Der Umsatz ist in den vergangenen Jahren um mehr als 20 Prozent pro Jahr gestiegen, was sich auf der einen Seite in einem erhöhten Platzbedarf widerspiegelt und auf der anderen Seite dazu führte, dass Brother seitdem jährlich fünf neue Mitarbeiter einstellen konnte. Die Fertigstellung der neuen Lagerhalle wird voraussichtlich im November 2016 erwartet. Laut dem Unternehmen stehen die Aussichten auch für die nächsten Jahre weiterhin auf Wachstum, mit neuen innovativen Produkten und einem starken internationalen Team in Emmerich am Rhein. Brother ist ein japanisches Unternehmen, zu dessen Firmenprofil eine Vielzahl von Geräten aus dem Elektronik-, Industrie- und Haushaltsbereich gehört. Damit ist Brother einer der Marktführer in der Produktion von Industrienähmaschinen und Industrietextildruckern sowie Multifunktionsgeräten. Brother Vertriebsniederlassungen finden sich weltweit. www.brother-industrial.com



Gruppenbild während des Spatenstichs zum Bau der neuen Halle.

SILBERNES JUBILÄUM

SOL'S FEIERT 25-JÄHRIGES BESTEHEN

SOL'S, einer der europäischen Marktführer für Promotion-Textilien, feiert 25-jähriges Bestehen. Das Unternehmen wurde 1991 vom Pariser Alain Milgrom, einem Fashion-Enthusiast mit dem Anspruch die Welt der Promotion-Textilien zu verändern,



gegründet. Heute ist SOL'S einer der Marktführer in Europa. SOL'S – mit Hauptsitz in Paris – ist mittlerweile in über 60 Ländern weltweit vertreten. Das Sortiment umfasst heute 361 personalisierbare Artikel wie Textilien, Handtücher, Caps, Taschen sowie vieles mehr. SOL'S wächst beständig weiter, nicht zuletzt dank seines innovativen Design-Teams und einem permanenten Lagerbestand von über 25 Millionen Teilen. SOL'S versendet über eine Millionen Kartons pro Jahr, von denen laut Unternehmen 99,9 Prozent pünktlich beim Empfänger eintreffen. Der Bestseller von SOL'S, das T-Shirt „Regent“, wurde seit 1998

über 174 Millionen mal verkauft. Getreu seinem Motto „The Fair Spirit“ hat SOL'S in Sachen Umweltschutz, Ethik und sozialer Verantwortung Maßstäbe in der Textilbranche gesetzt. „Wir sind unseren Kunden und Partnern extrem dankbar für ihre Unterstützung in den vergangenen 25 Jahren. Ohne ihr Vertrauen in unsere Arbeit und Werte wäre die Erfolgsgeschichte von SOL'S nicht möglich. Wir haben uns dank dieser Unterstützung kontinuierlich weiter entwickelt und verbessert und werden dies auch zukünftig tun, wenn wir auf die nächsten 25 Jahre schauen“, betont Gründer und Präsident Alain Milgrom. www.sols-europe.com

SORTIMENT ERWEITERT

STABILO VERTREIBT MEISENBACH PRODUKTE

Der Vertrieb der Werbeschreibgeräte der Karl Meisenbach GmbH & Co KG erfolgt ab sofort über Stabilo Promotion Products. Das im Odenwald ansässige Unternehmen Meisenbach produziert seit 1880 Schreibgeräte, war mit rund 60 Mitarbeiter/-innen bislang Zulieferer und ist nun eigenständige Tochterfirma der Schwan-Stabilo Gruppe. Stabilo Promotion Products erweitert das Wer-



beartikelsortiment um zahlreiche Kugelschreiber und Inkliner aus deutscher Produktion und bietet darüber hinaus zukünftig vielfältige neue Möglichkeiten der Produktvariation und Veredelung an. Der Vertrieb individualisierter Schreibgeräte zu Promotion-Zwecken erfolgt ab sofort über Stabilo Promotion Products GmbH im Stabilo-Headquarter in Heroldsberg bei Nürnberg, Deutschland. www.stabilo-promotion.com

HALFAR

PERSONALWECHSEL IM AUSSENDIENST

Die Branchenprofis Miriam Siggas und Michael Baierl übernehmen ab Anfang September den Außendienst D-A-CH bei Halfar. Michael Baierl, zuletzt bei Giving Europe, hat mehr als 20 Jahre Erfahrung im



Miriam Siggas



Michael Baierl

Werbeartikelmarkt und ist künftig zuständig für den Außendienst Süd (PLZ 6 bis 9 sowie Österreich und die Schweiz). Miriam Siggas blickt auf 10 Jahre Erfahrung im Innendienst bei Halfar zurück und hat sich nach absolvierter Bachelor-Prüfung aktiv für den Außendienst bei Halfar entschieden. Sie wird die Halfar Kunden in den Postleitzahlengebieten 0 bis 5 betreuen. www.halfar.com

DOMMER STUTTGARTER FAHNENFABRIK NEUE VERKAUFSLEITUNG

Carolin Buchanan hat die Verkaufsleitung bei der Dommer Stuttgarter Fahnenfabrik übernommen. Zuvor hatte die gelernte Groß- und Außenhandelskauffrau bei Dommer schon mehrere Jahre die Verantwortung für den Vertriebsbereich Beachflags und Displays erfolgreich inne. Mit Carolin Buchanan setzt Dommer für diese anspruchsvolle Führungsposition im Verkauf und Projektmanagement auf eine erfahrene Kraft aus dem eigenen Hause. Bereits seit neun Jahren ist die 33-Jährige bei Dommer im Vertrieb tätig und kennt somit bestens alle Abläufe und Strukturen. www.dommer.de

INSPIRION

NEUE VERTRIEBSMITARBEITER
LEBEN KUNDENNÄHE

Inspirion stellt personell und strukturell die Weichen in Richtung Zukunft und baut das deutsche Vertriebsteam weiter aus, um Kunden noch mehr Service zu bieten. Mit Dawid Dymek und Jan Füst haben die Bremer Werbemittel-Lieferanten zwei qualifizierte Mitarbeiter gewonnen, die über ein hohes Maß an Kompetenz und Erfahrung im Vertrieb verfügen. Als gelernter Kaufmann für Versicherungen und Finanzen war Dawid Dymek mehrere



Ian Füst und Dawid Dymek

Jahre in der Finanzbranche tätig. Jetzt berät er Inspirion-Kunden in Südwest-Deutschland von Aachen im Norden bis Freiburg im Süden. Jan Füst arbeitete zuvor in der Baubranche als Vertriebler im Innendienst. Bei Inspirion betreut der gelernte Kaufmann für Groß- und Außenhandel Kunden im PLZ-Gebiet 8 und 9. „Wir denken und handeln im Kundennutzen. Die individuelle Beratung und der Servicegedanke stehen im Mittelpunkt des neuen Kundenkontakts. In den letzten zwei Monaten hatten die neuen Kollegen auf Messen die Gelegenheit das Business rund um den Werbeartikel aus dem Blickwinkel des Kunden zu betrachten und die Händler persönlich kennenzulernen. Jetzt können sie das gesammelte Feedback in ihre tägliche Arbeit einfließen lassen“, so Jörg-Peter Helmers, Sales Director B2B Northern & Central Europa bei Inspirion.

www.inspirion.eu

INHOUSE EVENT FÜR PSI MITGLIEDER

ZTV PRÄSENTIERT WERBEMITTELLOGISTIK

Warum brauchen Sie spezialisierte Werbemittellogistik?“ Der Werbemittellogistiker ztv, offizieller Partner der PSI, lädt alle PSI Mitglieder zur Inhouse Veranstaltung ein, um dieser Frage auf den Grund zu gehen. Dazu öffnet die ztv am 27. September 2016 von 10 bis 14 Uhr ihre Türen der Niederlassung an der Kimplerstraße in Krefeld Fichtenhain. Die Teilnehmer erwartet eine kurze Präsentation über das Leistungsspektrum der ztv, eine Betriebsbegehung inklusive Beispielpacken sowie die Gelegenheit zum gegenseitigen Austausch bei kleinen Snacks. Beim Rundgang lernen die Gäste die unterschiedlichen Lagermöglichkeiten sowie Kommissionierungsarten kennen. Sie erfahren weiterhin, was beim internationalen Versand und der damit oftmals verbundenen Zollabwicklung zu beachten ist und lernen verschiedene Verpackungsmöglichkeiten kennen. „Wir möchten am 27. September zeigen, wo die Besonderheiten der Werbemittellogistik liegen und welche Vorteile die Zusammenarbeit mit einem Spezialisten hat. Wir freuen uns schon jetzt, die PSI Mitglieder bei uns im Hause begrüßen zu dürfen“, so Peter Kieffer, Geschäftsführer der ztv. Die Anmeldung und das Programm sind unter folgender Adresse zu erreichen: www.ztv-logistik.de/psievent



Die ztv lädt alle PSI Mitglieder am 27. September zu ihrem Hauptstandort in Krefeld ein, um die Vorteile professioneller Werbemittellogistik zu demonstrieren.

BENEFIZ-LAUF

ZTV MACHT TEMPO

Bewegung und Schnelligkeit gestalten den Arbeitsalltag des Logistikdienstleisters und PSI Partners ztv rund um die Uhr. Am 5. Juli ging es für das ztv-Team allerdings nicht darum, die Produkte der Kunden schnellstmöglich von A nach B zu bewegen, sondern sich selbst mit bestem Tempo ins Ziel des RUN&FUN Firmenlaufs in Krefeld zu bringen. Unterstützt wird mit der Veranstaltung der Verein krebskranker Kinder e.V. Krefeld. Zehn motivierte Kollegen aus dem Kreis der Belegschaft formierten sich schließlich zur ztv-Lauftruppe und absolvierten die fünf Kilometer Distanz mit durchweg hervorragenden Ergebnissen. Insgesamt nahmen circa 1400 Läufer aus 110 Firmen am Benefiz-Lauf teil. Die schnellste ztv-Kollegin war Jacqueline Maibaum auf Platz 74 von 395 mit einer Laufzeit von 30:48 Minuten. Der schnellste Kollege, Steffen Drees, schaffte als 87ster von 667 die Strecke in 25:16 Minuten. Zurück blieben für alle ein gutes Gefühl und der Vorsatz, beim nächsten Lauf wieder dabei zu sein. www.ztv-logistik.de



Nicht nur in Sachen Werbemittellogistik, sondern auch beim Laufen gibt sich das ztv-Team äußerst sportlich.

GWW TREND

2016



© m:com / Sven Bratulic

Der Mannheimer Rosengarten, eine Jugendstilanlage aus dem frühen 20. Jahrhundert, ist die diesjährige Heimat der TREND.

TREND 2016

NEUER LOOK ZUM 30. GEBURTSTAG

Nach acht Jahren im Euromoda in Neuss zieht die vom GWW ausgerichtete TREND 2016, die in diesem Jahr ihren 30. Geburtstag feiert, um. Sie präsentiert sich am Freitag, 16. September, erstmals im Rosengarten in Mannheim und erstmals auch nur noch an einem Tag. Mit der kürzeren Dauer reagiert der GWW auf den Wunsch seiner Mitglieder.

Drei wesentliche Faktoren sprechen für die neue Location Rosengarten: zentrale Lage, beste Anbindungsmöglichkeiten und großzügige Ausstellerfläche. Neben dem neuen Veranstaltungsort gibt es noch eine weitere Änderung zu vermelden: Die TREND findet in diesem Jahr ausschließlich an einem Tag statt. Mit dieser Entscheidung trägt der GWW dem oft geäußerten Wunsch seiner Mitglieder Rechnung, die Dauer der Veranstaltung von zwei Tagen auf nur noch einen Tag zu verkürzen.

IDEEN, TRENDS, NEUHEITEN

Gut 120 Aussteller haben sich angesagt, um den rund 1.200 erwarteten Werbeartikelberatern ihre Ideen, Trends und Produktneuheiten für das Jahr 2017 zu präsentieren. Die TREND ist am 16. September 2016 von 9:00 bis 17:00 Uhr geöffnet. Der Vortag ist für den Standaufbau reserviert. Im Anschluss daran laden der GWW und die Aussteller interessierte Werbeartikelberater zu abwechslungsreichen Vorträgen ein. Diese Vorträge sind GWW-Mitgliedern vorbehalten und kostenfrei. Den

gemütlichen Ausklang des Tages wird ein Get-together bilden. Das Ticket für die Abendveranstaltung kostet 40 Euro. Der Eintritt zur Messe am 16. September ist für alle Werbeartikelhändler kostenfrei. Ein digitales Anmeldeformular zur Messe gibt es auf www.gww-trend.de. Industriekunden sind zur TREND 2016 nicht zugelassen.

HERVORRAGENDE NETWORKINGPLATTFORM

Der GWW betrachtet die TREND als „einen idealen Branchentreff, bei dem sich die Teilnehmer vollkommen auf die unterschiedlichen Produktneuheiten konzentrieren können.“ Ronald Eckert, Vorstandsmitglied des GWW und Inhaber von Döbler Werbemittel: „Die TREND gilt als wichtiger Einstieg in das nach wie vor starke Jahresendgeschäft. Auf der TREND besteht für jeden Berater die Möglichkeit, sich nochmals ausführlich über Highlights und Tops für seine Kunden zu informieren und mit umfangreichem Input seine Kunden passend zu beraten. Zudem bietet die TREND eine hervorragende Networkingplattform, die durch ihren familiären Charakter überzeugt und jenseits des Business interessante Gespräche und Gedankenaustausch untereinander ermöglicht. Prädikat: sehr zu empfehlen.“

WICHTIGE WEICHENSTELLUNGEN

Für Jürgen Geiger, Geiger-Notes AG und ebenfalls Vorstandsmitglied des GWW, ist die TREND „weit mehr als bloßes Pflichtprogramm. Deshalb bin ich jedes Jahr selbst dabei und schätze die Gespräche mit unseren Handelspartnern in einer durchaus geschäftsmäßigen, aber doch relaxten Atmosphäre. Neben den letzten Impulsen für das anstehende Weihnachtsgeschäft geht es dabei schon um wichtige Weichenstellungen für das folgende Jahr. Wir zeigen bereits erste Neuheiten und können die Resonanz unserer Partner bei der Vorbereitung der Verkaufsunterlagen noch berücksichtigen. Kurzum: Ich möchte die TREND keinesfalls missen und wer sie versäumt – sei es als Lieferant und Aussteller oder als Händler und Besucher – ist letztlich selber schuld.“ www.gww-trend.de <

GWW TREND



15. September 2016
ab 18:30 Uhr, Get-Together

16. September 2016
9:00 bis 17:00 Uhr, Ausstellung



Die GWW TREND hat Geburtstag - feiern Sie mit!
Kostenfreie Anmeldung unter
www.gww-trend.de



Congress Center Rosengarten Mannheim

Der Eintritt zur TREND 2016 ist einzig Fachbesuchern (Werbeartikel-Beratern) vorbehalten.
Der Besuch der Messe am 16. September 2016 ist für Werbeartikel-Berater kostenfrei.

Vorherige Anmeldung unter www.gww-trend.de erforderlich.



Der Standort bleibt erhalten: Das Senator Werk in Groß-Bieberau.

PERUSA PARTNERS ÜBERNIMMT

SENATOR IST VERKAUFT

Die Merz-Gruppe hat die Schreibgeräte-Tochter Senator an die Münchener Kapitalbeteiligungsgesellschaft Perusa Partners verkauft. Merz selbst will sich künftig ganz auf die globalen Geschäftsbereiche Pharma und Ästhetik konzentrieren.

Über 90 Jahre hat Merz die Fahne des Schreibgeräteanbieters Senator in der ungewöhnlichen Kombination mit Arzneimitteln gehalten. Das hat jetzt ein Ende. Der Standort Groß-Bieberau ist davon nicht betroffen, das ist mit den neuen Partnern vertraglich festgelegt.

KONSEQUENTER SCHRITT

Die Werbearbeitungsbranche betrifft dies auch, denn ein Teil von Senator hat sich traditionell dem Werbesektor verschrieben. Insider der Branche hatten schon länger vermutet, dass sich bei Merz was tut, denn der Bereich Schreibgeräte war von der personellen Führung her nicht mehr stabil und die Umsätze auch nicht. Trotzdem erzielte Senator mit rund 350 Mitarbeitern einen Umsatz von knapp 50 Millionen Euro. Michael Nick, einen der Gesellschafter von

Merz und Vorsitzender des Aufsichtsrats von Senator sagte zum Perusa-Deal: „Wir sind davon überzeugt, dass der Verkauf an Perusa der richtige Schritt für die langfristige Entwicklung von Senator ist.“ Im Merz-Konzern selbst spielte Senator mit knapp 5 Prozent vom Umsatz eine mehr und mehr unbedeutende Rolle. In ersten Reaktionen aus der Branche ist deshalb zu hören, dass der Schritt, der jetzt erfolgt ist, letztlich nur konsequent ist.

TURNAROUND

IST ERFOLGREICH INGELEITET

Die Perusa GmbH, der neue Inhaber von Senator, wurde 2007 gegründet. Perusa Gesellschafter beteiligen sich meist mit eigenem Geld neben den institutionellen Mitteln, so auch bei Senator. Daniel Jeschowski, der jetzt neben Dr. Ulf Osmer neu-

er Geschäftsführer in Groß-Bieberau ist, dürfte also auch persönlich engagiert sein. Der Fonds, in den Senator bei Perusa eingebracht wurde, läuft bis 2026. Das zeigt an, dass das Münchener Unternehmen seine Politik konsequent fortführt und ausbaut. Langfristige Investments sind der Kern des Unternehmens. Ein beispielhaftes Engagement ist die Mehrheitsbeteiligung von Perusa beim Motorradhelmhersteller Schubert im Jahr 2013. Das Unternehmen hatte man im Sinkflug abgefangen und den Umsatz von 60 auf 75 Millionen gesteigert und die Mitarbeiterzahl auf heute 400 gebracht. Schubert steht 2016 wieder glänzend da. Gute Aussichten also für Senator. Wobei die größte Leistung der ersten 100 Tage sein dürfte, das Unternehmen nach dem Verkauf in ruhigem Fahrwasser zu halten. Zuviel wurde bis Ende 2015 personell experimentiert und auch im Produktbereich hatte man hier und da in Sackgassen gesteuert. Wobei man sagen muss, dass Senator schon in der ersten Jahreshälfte 2016 auf einem sehr guten Weg aus der Krise war. Der Turnaround ist erfolgreich eingeleitet. Auf dem Weg nach oben steht allenfalls der Wettbewerb im Weg. Damit konnte Senator in seiner langen Geschichte aber immer sehr gut umgehen und sich einen Platz in der Spitze sichern. Auf der PSI im Januar 2017 wird man die „neue“ Senator GmbH dann hautnah kennenlernen können.

www.senator.com





trendfactory



THE RITUAL OF AYURVEDA

Ayurveda findet seinen Ursprung vor mehr als 5.000 Jahren in Indien. Diese jahrhundertealte Philosophie basiert auf der Wiederherstellung innerer Harmonie durch die alten Praktiken der Reinigung und Pflege von Körper und Geist. Finden Sie mit der Ayurveda-Kollektion zu innerer Harmonie und Ihre Schönheit wird noch natürlicher strahlen.



GWWTREND
2016

am 16. September
in den Mannheimer Rosengarten

Trendfactory ist für die Lieferung von RITUALS an Wiederverkäufer in der Werbemittelbranche zuständig.

tel: +31 252 622233 info@trendfactory.eu www.trendfactory.eu

POLYCONCEPT

CHARLESBANK CAPITAL PARTNERS ÜBERNIMMT

Polyconcept, die Muttergesellschaft von Polyconcept North America (PCNA) und PF Concept, wird von einer Investmentgruppe unter der Leitung von Charlesbank Capital Partners, LLC, übernommen. Das Kapital für diese Transaktion wird von Charlesbank, dem Management sowie einigen anderen Investoren bereitgestellt. Weitere Einzelheiten des Vertrages wurden nicht bekanntgegeben.

Die Übernahme durch die Charlesbank wird keine Änderungen im Management nach sich ziehen. Für alle Polyconcept Kunden weltweit gilt „business as usual“. Mit der Übernahme endet die elfjährige erfolgreiche Partnerschaft mit Investcorp. Der Erwerb von PF Concept in Europa und Leed's in den USA im Jahr 2005 begründete die Entstehung von Polyconcept. Vorbehaltlich der Erfüllung regulatorischer Anforderungen und anderer üblicher Vollzugsbedingungen wird die Transaktion voraussichtlich im dritten Quartal 2016 vollzogen werden. „Wir schließen ein erfolgreiches Kapitel mit Investcorp ab und sind dankbar für die langjährige Partnerschaft“, so Gene Colleran, Chief Executive Officer Polyconcept. „Wir freuen uns auf die neue Partnerschaft mit der Charlesbank, die auf eine lange Investmenttradition zurückblickt. Mit der finanziellen Unterstützung, der strategischen Beratung und dem bedeutenden Netzwerk der Charlesbank verfügen wir nun über alle Ressourcen, um künftig den Unternehmenswert beträchtlich zu steigern.“ „Charlesbank ist der ideale Partner für Polyconcept. Ich freue mich auf die Möglichkeiten, die sich uns mit Charlesbank bieten: Das Wachstum unseres Geschäfts sowie der Einsatz neuer Initiativen, die unsere Langzeitstrategie unterstützen“, sagt Ralf Oster, Chief Executive Officer PF Con-



cept Europe. „Wir rechnen damit, dass der Übergang sowohl für unsere Kunden als auch für unsere Mitarbeiter nahtlos ablaufen wird.“ Josh Klevens, der Geschäftsführer der Charlesbank, ist vor allem von der Wettbewerbsposition und der Vielfältigkeit von Polyconcept hinsichtlich seiner Kunden, Lieferanten, Preispositionierung sowie internationalen Standorte überzeugt. „Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit mit dem bisherigen Management“, so Klevens.

POLYCONCEPT

Polyconcept ist weltweit in über 100 Ländern aktiv. Mit Niederlassungen in den USA, Europa, Hong Kong, Kanada und China vertreibt das Unternehmen seine breite Auswahl an Werbe- und Geschenkartikeln an über 100.000 Unternehmen – vom kleinen Mittelständler bis hin zu global agierenden Konzernen – mit Hilfe eines dichten Netzwerkes von spezialisierten Werbeartikel-Distributeuren. www.polyconcept.com.

POLYCONCEPT NORTH AMERICA

Polyconcept North America (PCNA) ist eine hundertprozentige Tochter des Weltmarktführers Polyconcept. Das Unterneh-

men ist verantwortlich für die Marken Leed's, JournalBooks und Trimark Sportswear sowie die Bullet und Humphrey Ranges und vertreibt damit einige der erfolgreichsten Marken Nordamerikas. PCNA zeichnet sich durch einen erstklassigen Service aus und garantiert die höchsten Standards in Qualität und Zuverlässigkeit am Markt. www.pcna.com.

PF CONCEPT

PF Concept als bedeutender Anbieter von Werbe- und Geschenkartikeln in Europa verbindet eine breite Produktrange mit umfassenden europaweiten Services, die einen echten Mehrwert für Händler bedeuten. PF Concept ist die bevorzugte One-Stop-Vermarktungslösung für 9.200 Werbeartikelhändler in mehr als 60 Ländern. Das Headquarter in Roelofarendsveen nahe Amsterdam unterhält neun Verkaufsbüros in ganz Europa. www.pfconcept.com.

CHARLESBANK CAPITAL PARTNERS

Das in Boston und New York ansässige Kapitalunternehmen **Charlesbank Capital Partners** ist eine mittelständische private Beteiligungsgesellschaft, die ein Kapital von über 3,5 Mrd. US-Dollar verwaltet. Charlesbank konzentriert sich auf Management-Buy-Outs und Growth-Capital Finanzierungen. www.charlesbank.com. <



helping you succeed

PROTECT YOUR MONEY !



Cardguard sleeve is made to protect the credit card data against unauthorized access by hidden RFID card readers. Your money are safe. The product was successfully tested by research institute of AGH University of Science and Technology .

OTHER PRODUCTS

Badges



Sticky cleaners



Any shape badges



Camera blocker



Mobile rings



Fridge and flexi magnets



Mobile Card Pockets



Multistickers





ZUM DRITTEN MAL IN FOLGE

EMSA GEHÖRT ZU DEN TOP 100

Zum 23. Mal werden die TOP 100 ausgezeichnet, die innovativsten Unternehmen des deutschen Mittelstands. Nach 2014 und 2015 gehört die Emsa GmbH in diesem Jahr bereits zum dritten Mal in Folge zu dieser Innovationselite.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Emsdetten nahm zuvor an einem anspruchsvollen, wissenschaftlichen Auswahlprozess teil. Untersucht wurden das Innovationsmanagement und der Innovationserfolg. Der Mentor des Innovationswettbewerbs, Ranga Yogeshwar, ehrte den Top-Innovator im Rahmen des Deutschen Mittelstands-Summits am 24. Juni in Essen. Über 4.000 Unternehmen interessierten sich in diesem Jahr für eine Teilnahme an TOP 100. 366 von ihnen bewarben sich für die Qualifikationsrunde. Davon kamen 284 in die Finalrunde. 238 schafften schließlich den Sprung in die TOP 100 (maximal 100 in jeder der drei Größenklassen). Bewertet wurden die Unternehmen wieder von Prof. Dr. Nikolaus Franke und seinem Team vom Lehrstuhl für Entrepreneurship und Innovation der Wirt-

schaftsuniversität Wien. Der Mentor von TOP 100, der Wissenschaftsjournalist und TV-Moderator Ranga Yogeshwar, ist von der Qualität der Unternehmen beeindruckt und hofft auf eine Signalwirkung: „Die Art und Weise, wie die TOP 100 neue Ideen generieren und aus ihnen wegweisende Produkte und Dienstleistungen entwickeln, ist im wahrsten Sinne des Wortes bemerkenswert. Ich freue mich deshalb, dass die Auszeichnung diese Qualitäten sichtbar macht. Hoffentlich ermuntert ihr Erfolg andere Unternehmen, es ihnen gleichzutun.“

MODERNISIERUNG UND NEUSTRUKTURIERUNG

Emsa gehört mit seinen deutschlandweit mehr als 400 Beschäftigten sowohl national als auch international zu den bedeutenden Herstellern von Haushaltswaren und Gartenartikeln. Im Innovationswettbewerb

Mentor Ranga Yogeshwar überreicht Emsa zum dritten Mal in Folge die „TOP 100“-Auszeichnung: v. l. Sebastian Moebus (Emsa Geschäftsführung), Ranga Yogeshwar, Dr. Klaus Flacke (Emsa Geschäftsführung) und Max Harrysson (Emsa Geschäftsführung).

Bild: KD Busch/compamedia

überzeugte das 1949 gegründete Unternehmen erneut mit seinem intelligenten Marketing und frischen Innovationsprozessen. Um diese Bereiche noch weiter voran zu treiben, hat das Unternehmen viel in die Modernisierung und Neustrukturierung des Hauptstandorts Emsdetten investiert. „Unser klarer Fokus auf Innovationsmanagement hat uns entscheidend vorangebracht“, erklärt Geschäftsführer Dr. Klaus Flacke. Projektteams recherchieren Ideen in der Vorentwicklungsphase und diskutieren sie anschließend fair. „Wir entscheiden demokratisch – eine Idee wird verwirklicht, wenn die Mehrheit von ihr überzeugt ist“, so Flacke.

STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT MIT SEB

Der Spezialist für Haushalts- und Gartenprodukte aus Emsdetten gehört fortan zum französischen Weltkonzern SEB. Durch die strategische Partnerschaft mit SEB möchte Emsa seine Wachstumsgeschichte im dynamischen, globalisierten Umfeld fortsetzen. Zur Groupe SEB, die fast 4,8 Milliarden Euro Jahresumsatz erwirtschaftet, zählen bekannte Marken wie Krups, Rowenta, Tefal, Moulinex oder Supor.

EMSA NUTZT SOZIALE MEDIEN

Zur Vermarktung der Produkte nutzt Emsa auch die sozialen Medien. Das Unternehmen hat sich eine starke Onlinecommunity aufgebaut, bei der die Kunden nicht nur Käufer sondern auch Fans sind. „Die Kommentare sind direkt und unverfälscht“, erläutert Marketingleiterin Daniela Heisig. „Sie erlauben uns eindeutige Rückschlüsse darauf, was unseren Kunden gefällt und was nicht. Wir nehmen uns jeden Kommentar zu Herzen und konnten so unsere Produkte entscheidend verbessern.“

www.emsa.de



Brilliant British-made Promotions!

Huge range of stylish products to suit your needs.



Buying British helps to support the UK economy.

Products from as little as €0.13 each

Brilliant quality products for durable promotions.



Buy from a Briman member for quality, reliability & British manufacturing.



Bunte Produktvielfalt, interessierte Kunden, professionelle Beratung: dies alles gab's bei der Hausmesse von Parzellers Werbemittel zur Genüge.



Auch diese Hausveranstaltung erregte überregionales Interesse. Der am weitesten angereiste Besucher kam aus Bonn nach Osthessen.

PARZELLERS WERBEMITTEL

HAUSMESSE MIT POTENZIAL

Ein seit langem etablierter und bei den Kunden gern wahrgenommener Termin ist die Hauspräsentation des Unternehmens Parzellers Werbemittel. Die im osthessischen Fulda ansässigen Spezialisten zeigten zusammen mit 22 Lieferantenpartnern aktuelle Erzeugnisse des wirkungsstärksten Werbemediums.

Erneut hatten Geschäftsführer Rainer Klitsch und sein Team ihre Gäste in die bereits im vergangenen Jahr sehr gut angenommene Event-Location im 3G-Kompetenzzentrum eingeladen, gelegen in einem verkehrstechnisch bestens angebundenes Gewerbegebiet im Westen Fuldas. Hier bot sich in hellen, atmosphärisch schönen Räumen auch genügend Platz für die Neuheiten und bewährten Artikel aus dem Sortiment der Aussteller, deren ausgewogene Mischung

die bunte Fülle und große Variationsbreite haptischer Werbung gelungen wie attraktiv zur Geltung brachte. Auch diesmal präsentierte Parzellers seinen Kunden fast durchweg andere Hersteller und Lieferanten als im Vorjahr und achtete dabei auch auf einen wohlhabend gemischten Produkte-Mix. Damit war auch bei der 16. Hausmesse Abwechslung bereits vorprogrammiert und wurde von den Kunden auch mit großem Interesse aufgenommen.

SEHR GUTE BESUCHERFREQUENZ

Schon am Vormittag hatten das 10-köpfige Parzellers-Team und die ausstellenden Partner alle Hände voll zu tun. So war es nach Auskunft Rainer Klitschs in den ersten Stunden der Hausmesse bereits „richtig voll“. 108 Firmen hatten sich vorangemeldet und bis zum Mittag waren zusätzlich schon einige unangemeldete Vertreter werbender Unternehmen erschienen, die sich alle viel Zeit zur Sichtung des An-

gebots ließen. Den Gästen bot sich neben interessanten Produkten und damit verbundenen Werbeideen auch ein wiederum ausgesuchtes Catering mit schmackhaften Petitessen.

**ÜBERREGIONALES
KUNDENSPEKTRUM**

Dass die Attraktivität der Dienstleistungen und des Angebots von Parzellers Werbemittel überregionale Wirkung hat, zeigt sich im Kundenspektrum der Werbeartikelallrounder, das sich bundesweit erstreckt und über das erfolgversprechende Shopsystem der neuen Homepage sogar schon Neukunden bis Wien anspricht. Ergänzend zum umfassenden Servicepaket, das Parzellers bietet, nutzt das Unternehmen auch die Newsweek des GWW, um auf Kunden zuzugehen. In diesem Jahr nahm man als Händlerpartner mit Countern in Frankfurt und Hamburg an der Newsweek teil. „Die Basis, auf der wir stehen, bildet sich allerdings aus den vielen mittelständischen Firmen und Be-

trieben aus der Region, darunter die zahlreichen treuen Kunden, die dem Angebot von Parzellers Werbemittel schon jahrelang vertrauen, weil sie wissen, dass sie gut bedient werden“, betont Rainer Klitsch, der auf eine weiterhin positive Entwicklung seines Unternehmens blicken kann.

**WERBEARTIKEL WERDEN
IMMER BELIEBTER**

„Das Geschäft hat sich auch im vergangenen Jahr gut entwickelt. Meiner Einschätzung nach hat der Werbeartikel nichts von seiner Bedeutung verloren, sondern wird eher noch verstärkt wahrgenommen. Die werbende Wirtschaft erkennt den bleibenden Wert qualitativ gute und nachhaltig produzierter Werbeprodukte immer mehr“, so Klitsch der auch im laufenden Jahr ein leichtes Wachstum verzeichnen kann. „Wir können sehr zufrieden sein, denn wir sind auf einem sehr guten Stand“, lautet seine Zwischenbilanz.

www.parzellerswerbemittel.de



Viele der Parzellers-Kunden freuen sich auf den jährlichen Messtag.

RAINER KLITSCH IM GESPRÄCH

„FÜLLE VON ANFRAGEN“

Zur diesjährigen Hausmesse unterhielten wir uns mit Parzellers-Geschäftsführer Rainer Klitsch.

Herr Klitsch, wie war Ihr Eindruck von Ihrer diesjährigen Hausmesse?

Wie in den vergangenen Jahren hatten wir einen spannenden Messtag mit regem Besucherandrang. 186 Personen aus 113 Unternehmen besuchten unsere Hausmesse, darunter auch einige Neukunden, was uns besonders freut. Viele unserer Kunden freuen sich auf den jährlichen Messtag um sich hier in entspannter Atmosphäre persönlich viele Anregungen für ihren Werbemittelsatz zu holen. Die persönliche Begegnung mit den Kunden ist sehr wertvoll. Unsere Aussteller zeigten sich hochzufrieden und nahmen eine Fülle von interessanten Anfragen mit.

Können Sie Produktrends für dieses Jahr erkennen?

Nach wie vor spielen USB-Artikel und Textilien eine große Rolle. Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt spürbar an Bedeutung.

Wie schätzen Sie die derzeitige Lage des Werbeartikelmarktes ein? Und wie ist die Stimmung auf Seiten der Industriekunden?

Die Stimmung in der Kundschaft ist positiv, die Wirtschaftslage gut und der Werbeartikel steigt nach wie vor im Stellenwert des Marketing-Mixes. Alles gute Voraussetzungen für ein weiteres gutes Werbemittel-Jahr.

Haben Sie mit Ihrem Unternehmen konkrete Pläne oder Ideen, die Sie in diesem Jahr – oder künftig – umsetzen möchten?



Geschäftsführer Rainer Klitsch war mit dem Ergebnis der Hausveranstaltung sehr zufrieden.

Wir setzen nach wie vor auf gute persönliche Beratung. Natürlich verkaufen wir auch über unsere Homepage, aber es kann nicht unser Ziel sein unseren Service auf ein Medium herunterzufahren, das dem Kunden die ganze Verantwortung gibt und den Händler zum ausführenden Organ macht. Das wird uns auf die Dauer überflüssig machen. Da wir bundesweit agieren, suchen wir derzeit einen weiteren Verkäufer für den Bereich Norddeutschland.



In kleinen Gruppen wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops durch die Produktionsstätte geführt.



Ein fertiges Produkt - bereit für die Auslieferung.

WORKSHOP BEI GEIGER-NOTES

AUF DEM WEG ZUM NOTIZBUCH

Ein Notizbuch ist ein komplexes Produkt mit einem vielstufigen Produktionsprozess. Grund genug für den Notizbuch-Profi Geiger-Notes, einen Workshop für interessierte Werbeartikelhändler abzuhalten und die Entstehung eines Notizbuches zu zeigen. „Wie werde ich Notizbuch-Profi?“ hieß es an der Produktionsstätte von Geiger-Notes in Mainz-Kastel. Zahlreiche Teilnehmerinnen und Teilnehmer ließen sich diese Frage gern und kompetent beantworten.

Das Notizbuch ist auf dem Vormarsch“, war einer der ersten Sätze von Dirk Mroczek, Leitung Verkauf bei Geiger-Notes, in seinem Vortrag „Business-Notizbücher als Werbeartikel“. Trotz Digitalisierung boome das Handschriftliche seit Jahren. Und ein Ende ist nicht absehbar. „Studien belegen, dass Notizbücher im Schnitt zweimal täglich genutzt werden – doppelt so häufig wie der Werbeartikel im Durchschnitt“, verriet Mroczek. Die

große Beliebtheit dieses Artikels schlägt sich bei Geiger-Notes in einer deutlichen Zahl nieder: Notizbücher haben einen Anteil von 20 Prozent am unternehmenseigenen Gesamtumsatz. Kein Wunder, handelt es sich doch um ein stark wachsendes Produkt-Segment mit hoher Innovationsquote. Neue Veredelungsmöglichkeiten und Materialien machen es möglich. Bleibt die Frage: Was macht ein Notizbuch zu einem Business-Notizbuch?

Auch diese Frage ließ der Verkaufsleiter von Geiger-Notes nicht unbeantwortet: modernes Design, hochwertige Ausstattung mit praktischen Features für den Büroalltag und nicht zuletzt Qualität „Made in Germany“. Besonders funktional wird das Business-Notizbuch, wenn es mit einem Kalender kombiniert zu einem echten Hybrid-Timer wird. Und der, erläuterte Mroczek weiter, erfahre im Markt eine hohe Akzeptanz.



Aus einer spitzen eine runde Ecke machen. Dank moderner Technik kein Problem.

EIN SCHNITTIGER SCHNITT

Ein Business-Notizbuch lebt jedoch auch von weiteren Extras, etwa dem Color- und Motiv-Farbschnitt. Während beim Color-Farbschnitt die Buchkanten in individueller Wunschfarbe bedruckt werden, können beim Motiv-Farbschnitt die Buchkanten mit Logos, Bildern oder auch Texten bedruckt werden. Mit dem Motiv-Farbschnitt bietet Geiger-Notes nach eigenen Angaben eine Neuheit. Ein neuer Artikel, der sich zudem seit Anfang 2016 im Sortiment befindet, ist das CI-Book: ein Premium-Notizbuch im „Baukasten-System“, bei dem Einband, Gummi-Verschluss, Gummi-Stiftschlaufe, Color-Farbschnitt und viele weitere Optionen frei gewählt werden können.

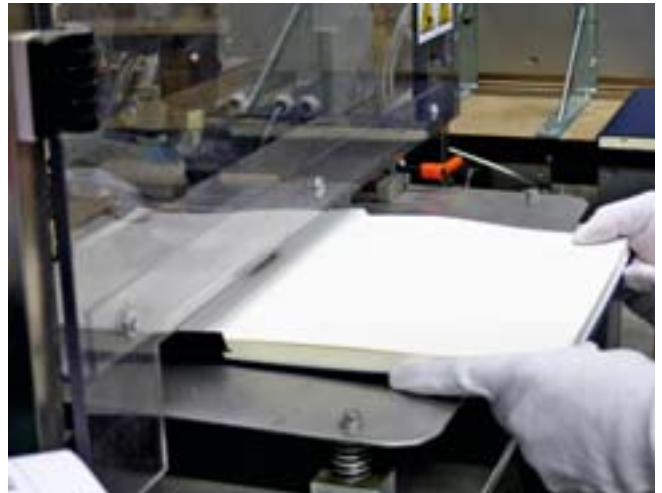
**DIE KLEINEN DETAILS
EINES NOTIZBUCHES**

Mit dem Wissen um die Bedeutung des Business-Notizbuches als Werbeartikel ging es im nächsten Schritt des Workshops um die Entstehung eines Business-Notizbuches. Bevor die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops zu einer rund 90-minütigen Besichtigung der Produktionsstätte aufbrachen und praktisch die Entstehung eines Notizbuches miterleben konnten, führten Ralph Tomm, Leiter Zentrales Auftragsmanagement, und Mario Strauss, Teamleiter des Buchbereichs, in die Theorie ein. Nach einem kurzen

Abriss darüber, dass das Material der Notizbücher „durch und durch FSC-zertifiziert“ sei, über die im siebenstelligen Bereich vorzuhaltenden Bögen Papier, bis hin zur Buchblock-Fertigung, ging es an den theoretischen Ablauf. So erfuhr man unter anderem, dass eine Kaschierung wichtig ist, um den Druck vor Austrocknen oder Kratzern zu schützen, wann der Schnellschneider zum Einsatz kommt und welche Bezugsstoffe auf Format geschnitten werden, wann und warum aus spitzen Ecken runde werden oder etwa, dass ein Notizbuch seinen Weg über die Einhängestraße (übrigens der größten Maschine) nimmt, damit der Buchblock ordnungsgemäß in die Buchdecke eingehängt werden kann.

VON DER THEORIE ZUR PRAXIS

Das theoretische Wissen im Hinterkopf ging es unter fachkundiger Begleitung Schritt für Schritt durch die Produktion. Matthias Seltmann, Abteilungsleiter technische Auftragssteuerung, führte die interessierten Besucher mit jeder Menge Know-how durch



Zwar nicht mit Samt-, aber dennoch mit Handschuhen wird bei diesem Arbeitsschritt das entstehende Notizbuch angepackt.

die Produktionsstätte und erläuterte die einzelnen Herstellungsstufen. Dank der professionellen Einführung und Einstimmung am Vormittag war der Wiedererkennungseffekt der jeweiligen Produktionsschritte sehr groß. So war zu sehen, wie auf dem Schnellschneider die Papiere zurechtgeschnitten und auf Format geschnittene Bezugsstoffe weiterverarbeitet werden. Es ging vorbei an der Einhängestraße, an der miterleben war, wie die Vielzahl vorgehaltener Buchblöcke in die Buchdecke eingehängt wird. Auch konnte an der Pressstation nachvollzogen werden, wie letztlich Buchblock und Buchdecke zusammengepresst werden und eine Falzung erhalten, damit die Buchdecke besser auf- und zugeklappt werden kann. Es war zu sehen, dass das Aufbringen der Gummi-Stiftschlaufe noch mit echter, präziser Handarbeit beim Anlegen des Notizbuches verbunden ist. Als besonderes Bonbon und als Erinnerung an den Tag, an dem sie Notizbuch-Profi wurden, ließen sich einige Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihr ganz persönliches Notizbuch mit ihrem Namen prägen. <



Echt einprägsam: Der Buchdeckel erhält eine individuelle Prägung.



PAPIER, VERPACKUNG, VEREDELUNG SCHÖN UMHÜLLT

„Verhüllung ist Verheißung“, sagt der Künstler Christo – und umschreibt damit auch den Sinn schöner Verpackungen von schönen Dingen. Genau darum geht es auch beim Outfit von Werbegaben, deren attraktive Schale auf einen ebensolchen Kern verweist: das „Drum und Dran“ als Appetizer aufs „Drin“.

Der Wert einer gestalteten Verpackung sagt viel aus über den Inhalt wie auch den Adressaten. Denn nützliche wie schöne (Werbe-)Dinge werden durch eine passende Präsentation ins rechte Licht gerückt und damit noch attraktiver. Industriell gefertigte Warenverpackungen begleiten schon seit etwa 200 Jahren auf praktische, spielerische und verführerische Art fast jedes Produkt. Dabei sind sie oft zu echten Kunstwerken gereift, die Designgeschichte schrieben und das Kaufverhalten wesentlich beeinflussten. Die gezielt angebrachte, lösbare Umhüllung fungiert dabei oft als zweites Gesicht des darinnen verborgenen, geschützten Produkts. In dieser Weise wertet die Verpackung einen Gegenstand optisch auf, um dem Empfänger der verpackten Werbegabe seine Wertschätzung auszudrücken. So wächst die Verpackung über die bloße Funktion von Beiwerk hinaus und vermittelt häufig den ersten und entscheidenden Eindruck. Die Werbeartikelbranche gibt mit ihren von Design und Zeitgeist geprägten Hüllen zahlreiche Beispiele für die wirkungsstarke Wechselwirkung von Verpackung, Inhalt und der entsprechenden Veredelung beider. <



DOMING IM QUADRAT

Bei Mahlwerck Porzellan hat man das Doming auf Porzellan weiterentwickelt: Dreidimensionales Branding ist nun auf fast allen Mahlwerck-Bechern und -Tassen möglich. Ein besonders edler Look ergibt sich durch die Integration des Doming in die Oberfläche. Interessant dabei ist vor allem die Verwendung fotorealistischer Motive bei geringen Druckkosten sowie der sehr wertige Eindruck. Das neue Doming2 kann mit allen geradlinigen Mahlwerck-Bechern und -Tassen verwendet werden. Die Form des dreidimensionalen Doming-Elements ist nicht auf ein Quadrat beschränkt, sondern kann individuell gestaltet werden. Das neue Doming2 ist bereits ab 150 Stück erhältlich.

PSI 44833 • Mahlwerck Porzellan GmbH • Tel +49 8031 274724
martin.hauer@mahlwerck.de • www.mahlwerck.de



GEDÄCHTNIS AUF PAPIER

Mit der neuen Red Pepper Reisemappe mit integriertem Notizblock in DIN A5 von Troika hat der Anwender alles dabei, was der Manager, der Handwerker oder der Organisator einer privaten Feier benötigt. Die PU/Leder-Mappe mit glänzend verchromtem Metallclip für Belege bietet zudem acht Kartenfächer, einen Magnetverschluss, einen Kugelschreiber und einen Eingabestift. Sie ist im Meeting und unterwegs immer zur Hand und sorgt für Übersicht und Ordnung. Werbeanbringungen sind per Druck und Gravur auf der Metallklammer und per Druck auf dem Leder möglich. Die Gravur ist ab 100 Stück kostenlos.

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

PROMO-MATTEN ZUM STAUNEN!

Vom Event mit Rotem Teppich bis zum Glanzauftritt am PoS – unsere Promotion-Matten in bester Druckqualität ziehen alle Augen auf sich. Mit Brillanz und Intensität rücken Sie Ihre Marke ins optimale Licht. Neugierig? Für jeden Anlass die perfekte Matte finden Sie auf www.promotion-mats.eu

KLEEN-TEX

PROMOTION MATS

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



GLANZVOLLER AUFTRITT

Beim terminic Tischkalender quadro mit vier Monaten in der Übersicht ist die Werbung wie unter Glas geschützt und entspricht auch am letzten Tag des Jahres „glanzvoll“ dem Niveau des Hauses. Es stehen standardmäßig drei Kalendarien mit Viermonatsansicht zur Auswahl. Der Kalenderteil des Tischaufstellkalenders ist jedes Jahr preisgünstig nachzurüsten. Das entlastet das Werbebudget in den Folgejahren. Lieferbar ist der Kalender in deutscher Version mit den Feiertagen D-A-CH oder in Englisch ohne Feiertage. Das Kalendarium ist durch Klarsichtfolie mit rotem, verschiebbarem Datumsweiser auf einer Klarsichtschiene geschützt.

PSI 41308 • terminic GmbH • Tel +49 421 871450
 info@terminic.de • www.terminic.de



DIE KUNST DES STORY TELLING

In der überfüllten Welt von heute ist es nicht notwendigerweise das Produkt oder der Service, mit dem sich ein Unternehmen von anderen abhebt, sondern seine Geschichte. Mit Moleskine nutzen Kunden die Kunst des Story Telling in Verbindung mit einer weltweit bekannten Marke, deren Mission auf Inklusivität, Kreativität und Ausdruckskraft beruht. Durch intensive Online-Aktivitäten, umfassende Medienpräsenz und den stetigen Ausbau eigener Flagship-Stores hält Moleskine in über 100 Ländern dieses starke Markenbewusstsein aufrecht. Individuell gestaltete Notizbücher, Kalender, Stifte, Taschen sowie Smartphone- und Tablet Cases werden so bereits ab zehn Stück zu herausragenden Instrumenten für kreative Marken- und Unternehmenskommunikation. Von der Anbringung eines Logos, über Inhalt im Vorsatz, auf der Papierbanderole und Einlegern bis hin zu passenden Verpackungen gibt es vielfältige Möglichkeiten, um eine Geschichte mit Moleskine als zuverlässigem Reisebegleiter für die jeweilige Marke und deren Werte zu erzählen.

PSI 48679 • Moleskine • Distribution D-A-CH: Exclusive Gifts B2B GmbH • Tel +49 40 6094599-00
 moleskine@exclusive-gifts.com • www.exclusive-gifts.com

- ANZEIGE -

PSI 10.-12. Januar
 Düsseldorf 2017
 Die Europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

Jetzt Ticket buchen!

Ab sofort können als Besucher registrierte PSI Händler ihre Industriekunden zur PSI einladen.

Reed Exhibitions www.psi-messe.com/tickets

IHR ADVENTSKALENDER SPEZIALIST

*Werbewirkung
schmeckt!*



Give away Collection

NEU

Jeder „Kleinste
(Advents-)Kalender der Welt“
ein Unikat!



Pulmoll



**A5-SCHOKO-
ADVENTSKALENDER**



**SPORT-SCHOKO-
ADVENTSKALENDER**

NEU



**CLASSIC-SCHOKO-
ADVENTSKALENDER**



**A5-COVER-
ADVENTSKALENDER**

NEU



**PRALINÉ-
ADVENTSKALENDER**

NEU



**PREMIUM PRÄSENT
ADVENTSKALENDER**





ÜBER 20 NEUHEITEN IM ADVENT

Individuell bedruckte Adventskalender zählen zu den beliebtesten Werbemitteln in der Weihnachtszeit. Im Vordergrund stehen bei den Adventskalender-Experten von CD-Lux Verarbeitungsqualität auf Top-Niveau, die Füllung mit Premium-Markenschokolade von Lindt, Sarotti, Milka, Toblerone oder Ritter Sport sowie ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis. Das ohnehin schon breit gefächerte Sortiment wird 2016 um über 20 Neuheiten ergänzt. Zum Beispiel durch die Pyramide „RitterSport“, den formschönen Adventskalender „Desktop“, einen Adventskalender in runder Form oder das neue „Tea-House“ – um nur einige zu nennen. Muster und neutrale Händlerkataloge können ab sofort bei CD-Lux angefordert werden.

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

WÄRME ENTFACHEN

Kaminzündhölzer sind Klassiker in der kalten Jahreszeit. Das Unternehmen AS bietet seit mehr als zwei Jahrzehnten ein großes Sortiment an Werbezündhölzern zu günstigen Preisen. Besonders zur Weihnachtszeit eignen sich Langhölzer für Kerzen, Kamin, Adventskranz oder Weihnachtsbaum. Die Mindestabnahmemenge beträgt 1.000 Stück, individuell bedruckt. Es stehen Langhölzer in den Größen von 7,5, 10 und 17,5 Zentimetern zur Verfügung. AS garantiert eine „kurze Lieferzeit“. In Kürze sind auch Weihnachtskalender mit 24 Kondomen und Weihnachtsteekalender verfügbar. AS versendet gerne auch Muster.

PSI 42676 • AS Advertising Support Werbeträger Vertriebs GmbH
Tel +49 4104 9198356
info@as-advertising.de • www.as-advertising.de



KREATIVZEIT FÜR DIE GROSSEN

Seit einiger Zeit gibt es einen Trend, der immer mehr an Fahrt gewinnt: das Ausmalen von Malbüchern – aber nicht durch Kinder, sondern durch Erwachsene. Das Stabilo Ausmal-Set „Kreative Auszeit“ bietet Erwachsenen die Möglichkeit, sich beim Ausmalen künstlerischer Motive mit einer großen Auswahl an Farben des Fineliners Stabilo point 88 zu entspannen. Angeboten werden die 15 beliebten Fineliner im Etui zusammen mit dem Malbuch in einer attraktiven Geschenkverpackung aus Karton. Eine Individualisierung der Geschenk-Sets ist durch eine Banderole möglich. Erhältlich ist das Ausmal-Set „Kreative Auszeit“ bereits ab 20 Stück mit Banderole mit Feld für persönliche und handschriftliche Botschaften oder auf Anfrage im individuellen Kundendesign.

PSI 43287 • Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG
Tel +49 911 56734-55 (Sales Germany) • Tel +49 911 56734-65 (International Sales)
service@stabilo-promotion.com • www.stabilo-promotion.com





NACHHALTIGE VERPACKUNGALTERNATIVE

Papiertragetaschen mit einem hohen Recyclingpapieranteil von 80 Prozent sind eine nachhaltige Alternative zu ungeliebten Plastiktüten. Bei Bionatic hat man das erkannt und versieht diese Taschen mit einer trendigen Kraft-Optik. Die Tragetaschen sind besonders robust und reißfest verarbeitet und standardmäßig in Weiß erhältlich. Ab einer Auflage von 1.000 Stück sind sie nachträglich bedruckbar und ab 5.000 Stück gibt es die besonders kostengünstige Ab-Werk-Bedruckung mit bis zu 100 Prozent Farbabdeckung. Die Taschen gibt es in diversen Größen und Varianten, zudem sind sie natürlich mehrfach verwendbar für eine lange Werbewirkung.

**PSI 49169 • Bionatic GmbH & Co. KG • Tel +49 421 24687870
greenbox@bionatic.de • www.biologischverpacken.de**



EIN TRENDSET IN GRÜN

Ein absolutes Trendset ist der „Minzling“ von Kundenpflege Wellness & Care. In der originellen Papiertüte verpackt sind eine Flasche Duschgel (170 ml) und eine Tube Bodylotion (100 ml). Beides duftet erfrischend nach grünem Tee und Minze. In Kombination mit dem unschlagbaren Preis ist dieses Set ein absoluter Renner, heißt es beim Lieferanten. Veredelt werden kann das Set mit einem individuell bedruckten Etikett.

**PSI 46887 • Kundenpflege Wellness & Care GmbH & Co. KG • Tel +49 6541 812950
info@kunden-pflege.de • www.kunden-pflege.de**



VICTORINOX



DER LANGZEIT- WERBETRÄGER

**EvoWood S557
19 Funktionen, 85 mm, Swiss Made**

b2b.ch@victorinox.com
Tel: +41 41 81 81 211



ESTABLISHED 1884



WEIHNACHTSMANN FÜR ALLE FÄLLE

Der Mann für alle Fälle in der Vorweihnachtszeit ist der edle Lindt Weihnachtsmann aus feiner Vollmilchschokolade von Jung. Zwei Größen stehen ab sofort neu im Weihnachtssortiment zur Verfügung: die Variante mit etwa 40 Gramm und einer Höhe von 10 Zentimetern und die kleinere Variante mit etwa 10 Gramm Gewicht und der Höhe von 6 Zentimetern. Die beiden süßen Botschafter stehen in einem komplett vierfarbig individualisierbaren Werbe-Display und schaffen so tolle Möglichkeiten der Kommunikation am PoS, auf Events, als Mitbringsel für den Außendienst oder auch als kleine Aufmerksamkeit für die Mitarbeiter.

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



ROLLENDE WERBUNG MOBILISIERT

Die Expobox ist ein Klassiker, für den sich jetzt die Frankfurter Werbemittelprofils von Markenraum die exklusiven Vertriebsrechte in der D-A-CH-Region gesichert haben. Der Messe-Trolley wird von Messeausstellern und Besuchern gleichermaßen geschätzt. Die mobile Transportbox für Werbematerial oder Musterware ist praktisch, originell und hoch werbewirksam. Es gibt sie in unterschiedlichen Größen mit jeweils drei Gestell-Varianten. Hochwertige Materialien ermöglichen eine Tragkraft bis 20 Kilogramm. Als Umverpackung ist die Expobox auch für Promotion-Zwecke einsetzbar. Zum Beispiel als bequeme Transportbox für Weinflaschen.

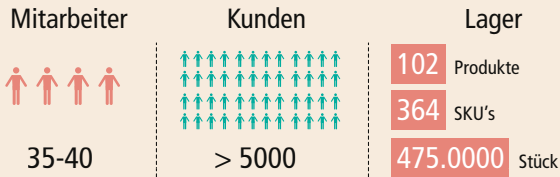
PSI 15107 • Markenraum GmbH • Tel +49 69 949459261
huellen@markenraum.eu • www.markenraum.eu



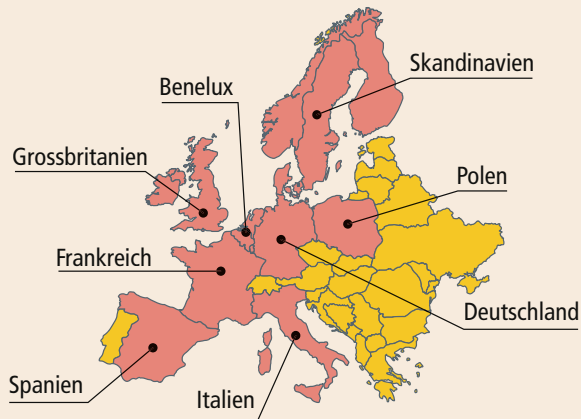
THE
PREMIUM
DESIGN
COMPANY

PSL ist ein weltweiter Lieferant von Werbegeschenken und ein Spezialist auf dem Gebiet des Premium Designs. Unser Assortiment hat eine komplett eigene Identität und das verdanken wir unserem eigenen Design Label.

FIRMENINFORMATION

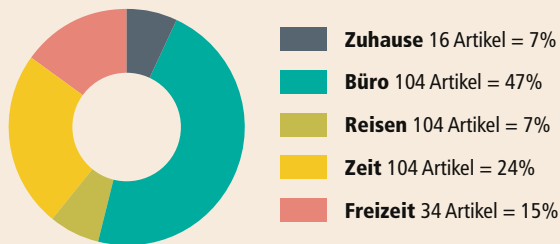


STANDORTE



Aktiv in > 30 Ländern

PRODUKTE



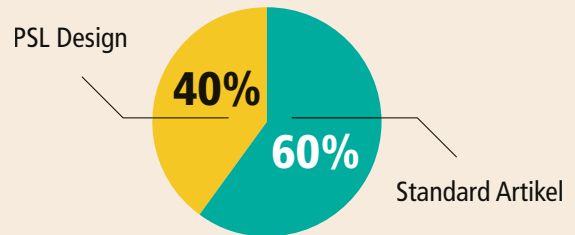
SOZIALE VERANTWORTUNG

PSL
ist
SEDEX
Mitglied

80% unserer Artikel werden in Fabriken mit Smeta 4 Pillar Zertifizierung hergestellt.

Unser Lager in Deutschland ist Sedex Smeta 4 Pillar Zertifiziert.

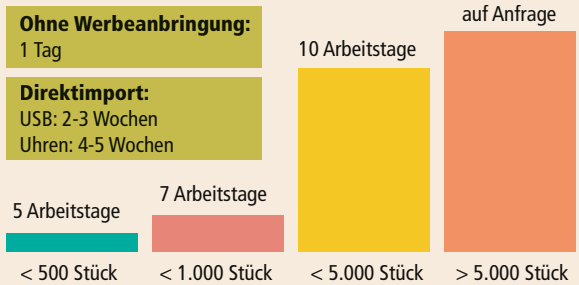
DESIGN



LEIDENSCHAFT

FARBEN **ERFINDER**
DESIGN **INNOVATIVE**
GADGETS **SPASS** SOZIALES ENGAGEMENT
PERSONLICH **VERBINDEN**

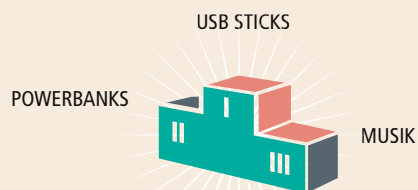
LIEFERZEIT



INTERNET

- ✓ pslworld.com
- ✓ Veredelung
- ✓ Downloads
- ✓ Produktspezifikationen
- ✓ Lieferzeiten
- ✓ Standskizzen
- ✓ Preise
- ✓ Lagerbestände
- ✓ Angebote

BESTSELLER



FÜR WEITERE INFORMATIONEN BESUCHEN SIE UNSERE WEBSITE WWW.PSLWORLD.COM



STEINPAPIER MIT SANFTER HAPTİK

Steinpapier ist eine nachhaltige Entwicklung und steht für den respektvollen Umgang mit unserem Planeten. JH Innovations bietet dieses Papier, das wegen seiner samtigen Haptik geschätzt wird, als Grundlage für Werbedrucke und Werbeartikel wie Tragetaschen, Türanhänger, Visitenkarten, Broschüren und vieles mehr an. Durch die Verwendung von Mineralstaub (Calciumcarbonat, CaCO₃), gemischt mit einem kleinen Anteil von ungiftigem HDPE, ist Steinpapier im Gegensatz zu herkömmlichem Papier komplett holzfrei. Bei der Herstellung werden weder Wasser noch Bleichmittel verwendet.

PSI 48291 • JH Innovations GmbH • Tel +49 621 7481466

info@jh-innovations.de • www.jh-innovations.de

TASCHEN AUS FLASCHEN

Einweg kann einpacken, sagt man bei Chicobag, denn: Ein nachhaltiger Lebensstil braucht attraktive und praktische Produkte, die den Alltag bereichern und dabei etwas für die Umwelt tun. Daher sollen jetzt Taschen aus recycelten PET-Flaschen den Verbrauch von umweltschädlichen Einweg-Plastiktüten verringern. Die VeggieBag-Kollektion ist die Lösung für den Obst- und Gemüsekauf ohne Plastikverschwendung. Mit fair und nachhaltig produzierten Taschen mit integrierter Hülle und Karabinerhaken geht man bei Chicobag aktiv gegen die Einwegmentalität an.

PSI 49188 • Nawoli GmbH • Tel +49 176 57767384

info@chicobag.de • www.chicobag.de



STECKFIGUREN PER POST

Diese besonderen Karten der emotion factory sorgen als Grußkarten mit Weihnachtswünschen für höchste Aufmerksamkeit. Der lustige Weihnachtsmann zum Stecken aus Filz und Holz, der in der Karte plano eingelegt ist, wird mit wenigen Handgriffen zum dekorativen und stimmungsvollen Blickfang auf dem Schreibtisch. In der Steckfiguren-Kartenfamilie sind die Figuren Baum, Stern, Elch, Engel und Schaukelpferd sowie zwei neue Motive Schneemann und Lebkuchen-Mann lieferbar. Die Karte ist komplett individuell gestaltbar und bietet viel Platz für Werbung und Grüße.

PSI 41016 • Heri-Rigoni GmbH • Tel +49 7725-93930

mail@heri.de • www.heri.de

EXPRESSDRUCK-SERVICE

Wir bedrucken Ihre Ware
innerhalb von 24h oder 48h.

Fragen Sie uns -
wir helfen Ihnen gerne weiter !!!

- Siebdruck
- Laserbeschriften
- Tampondruck
- Lohndruck

25
Jahre
1991 - 2016

WIR ZAUBERN
FARBE
AUF IHRE PRODUKTE

ISO
9001:2008
zertifiziert

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

Individuelle Backhelfer von

plastolan.
the power of promotion

Keksausstecher in Sonderformen
ab 500 Stück!
Oder Standard-Set mit Karte.



**Teigschaber mit
Logo als Relief**
oder mit Karte.
**Sonderformen auf
Anfrage.**

Nikolaus-Otto-Straße 4, 59557 Lippstadt - Germany
Tel. +49(0)2941-9880, Fax +49(0)2941-98822
www.plastolan.de, e-Mail: info@plastolan.de

Wir weben Vielfalt
Weaving diversity

HERKA frottier

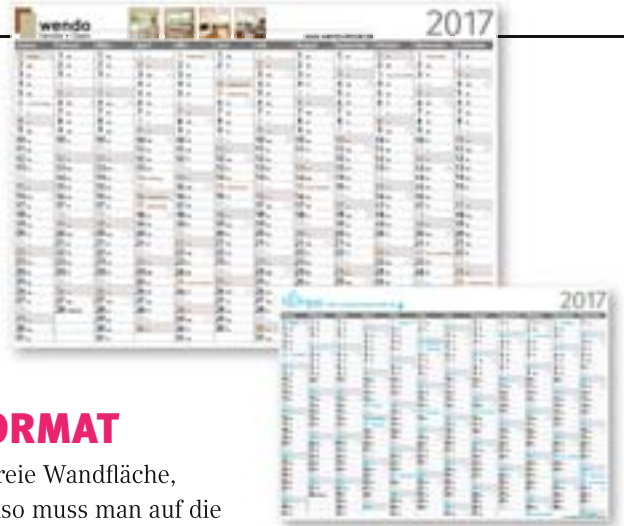


100%
made in



Seit
1927

HERKA GmbH
+43 2864 2317
sales@herka-frottier.at
www.herka-frottier.at



GROSSE FUNKTION IM KLEINEN FORMAT

Das Problem ist nicht neu: Manch einem Büro fehlt die freie Wandfläche, um einen großformatigen Wandplaner zu platzieren. Also muss man auf die Jahresübersicht verzichten? Nicht mit dem neuen Wandplaner Door Micro-Tac von Geiger-Notes: Dank seines kleinen Formats in A3-Plus oder sogar nur A4 ist er geschaffen für die Platzierung auf Türen oder Schränken. Für den optimalen Halt sorgt die Micro-Tac-Beschichtung auf der Rückseite. Damit haftet der Kalender nicht nur auf allen glatten Flächen, sondern lässt sich auch rückstands-frei wieder abziehen. Und im Format A4 eignet sich der neue Organisationska- lendar als nützliche Mailing-Beilage, die beim Empfänger garantiert Verwen- dung findet. Das einsprachige Kalendarium des Door Micro-Tac ist in Blau oder in individueller Schmuckfarbe erhältlich, der Werbeeindruck in 4c ist immer inklusive. Optional ist die Star-Version mit Folienkaschierung zum Beschriften mit Whiteboard-Markern.

PSI 41615 • Geiger-Notes AG • Tel +49 6134 1880
 info@geiger-notes.ag • www.geiger-notes.ag

- ANZEIGE -



SCHLUCK FÜR SCHLUCK EIN HOCHGENUSS

Das Produkt koawach ist die leckere BioTrinkschokolade mit natürlichem Koffein aus Guarana. Sie verwöhnt Nase und Gaumen mit feinstem Kakao, Guarana und Rohrohrzucker. Damit ist koawach die perfekte Alternative zu gesüßtem Kaffee. Die hochwertigen Zutaten sind vegan und stammen aus fairem Handel mit ausgewählten BioBauern aus Lateinamerika. Diese Trinkscho- kolade ist Schluck für Schluck ein Hochgenuss: mild, sanft, bekömmlich und unvergleichlich schokoladig. koawach eignet sich als zarter Wachmacher am Morgen und für den natürlichen Energieschub zwischendurch. Die Sorte koawach „klassik“ ist ideal für koawach-Neulinge und ein besonderes Schoko- Geschenk zu jedem Anlass. Der Lieferant koakult bietet individuelle Branding und Geschenklösungen.

PSI 49759 • koakult GmbH • Tel +49 30 69503820
 werbemittel@koawach.de • www.koawach.de



ANHÄNGLICHE WERBEBEGLEITER

Ein netten Gruß übermitteln die bei Pecotex neu ins Programm genommenen Handmade-Look-Anhänger aus elastischer oder unelastischer Kordel jeweils mit oder ohne Anhängerärtchen oder Briefchen. Einsatzbereiche sind zum Beispiel Gläser und Flaschen aller Art, Kofferanhänger, Schmuckdosen und alle anderen Produkte, an die ein Anhängeretikett angebracht werden kann. Die Löcher der Anhängerärtchen können auf Wunsch auch mit einer Metallöse versehen werden. Die elastische Kordel ist in zahlreichen Farben sowie Silber- oder Goldmetallic und Längen von 8 bis 38 Zentimetern lieferbar.

PSI 43108 • Pecotex Bergenthal GmbH • Tel +49 2191 50779
 info@pecotex.de • www.pecotex.de



SIXPACK MIT MARKENSCHOKOLADE

Ein gelungenen Sixpack mit Werbe-Gruß, bestehend aus sechs Ritter Sport Quadretties der Sorten Alpenmilch, Mandel und Knusperflakes im goldenen Tiefziehteil, stellt die Jung Bonbonfabrik als weitere süße Neuheit auf dem Werbemarkt vor. Die edle Verpackung aus weißem Glanzkarton gibt es ab sofort im neuen Weihnachtskatalog. Einsetzbar ist die kleine, schon ab 200 Stück individualisierbare Kiste, aber auch das gesamte Jahr hindurch für alle denkbaren Events, als Paketbeigabe oder Mitbringsel für den Außendienst.

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



SCHÖNE
ÜBERRASCHUNG
 FÜR IHRE SINNE

WATERMAN
 PARIS

Profitieren Sie von unserem umfassenden Veredelungsservice



LANGLEBIGE PAPIERTASCHEN

Seit diesem Jahr gibt es auch Papiertaschen bei Joytex. Neu in der Kollektion ist die hochwertige Papiertasche Bedford mit einer Grammaturn von 150 g/m². Die Tasche ist von innen mit Non-Woven ausgestattet, das macht sie robust und langlebig. Damit kann die Tasche häufiger als andere Papiertaschen eingesetzt werden. Dennoch ist sie genau wie andere Papiertaschen vollständig recyclebar. Bedford ist schon ab einer Menge von 250 Stück mit Druck erhältlich. Kurzfristige Lieferzeiten sind möglich, da alle Taschen von Joytex in der eigenen Siebdruckerei in Rhede bedruckt werden. Bis zu sechs Druckfarben sind möglich.

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

ANHÄGLICHER STIFTEKÖCHER

Mit dem Stiftekocher Big Box aus Kunststoff stellt Giving Europe ein multifunktionales Accessoire vor, das sich auch als Aufbewahrungsbox für andere Kleinteile eignet. Der praktische Stiftekocher, den man per Magnet am Kühlschrank oder an einer Heizung anbringen kann, kommt mit einem abwischbaren Filzstift zum Empfänger. Er ist in den Farben Weiß, Blau und Rot erhältlich, eine Werbeanbringung ist mittels Sieb- oder Transferdruck möglich.

PSI 45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 5965970
kontakt@givingeurope.de • www.givingeurope.de



PRAKTISCHER EINKAUFSBEGLEITER

Mit der europäischen Richtlinie zur Eindämmung des Pro-Kopf-Verbrauchs von Plastiktüten haben viele Einzelhändler reagiert. Damit werden alternative Taschen wie die Shop-in-Bag von East-West-Packaging interessant. Sie kommt in einem praktischen Aufbewahrungsbeutel und kann so klein zusammengefasst werden, dass sie in jede Hosen- oder Handtasche passt. Eine Werbebotschaft lässt sich ganz einfach per Sublimationsdruck in vier Farben auf der Shop-in-Bag anbringen. Die Taschen sind in sieben Grundfarben ab 200 Stück erhältlich.

PSI 49541 • East West Beheer B.V. • Tel +31 6 53673436
ronald.hendriksen@eastwestpackaging.com • www.eastwestpackaging.com

Hilfe!
Ich habe das
Internet gelöscht.



Selbst wenn Sie noch kein ausgewiesener Fachmann in Sachen Online Handel sind, kann der PSI Webshop Plus aktiv für Sie verkaufen.

PSI
WEBSHOP

Mit einem Klick mehr Umsatz
ab € 89,00 pro Monat*

Der PSI Webshop Plus ermöglicht Ihnen umgehend die Darstellung Ihrer Produkte online. Und das Beste daran: der PSI Webshop Plus ist kompatibel für alle mobilen Endgeräte.

Erfahren Sie mehr unter www.psi-network.de/webshop oder kontaktieren Sie uns unter der Telefonnummer +49 211 90191-600 oder per E-Mail an sales@psi-network.de

* Für den PSI Webshop Plus fällt eine einmalige Einrichtungsgebühr von € 298,00 an.



PRÄDIKAT: FESTLICH UND STILVOLL

Einzigartige und wertige Produkthighlights wie die soundstarke 4in1 „MULTIbeatBOX“ verdienen auch eine unverwechselbare Präsentverpackung. Hier wird nahezu perfekt kombiniert, denn stimmungsvoll und geschmackvoll verpacken die micx-media-Serviceprofis ihre technischen Raffinessen in edle adventliche Präsentverpackungen, dazu „versüßen“ 24 Kalendertürchen das edle Präsent, wobei das „25te“ mit dem 4in1 „SOUNDwunder“ überrascht.

PSI 45899 • micx-media in concept gmbh & co. kg • Tel +49 5205 99100
info@micx-media.de • www.micx-media.de

DETAILGENAUIGKEIT MADE IN GERMANY

Alle Otto Hutt Schreibgeräte von Planet sind mit Augenmerk auf Details und viel Sorgfalt ausschließlich in Deutschland hergestellt. So entstehen hochwertige Gebrauchsgegenstände, die das Gütezeichen „Made in Germany“ mit vollem Recht tragen. Der Entwurf 01 ist der Purist unter den Schreibgeräten von Otto Hutt. Seine klassische, unaufdringliche Form beschränkt sich auf das Wesentliche. Erhältlich ist der Stift in Schwarz, Blau, Rot und Grün. Der Corpus ist hochwertig in vier Schichten lackiert, die Kappen sind aus Sterling Silber gearbeitet. Zum Unikat wird jedes Schreibgerät durch einen sechsstelligen eingravierten Zahlencode.

PSI 41394 • Planet Schreibgeräte GmbH • Tel +49 6201 845010
info@planetwriting.com • www.planetwriting.com



KREATIVE SCHNELLDREHER

Mit kurzen Lieferzeiten innerhalb einer Woche ab Druckfreigabe für die Werbung bietet Lediberg Kalender und Notizbücher aus der Ivory Kollektion an. In vielen Farben und spannenden Formaten können Werbebotschaften kreativ in Szene gesetzt werden. Mit der Reporterkladde hat Lediberg ein typisches Format aus den 1970er-Jahren wiedergeboren. Für den rasenden Reporter war es die Grundausstattung, heute ist es das Trend-Format für schnelle Notizen. Als innovative Ergänzung steht das App-Format: quadratisch und der digitalen Welt entnommen.

PSI 42438 • Lediberg GmbH • Tel +49 5261 6060
info@lediberg.de • www.lediberg.de



PRINT UND DIGITAL VEREINT

Die Paper Card von Pixika vereint Print und digitales Medium in einem nützlichen Accessoire. Der USB-Stick kann sooft wie gewünscht von der Karte entnommen und wieder angesteckt werden. Die USB-Paper-Karte wurde kreiert, um jede Art von Dokumenten in einer Kombination aus Paper und USB zu vereinen, um beispielsweise Flyer, Visitenkarten, Bedienungsanleitungen oder technische Dokumente zu verbreiten. Das USB-Modul ist im Format Mini USB und Sim ultra kompakt in fünf verschiedenen Kartenformaten erhältlich. Die Karte ist außerdem als Webkey verwendbar.

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



DOMING GANZ NACH WUNSCH

Als eine tolle Alternative zum herkömmlichen Tampondruck bezeichnet Brennenstuhl die Möglichkeit, Produkte aus seiner Produktion mit einem Doming zu veredeln. Das Brennenstuhl-Doming wird aus deutschem Harz hergestellt und ist isocyanat- und schadstofffrei und damit völlig ungiftig. Bekannt ist zumeist das kleine, runde Doming, welches das Firmenlogo zeigt. Inzwischen gibt es jedoch viele Möglichkeiten, das Kundenlogo gut zu präsentieren. Form und Aussehen sind individuell gestaltbar.

PSI 41141 • Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. KG • Tel +49 7071 8801186
 werbemittel@brennenstuhl.de • www.brennenstuhl.com

MobileStrap

Der Handyhalter, der mehr kann.

NEU!

Handyhalter

Kabelbinder

Aufhänger

Pinnwandmagnet
 und vieles mehr!

- schon ab 500 Stück
- Lieferzeit nur 3–4 Wochen
- mit Belegekarte



Fordern Sie Ihr persönliches Angebot an unter:

Werbemittel-Händlerservice
 Anrather Str. 21
 47877 Willich

Tel.: 0 21 54 / 50 22 05 - 7
 Fax.: 0 21 54 / 50 22 05 - 9
 Mail: info@wmhs.de

WMHS.de



NICHT NUR DER INHALT ZÄHLT

Eine schöne Verpackung lässt jede Werbegabe in einem ganz anderen Licht erscheinen. Kleine Verpackungen bieten hier eine gute und schnelle Möglichkeit, jedes Unternehmen positiv und edel wirken zu lassen, sei es zu einem Jubiläum oder als kleine Aufmerksamkeit für die Kunden. Reidinger bietet verschiedene Verpackungen für Werbebleistifte an – aus schwarz durchgefärbtem Ökoboard, als silbernes Stecketui oder als „Verpackung mit Nebenwirkungen“. Der Stift kommt in jeder dieser Verpackungen, die mit individuellem Druck versehen werden können, vollends zur Geltung und die Werbebotschaft ist durchweg sichtbar.

PSI 42938 • Reidinger GmbH • Tel +49 9732 9105-0
info@reidinger.de • www.reidinger.de



METALLBOX MIT DURCHBLICK

Mit einem praktischen, weil wiederverwendbaren Schnappverschluss ist die Metall-Box von Masas auch im zweiten Leben ein nützlicher Aufbewahrungsort. Der transparente Kunststoffdeckel ermöglicht zudem, auf den ersten Blick den Inhalt der Dose zu entdecken. Die aufgedruckte Werbebotschaft bleibt so noch deutlich länger beim Empfänger in Erinnerung. Alle verwendeten Materialien sind umweltfreundlich und REACH-konform. Masas' dekorative Metall-Verpackung ist ISO9001 (Qualitätsmanagement) und ISO22000 (Lebensmittelsicherheit) zertifiziert.

PSI 45721 • Masas Metal Ambalaj San. Ve. Tic. A.S. • Tel +90 444 3198
masas@masas.com.tr • www.masas.com.tr

SCHMÜCKENDE ACCESSOIRES

Schmückende Accessoires als trendige On-Pack-Artikel sind eine Spezialität von Tim Wunsch: Die vielseitigen Varianten, die das Unternehmen bietet, schaffen eine Möglichkeit zur Produktaufwertung nach individuellen Kundenwünschen oder dem aktuellen Modetrend folgend. Gestaltet werden die besonderen On-Pack-Artikel in verschiedenen Materialien. Auf Wunsch lassen sich auch Logo und Beschriftung integrieren. Ein positiver Nebeneffekt ist die Verwendung der Produkte als Schmuck, wie z. B. als Armband, Kette oder Haarschmuck. Auch im Herrenbereich gibt es vielseitige On-Pack-Ideen. Die Werbebotschaft „schmückende Accessoires“ und „glänzend werben“ in ihrer großen Vielfalt lebt auch besonders von der Kreativität der Kunden. Deren Ideen setzt der Anbieter gerne um.

PSI 49152 • Tim Wunsch Import/Export GmbH • Tel +49 6781 56290
info@tim-wuenschgmbh.com • www.tim-wuenschgmbh.com



DIREKTDRUCK QUALITÄT – SCHNELL & PREISWERT


SND
PorzellanManufaktur



S014 RIO DE

S076 COFFEE2GO DE

S012 MADRID DE

**IHR LOGO* AUF
UNSEREM BECHER
IN 6-10 TAGEN!**

Legen Sie los und
kontaktieren Sie uns:

Tel.: 0 61 83 / 80 08 - 0
info@snd-porzellan.de

www.snd-porzellan.de

* Strichlogos max. 1-3c, limitierte Druckfläche pro Becher, Motivprüfung erforderlich

Individuelle Verpackungen für Werbepresente

Individualisiert? Personalisiert?
Veredelt? Mit **ab1Karton.de**
bereits für Kleinauflagen.



Kreative und passgenaue
Verpackungskonstruktionen



Digitaldruck sowie weitere
Veredelungsmöglichkeiten



Materialkombinationen, z.B.
Wellpappe und Schaumstoff



Koffer und Koffereinlagen,
in 2D- und 3D-Formen


ab1Karton.de
Verpackungslösungen ab Losgröße 1.

5A PLUS GmbH | Telefon: 0391 / 72 72 90 - 0 | mail@ab1Karton.de



Individuell. Schnell. Zuverlässig.



MIT NAMEN GRAVIERT

Gewürzmühlen der Weltmarke Peugeot sind immer etwas Besonderes. Noch exklusiver und persönlicher werden sie, wenn sie mit dem Wunschnamen sorgfältig und hochwertig graviert übergeben werden. Zu einem besonderen Anlass, als Auszeichnung, Geschenk oder für einen besonderen Menschen. Peugeot bietet diesen Service für alle Gewürzmühlen aus den Serien Chateauf, Damon, Elis Sense, Madras, Mignonette, Palace. Kunden können dabei zwischen drei Schriftarten, zwei Größen, bis 14 bzw. 22 Zeichen sowie einzeiliger oder zweizeiliger Anordnung wählen. Peugeot rät: „Lassen Sie sich von unseren Gewürzmühlen inspirieren!“

**PSI 48500 • PSP Deutschland GmbH • Tel +49 2556 90211-15
krottmann@psp-peugeot.com • www.psp-peugeot.com**



GENUSSKONZEPT MADE FOR YOU

Eisgekühlter Genuss mit perlendem Vinho Verde aus dem Norden Portugals, einem praktischen Flaschenkühler und Transporteur sowie einem Bluetooth-Artikel repräsentativ im Karton auf Stroh arrangiert. Das versteht man bei Spranz unter Genusskonzept Made For You. Das Vinomaxx GenussSet SaborFresco zählt ebenso dazu wie weitere ausgewählte feine Weine, Öle und Artikel rund um den Genuss. Persönlich mit Liebe erzeugt und abgefüllt, garniert mit Besonderheiten, die ein Lächeln auf das Gesicht zaubern. Dazu hilfreiche Accessoires, die das Leben schöner, praktischer und einfacher machen. Dies alles sorgt für individuelle und langanhaltende Freude beim Empfänger.

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

- ANZEIGE -

PSI 10.-12. Januar
Düsseldorf 2017
Die Europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

Jetzt Ticket buchen!

Ab sofort können als Besucher registrierte PSI Händler ihre Industriekunden zur PSI einladen.

Reed Exhibitions www.psi-messe.com/tickets



NICHT NUR FÜR VERSCHNUPFTE KUNDEN

Zellstoff-Taschentücher nimmt jeder gerne, sprechen sie doch die Sinne des Kunden an und bieten einen hohen Nutzwert. Die Taschentücher von Medicell kombinieren diesen Nutzen mit der Integration des Kundenlogos oder hochauflösender Bilder auf einer großen Werbefläche. Aufmerksamkeit, hoher Nutzwert und beste Qualität sind die Argumente, die diese Private-Label-Produkte so attraktiv machen. Bereits ab 3.000 Päckchen liefert Medicell bundesweit frei Haus und garantiert, dass das Holz für die Herstellung ausschließlich aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt.

PSI 49268 • Medicell GmbH • Tel +49 7138 8109526
 info@medicell.de • www.medicell.de

EIN EIS FÜR DIE GROSSE LIEBE

Der Big Love Eisbecher Green Bud von Alessi hat offensichtlich ein Herz für Liebende. Der große Becher aus Edelstahl und thermoplastischem Harz für Liebhaber der kühlen Speise lädt zum gemeinsamen Eisessen ein und bietet dazu einen schönen großen Eislöffel in Herzform. Miriam Mirri gestaltete dieses Set, das nicht nur im Sommer die Herzen schmelzen lässt.

PSI 49447 • Alessi Deutschland GmbH
 Tel +49 89 206028812
 chiara.sergiacomi@alessi.com
 www.alessi.com



-Anzeige-



GESTRESST?
HERR BERT
 ÜBERNIMMT!
 DER ANTI-STRESS-
 HANDTRAINER MIT
 FORMAT.



Geschmacksmusterschutz EU-weit

www.mbw.sh





SAMTWEICHE PHANTASIE

Eine besonders ausgefallene Variante des Dauerbrenners „Handtuch“ stellt Boomerang mit den Tüchern der SERTQ-Reihe vor. Diese hat im Unterschied zu reiner Baumwoll-Frottierware bei 400 g/m² einen 30prozentigen Mikrofaseranteil. Das bedeutet, dass eine Seite eine samtig verwebte Oberfläche aufweist. Dies führt zu einer erhöhten Saugfähigkeit bei verkürzter Trocknungsphase, außerdem wird dadurch die Keimanfälligkeit des Materials verringert. Mit Total Quadri wurde eine besondere Sublimationstechnik entwickelt, durch die die Werbebotschaft in Vierfarb-Fotoqualität vollflächig auf den Stoff aufgebracht wird. Die Handtücher gibt es in vier Größen (30 x 50 cm, 50 x 100 cm, 70 x 140 cm und 100 x 160 cm) im dazugehörigen Tragebeutel.

PSI 42811 • Boomerang SAS (Citizen Green) • Tel +49 9369 9849974
office@citizengreen.de • www.citizengreen.de

FIRST CLASS GIANT BRICK

Die Pralinen mit dem Produktnamen „First Class Giant Brick“ von B&B Promotional Sweets sind ein exklusives Mitbringsel – nicht nur für Kunden aus dem Finanzsektor. In der Schachtel befinden sich zwölf mit delikater Alkoholcreme gefüllte Pralinen aus Milkschokolade, verpackt in goldener Folie, die mit einem nach Wunsch bedruckten Papierlabel versehen sind. Die Schokolade ist in drei Geschmacksrichtungen erhältlich: Kakao, Pistazie und Malaga. Die Schachtel kann vollfarbig bedruckt oder auf goldenem wie silbernem Karton per Prägung individualisiert werden. Weitere Varianten wie Heißprägung, matte Kartonoberfläche oder Lackoptik sind ebenfalls möglich. Die Schachtel ist dekoriert mit einem in vielen Farben erhältlichen Geschenkband. Die Mindestbestellmenge beträgt 50 Stück.

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





Find new **Clients** on Polish market!



FestiwalMarketingu.pl

September 7-8th, 2016
Warsaw, POLAND

Order booth or ask for more information:
 Katarzyna Lipska | + 48 32 206 76 77 | k.lipska@oohmagazine.pl



Das Produkt „Open Monitor“ sieht aus wie ein Aufkleber und besteht aus mehreren, übereinander liegenden Schichten. Nach Abreißen oder Umklappen einer Lasche wird der Open Monitor aktiviert, welcher dann nach und nach die Botschaft der unteren Folie freigibt.

OPEN MONITOR

„MAGISCHE“ MÖGLICHKEITEN DER WERBUNG

Die Spezialisten des weltweit tätigen Entwicklers und Importeurs für Werbe- und Geschenkartikel, Global Innovations Germany, genießen einen besonderen Ruf, wenn es sich um die Entwicklung innovativer wie individuell aufs jeweilige Marketingziel zugeschnittener Werbemittel dreht. Nun ist den Innovatoren mit der Präsentation der Weltneuheit „Open Monitor“ ein neuer, aufregender Clou geglückt, den wir auf diesen Seiten vorstellen.

Vor allem ihr weltweites Universitäts- und Designnetzwerk befähigt die Global Innovations Germany GmbH & Co. KG immer wieder zu ebenso aufsehenerregenden wie außergewöhnlichen Neuentwicklungen. Um eine solche handelt es sich auch bei der Weltneuheit „Open Monitor“, einem Produkt aus dem Bereich der Nanotechnologie, dem Global Innovations nun seinen Erfolgsweg in die Werbemittelbranche ebnet. In seiner äußeren Erscheinung eher unspektakulär, kann es bei seiner Anwendung jedoch enorme mul-

timediale (Werbe-)Potenzen entfalten.

ENTHÜLLUNG DER WERBEBOTSCHAFT
Der von der Universität Münster mit Forschungsförderung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie entwickelte und in 137 Ländern patentierte „Open Monitor“ sieht aus wie ein Aufkleber und besteht aus mehreren, übereinander liegenden Schichten. Die untere Folie kann hierbei beliebig gestaltet werden, zum Beispiel mit einer Werbebotschaft, einem Gewinncode oder Rabattsymbol. Der Open Monitor bzw. der Ge-

winnspielprozessor wird aktiviert durch Abreißen und Umklappen einer Lasche und gibt in einem vordefinierten Zeitraum die auf der unteren Folie angebrachte Botschaft frei. Derzeit beträgt dieser Zeitraum 2 bis 4 Tage. Anfang 2017 ist es laut Global Innovations voraussichtlich möglich, die Öffnungszeit des Fensters exakt auf eine bestimmte Zeitspanne von z.B. 4 Tagen zu fixieren. Das Material ist nur 0,1 mm dick und somit auch extrem leicht, was eine Anbringung und Anwendung umso mehr erleichtert.

MARKETING-REVOLUTION

„Als Weltneuheit generiert ‚Open Monitor‘ hohes Verbraucher- und Medieninteresse. Der Werbeeffect erhöht und vervielfacht sich durch Mund-zu-Mund Propaganda, denn jeder will dieses ‚Zauberfeld‘ kennenlernen. Das regelmäßige Beobachten des sich öffnenden Feldes generiert eine intensive Beschäftigung mit dem Produkt oder Flyer, auf dem es angebracht ist. So erzielt ‚Open Monitor‘ eine starke Kundenbindung und schnelle Kundenrückgewinnung. Weiterer Anziehungspunkt ist die Spannungssteigerung durch sich langsam öffnende Gewinnaussichten. Damit handelt es sich bei ‚Open Monitor‘ um eine Innovation, die in vielen Bereichen jetzige Standards revolutioniert und ganze Branchen wieder interessanter gestalten wird, nämlich durch häufigeres Frequentieren, z.B. bei Printmedien, die damit öfter betrachtet werden“, erklärt Torsten Münich, Geschäftsführer von Global Innovations Germany, der derzeit auf der Suche nach Exklusiv-Partnern für den Einsatz von Open Monitor im Ausland ist.

GROSSES ANWENDUNGSSPEKTRUM

Das Anwendungsspektrum des Open Monitors im Marketingbereich ist groß. Integriert als Gewinnspiel auf Flyern, Katalogen oder anderen Printprodukten bewirkt er Verinnerlichung und Markenbindung des beworbenen Produkts, der Marke oder des Unternehmens. Die Gewinncodes sind dabei frei und in bis zu 5 Ziffern oder kleinen Bildchen definierbar (siehe auch Anwendungsbeispiel auf diesen Seiten). Als weitere Anwendungsoptionen sind hier beispielsweise auch Rabattaktionen oder der Einsatz als „magische Sammelkarte“ realisierbar. Wie Torsten Münich berichtet, können derzeit auf den vorhandenen Maschinen Auflagen bis 100.000 Stück produziert werden. „In etwa einem Jahr sind wir aber soweit auch Millionenaufgaben zu realisieren“, blickt Münich nach vorn. Bald werden auch weitere Anwendungsbereiche des Open Monitors erschlossen sein, die wir dann jeweils aktuell präsentieren werden. Nähere Informationen auf www.openmonitor.de oder auf www.globalinnovations.de. <



Hier ein konkretes Anwendungsbeispiel: Der Folder des Testmarktes mit einem Dunkin' Donuts-Gewinnspiel, das im Februar dieses Jahres erfolgreich stattfand. (Erklärung siehe Kasten)

BEISPIEL OPEN MONITOR ALS „AUSLÖSER“ EINES DUNKIN' DONUTS-GEWINNSPIELS

Der Open Monitor wurde auf der Rückseite einer Broschüre angebracht. Gewinncodes der Hauptgewinne sind im Inneren der Broschüre aufgeführt, wobei kleinere Gewinne durch einen aufgedruckten QR Code auf der Homepage überprüft werden können. Die Kunden erhalten beim Kauf in einer der beiden teilnehmenden Filialen einen Flyer mit dem Open Monitor Gewinnspiel. Nach dem Aktivieren des Open Monitors öffnet sich das Fenster innerhalb von 3 bis 4 Tagen. Es wurden drei Gewinnoptionen implementiert:

1. Bei „Öffnung“ des Gewinncodes wurden 10 Prozent Rabatt bei den Anfangsbuchstaben „DD“ garantiert.
2. Ein bildlich aufgedruckter Sofortgewinn (Donut oder Kaffee).
3. Hauptpreise. Um zu erfahren, was man gewonnen hat und den Gewinn abzuholen, musste der Kunde eine der teilnehmenden Dunkin' Donuts Filialen erneut besuchen oder auf der Homepage nachschauen.

Eine nach der Aktion durchgeführte Marktstudie bestätigte den großen Erfolg des Einsatzes von Open Monitor. Die Ergebnisse zeigen eindeutig, dass der Open Monitor Flyer einen großen Einfluss auf das Kaufverhalten der Kunden hat. Für über 80 Prozent der Befragten war die Gewinnspielaktion mit Open Monitor auf Anhieb verständlich. 76,5 Prozent haben den Flyer häufiger betrachtet als gewöhnliche Flyer. Von den Probanden, die weitere Informationen eingeholt haben, haben 64,3 Prozent den QR-Code oder den Weblink auf dem Flyer genutzt. In einer vorab durchgeführten Werbeaktion bei einem Basketballspiel, wo 2.000 Flyer verteilt wurden (ohne Open Monitor – nur mit den innovativen Vorankündigungen), konnte dieses Ergebnis noch eindrucksvoller dargelegt werden: QR-Code und Landing-Page wurden an den ersten drei Tagen über 700 mal besucht.)

Zukünftige Anwendungsoptionen des Open Monitor:

- Präzise definierte Öffnungszeit des „magischen Fensters“
- Feuchtemonitor
- Time-Monitor
- Temperatur-Monitor (elektronisches Mindesthaltbarkeitsdatum)

5A PLUS GMBH

PASSGENAUE VERPACKUNGSLÖSUNGEN

Die 5A PLUS GmbH mit Hauptsitz in Magdeburg bietet unter der Marke „ab1Karton.de“ passgenaue, emotionsstarke Lösungen aus vielfältigen Verpackungsmaterialien und Veredelungsformen an – und das bereits für kleine Stückzahlen.



Individuelle Ballverpackung, Wellpappe, 4-farbig digital bedruckt.



Käsebox, Wellpappe, beidseitig 4-farbig digital bedruckt.



Beispiel ab1Karton.de Musterbox: Individualisierte und personalisierte Verpackungen, 4-farbiger Digitaldruck.

Wie kann für ein Werbemittel der beste erste Eindruck erzielt werden? Der wohl einfachste Weg: eine auf die Kommunikation von Marke und Identität des Kunden sowie des Werbemittels abgestimmte Verpackung. Doch gerade bei kleinen und mittleren Auflagen entwickelt sich aus der Frage der Verpackungskosten schnell eine Entscheidungsbarriere für den Kunden. Im „Worst Case“ wird ein Auftrag nicht platziert. Der Rückgriff auf standardisierte Massenlösungen ist hier regelmäßig keine adäquate Lösung. Einerseits bedingt er Einbußen bei der Werbewirksamkeit. Andererseits ist die Aufgabenstellung bei einer Kombination aus mehreren Werbemitteln nicht mehr trivial. Hinzu kommen neue Marktanforderungen wie die Personalisierung auf den einzelnen Empfänger, eine Chance, die zu transpor-

tierende Botschaft beim Empfänger tief zu verwurzeln.

FLEXIBLES PORTFOLIO

Ein sehr flexibles Lösungsportfolio bietet hierzu „ab1Karton.de“ an, eine Marke der 5A PLUS GmbH. Und das, wie es der Markenname bereits andeutet, auch in kleinen Stückzahlen. Neben Verpackungen aus Wellpappe können alle sinnvoll am Markt verfügbaren Verpackungsmaterialien verarbeitet werden, u.a. Schaumstoffe, Acrylglas und andere Kunststoffe sowie Holz und Verbundmaterialien. Zur Veredelung besteht neben den klassischen Verfahren wie Gravur, Folienschnitt und Bänderolen die Möglichkeit des großformatigen Digitaldrucks. Damit ist

nicht nur eine Individualisierung mit Firmenlogo und eigenem Design möglich. Vielmehr lassen sich Verpackungen aufmerksamkeitsstark personalisieren, d.h. jeweils mit dem Namen des Empfängers versehen. Durch die Kombination von Materialien entstehen überdies und ohne Umwege aufsehenerregende Verpackungslösungen.

MODERNER MASCHINENPARK – SCHLANKE PROZESSE

Neben Verpackungsstandards sind gleichwohl Sonderkonstruktionen möglich – alles passgenau natürlich. „Obgleich der Flexibilität sind die Preise marktfähig und fair“, heißt es bei 5A Plus. Möglich wird das durch den modernen Maschinenpark und schlanke Prozesse. Beide Aspekte münden in kurzen Projektlaufzeiten. Und wer es ganz eilig hat oder eigene Ressourcen schonen möchte, lässt gleich vor Ort durch „ab1Kar-



Würfel 1 von 16 einer Kampagne des Rates für nachhaltige Entwicklung, Deutschland, Wellpappe, 4-farbig bedruckt.



Designer Geschenkbox (Hygieneartikel), Wellpappe, 4-farbig digital bedruckt.



Skyshisha: Stülpedeckelverpackung aus Wellpappe inkl. Schaumstoffeinlage und Verpackungsveredelung.

ton.de“ konfektionieren und in seinem Namen an den Empfänger versenden.

NEUE MÖGLICHKEITEN FÜR EIGENE PRODUKTE

Die flexiblen Verpackungslösungen von „ab1Karton.de“ ermöglichen nicht zuletzt auch neue Produktansätze für die Branche. So können einfach mehrere Artikel zu einem Set kombiniert werden, das dem Kunden in einer individualisierten oder personalisierten Verpackung angeboten wird. Der Clou dabei: Durch die Produktion ab Losgröße 1 können nicht nur neue Kundengruppen mit kleinerer Abnahmemenge erreicht werden. Auch exklusive Werbemittel in geringer Auflage erhalten einen neuen Präsentationsrahmen. <

5A PLUS GmbH
Matthiasstraße 23
D-39122 Magdeburg
Tel +49 391-7272900
info@5aplus.de
www.5aplus.de



Individueller Präsentkoffer (Wein + Gläser) aus Aluminium und Holz, 3D-Schaumstoffeinlage und Acrylglasapplikation.



Die Taschen der Capitol Collection verbinden klassisches und zeitgenössisches Design. Hier die Capitol Reisetasche.



Die Virtual Reality Brille aus der Kollektion Avenue.



Die Capitol Laptoptasche mit ihren vielfältigen Möglichkeiten.

PF CONCEPT

END OF YEAR COLLECTION

Der Werbeartikelallrounder und „Multispezialist“ PF Concept erweitert sein Sortiment um die neue „End of Year Collection“ 2016. Die neue Kollektion ist bereits lieferbar und umfasst über 350 Produkte, davon 250 Bullet Streuartikel und 100 hochwertige Avenue Geschenkartikel.

Aus der Vielschichtigkeit des neuen Angebots greifen wir auf diesen Seiten einige besonders bemerkenswerte Artikel als Beispiele stellvertretend heraus.

VIRTUAL REALITY BRILLE

Die Virtual Reality Brille ist sehr leicht zu handhaben: einfach am Smartphone be-

festigen, eine VR-App starten und schon ist man in der virtuellen Welt. Die Brille ist leicht, zusammenklappbar, hat handliches Taschenformat und ist somit das ideale Smartphone-Accessoire für unterwegs. Sie ist geeignet für Freizeit-, aber auch für Firmenzwecke, z. B. um Kunden

einen virtuellen Verkaufsraum vorzuführen. Geliefert wird sie in einem Geschenkkarton. Das Unternehmenslogo kann mittels Tampondruck oder Doming angebracht werden.

ACTION-KAMERA

Zur Zeit äußerst beliebt: Action-Kameras, die alle bemerkenswerten Momente festhalten, auch unter Wasser. Die PF Concept Action Cam verfügt über eine 720p HD Linse und einen 3,8 cm LCD-Monitor auf der Rückseite zum Anschauen der Bilder oder Filme, denn sie kann sowohl Bilder als auch Videos aufnehmen. Ausgestattet ist sie mit wasserfestem Gehäuse, Micro USB-Kabel und 10 weiteren Zubehörteilen. Auch hier erfolgt die Lieferung im Geschenkkarton.

DESIGN HOUSE STOCKHOLM

Eine neue Marke rund um Wohnen und Lifestyle ist die Marke Design House Stockholm. Sie bietet eine Auswahl der besten skandinavischen Designprodukte, die es derzeit gibt. Bekannte Designer aus Schwe-



Die Action Cam mit Zubehör aus der Kollektion Avenue.

den, Norwegen und Finnland haben einige ganz besondere Artikel kreiert, die jedes Zuhause ein wenig verschönern, wie zum Beispiel einen Kerzenhalter, gestaltet von Lena Bergström. Er ist auf einer Seite geeignet für Teelichter und beim Umdrehen auf der anderen für normale Kerzen. Die kreisförmigen Verzierungen am Rand deuten Ringe an, die auf dem Wasser schwimmen. Der Kerzenhalter verbindet zwei Grundelemente der Natur: Feuer und Wasser. Das im Geschenkkarton gelieferte Set beinhaltet zwei Teelichter und zwei normale Kerzen.

GLASIERTES STEINGUT

Tasse mit Untersetzer aus der Serie Spin von Marie-Louise Hellgren bestehen aus glasiertem Steingut. Für die spiralförmige Untertasse, die auch als Warmhaltedeckel für die 350-ml-Tasse verwendet werden kann, ließ sich die Designerin vom Goldenen Schnitt inspirieren. Sie ist mikrowellen- und spülmaschinengeeignet. Das Unternehmenslogo kann durch eine feine Gravur angebracht werden.

TASCHENKOLLEKTION CAPITOL

Die neue Avenue Capitol Collection verbindet klassisches und zeitgenössisches Design, von den Straßen von Georgetown bis zum vornehmen Washingtoner DuPont Circle. Die Laptop-Aktentasche daraus verfügt über ein Hauptfach mit Reißverschluss, das Platz für die meisten 15,6 Zoll-Laptops, Ordner, Bücher und Akten bietet, sowie über ein Extrafach für iPad, Surface

oder andere Tablet-Geräte. Vorne befindet sich ein zusätzliches Reißverschlussfach mit Unterteilungen für Business-Utensilien. Der verstellbare, gepolsterte Schulterriemen ist abnehmbar und der Trolley-Griff ideal für bequemes Reisen. An der Tasche befinden sich Kunstlederakzente und Antikmetall-Applikationen.

BEQUEMES REISEN

Die Capitol Duffle-Tasche verfügt über ein großes Hauptfach mit Reißverschluss, ein weiteres Reißverschlussfach speziell für Schuhe und vorne über eine zusätzliche Reißverschluss tasche. Trageschlaufen sowie ein abnehmbarer, verstellbarer und gepolsterter Schulterriemen sorgen für komfortables Reisen. Auch hier gibt es die Gestaltungselemente Kunstleder und Antikmetall-Applikationen. Alle Taschen können mittels Siebdruck, aber auch mittels Blindprägung, Stickerei oder Transferdruck verziert werden, um die gewünschte Werbung ins Blickfeld zu rücken. Zusätzlich zur Capitol-Serie wird es drei weitere neue Taschenkollektionen geben: Avenue Oxford, Avenue Graphite und Field & Co., sowie Hudson.



Der Kerzenständer Design House Stockholm aus der Kollektion Avenue.



Hier eine Kaffee- und Teetasse vom Design House Stockholm, ebenfalls aus der Kollektion Avenue.

WEITERE NEUHEITEN

Die Kollektionen der PF Concept-Marken Slazenger und Elevate präsentieren schicke Winter Styles neuer Marken, darunter die Slazenger Stance Thermojacke und die Elevate Tremblant Strickjacke. Ebenfalls bemerkenswert sind die Neuheiten bei den Schreibgeräten und beim Briefpapier. Hier sind etwa die Parker und die Waterman Geschenksets wie das Kugelschreiber-Etui-Geschenkset, das Duo-Kugelschreiber-Set, das Notizbuch-Set, das Notizbuch-Set oder das Premium Notizbuch-Organiser-Set von Parker zu erwähnen. Von der Marke Waterman sind ein Reisenotizbuch-Set und ein Kugelschreiber-Etui-Set verfügbar. Seit 1994 zählt Hémisphère dank seiner schlichten Eleganz zu den kultigsten Waterman-Schreibgeräten. Die exklusiven Hémisphère-Stifte wurden in großartigen metalligen Farbtönen neu erfunden und bieten ein eindrucksvolles Aufgebot an erlesenen Schreibmöglichkeiten. Wer es nicht ganz so edel mag, dem sei die Marke Balmain empfohlen, die eine preiswerte Alternative zu Parker und Waterman darstellt, beispielsweise das Balmain Empire Sortiment. www.pf-concept.com



Sorgen für optimale Betreuung auf der PSI Messe 2016 (v.l.): Sylvia Ohlig, Peter Kieffer, Jessica Vossen, Michael Vercoulen, Anika Wittek, Marcel Kreckler, Jacqueline Maibaum.

ZTV UNTERSTÜTZT PSI MITGLIEDER

WERBEMITTELLOGISTIK MIT KÖPFCHEN

Das erfahrene Krefelder Logistikunternehmen ztv bietet seine Dienstleistungen in unterschiedlichen Branchen erfolgreich am Markt an. Schwerpunkte sind beispielsweise die Werbemittellogistik, Eventlogistik und E-Commerce Logistik. Seit seiner Mitgliedschaft bei der PSI hat sich der Spezialist in der Werbemittelbranche als Logistikprofi für Werbemittel etabliert.

Die Zustell-, Transport- und Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG, kurz „ztv“, ist ein mittelständischer Logistikdienstleister aus Krefeld mit einem weiteren Standort in Koblenz. Seit 2013 ist die ztv Mitglied im PSI Netzwerk. Bis heute haben sich schon einige renommierte PSI Mitglieder von den umfassenden Services der Logistikexperten überzeugt und zählen seither zum Kundenkreis der ztv. In Anspruch genommen werden hierbei Dienstleistungen der drei Hauptgeschäftsfelder Fulfillment, Aktionslogistik und Transport. Wenn sich Kunden für das „Rundum-Sorglos-Paket“ der ztv entschieden haben, kommt immer häufiger der ztv Webshop ins Spiel. Hier bietet die ztv Kunden Basis-, so genannte Advanced oder individuelle Shoplösungen an. Es kommt natürlich auch vor, dass bei den Kunden der ztv

bereits ein Shop vorhanden ist. Dieser wird dann über eine Schnittstelle an das ERP System der ztv angebunden.

NEUES ANGEBOT: EVENTLOGISTIK

Aber nicht nur die Werbemittellogistik, sondern auch die Eventlogistik ist interessant für PSI Mitglieder. ztv kümmert sich um Abholungen, Zustellungen und Rücktransporte von Messeständen und Material sowie um die Einlagerung. Dieses Angebot können PSI Mitglieder für die PSI Messe nutzen.

ERFOLGREICHE SERVICES – WEITERES WACHSTUM

Dass die ztv mit ihrem flexiblen Dienstleistungspaket die Bedürfnisse ihrer Geschäftspartner mehr als zufrieden stellt, unterstreicht der wachsende Erfolg des Unternehmens. Die professionelle Betreuung spricht sich herum und so steigt die An-

zahl der Kunden in den Schwerpunktbereichen. Und da die ztv auch neue Kundengruppen erschließt, war es im Mai 2016 Zeit, den Standort an der Kimplerstraße in Krefeld zu erweitern: Er wurde um weitere circa 1.200 Paletten-Stellplätze vergrößert.

BUSINESS PARTNER PLUS DER PSI

Das Wachstum der ztv allgemein offenbart sich auch in der gemeinsamen Zusammenarbeit mit dem PSI, die sich in den vergangenen vier Jahren auch stetig weiter entfaltet hat. Seit Mai 2016 ist ztv Business Partner Plus des PSI. Das war der nächste logische Schritt nach vier Jahren Mitgliedschaft als Hersteller. Es war nach Ansicht des Unternehmens und der PSI an der Zeit, noch deutlicher zu unterstreichen, dass die ztv Dienstleistungen anbietet, welche offiziell zum Angebot der PSI für Messebesucher und Aussteller gehören.



Seit 2014 betreibt die ztv die PSI Versandstation auf der Düsseldorfer Messe mit wachsendem Erfolg. Für die Messe 2017 bietet das Unternehmen den PSI Mitgliedern mit der ztv Kundenkarte weiteren Support an.

PSI VERSANDSTATION AUCH 2017

Auf der PSI Messe 2017 wird die ztv zum vierten Mal in Folge die PSI Versandstation betreiben. Hier haben Messebesucher die Möglichkeit, ihre erstandenen Werbemittelmuster weltweit direkt in ihr Büro senden zu lassen. Somit wird lästiges Schlep-pen auf dem Heimweg vermieden und die Muster werden bequem zum Schreibtisch geliefert. Die neue Mitgliedschaft und die Absicht, die bereits bestehende Bekanntheit im Kreise der PSI Mitglieder weiter zu festigen und auszudehnen, waren Anlass für eine neue Werbekampagne für die PSI 2017 unter dem Slogan „Werbemittel-logistik mit Köpfchen“.

DIE ZTV EXPRESS KUNDENKARTE FÜR DIE PSI 2017

Das stetig gestiegene Paketvolumen an der Versandstation dokumentiert das steigende Renommee der ztv. Von 2014 bis 2015 stieg das Volumen um 27 Prozent, was auch mit der optimierten Abwicklung zusammenhing. Von 2015 bis 2016 war ein zusätzliches Wachstum von 7 Prozent zu verzeichnen. Eine weitere Steigerung der Paket-zahlen in 2017 visiert die ztv unter anderem durch die auf diesen Seiten eingelegte ztv Express Kundenkarte an. Vorteile der Karte für den Benutzer sind: kaum Wartezeiten, Rabatte von 10 Prozent auf jede Sendung und schnelleres Handling durch Bekanntheit der Rechnungs- und Lieferadresse.

WIE FUNKTIONIERT DAS?

Jeder Anwender erhält mit der beiliegenden Kundenkarte einen individuellen Link. Durch



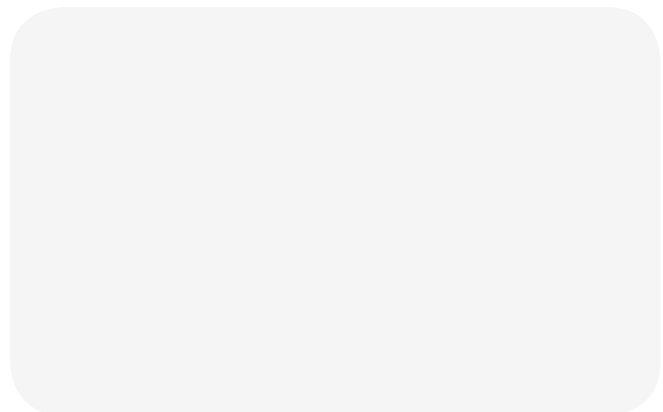
Scannen des QR Codes oder durch Eingabe der URL kann die Lieferadresse für Werbemittelmuster hinterlegt werden. Anschließend werden die Daten in das ztv ERP System eingepflegt und durch Scannen der Kundenkarte auf der Messe werden diese erkannt. Wer die PSI Messe sogar zwei

oder drei Tage besucht, dem bietet ztv selbstverständlich wieder die Möglichkeit der Zwischenlagerung für erstandene Muster. Um der Nachfrage gerecht zu werden, erweitert ztv seine Lagerfläche auf der PSI erneut.

www.ztv-logistik.de



Ihre persönliche ztv-Kundenkarte





Dank an die ständige Begleiterin auf dem Erfolgsweg vom Töpferofen im Badezimmer bis zum modernen Fertigungsbetrieb: Tobias Köckert überreicht seiner Partnerin in der Geschäftsführung Heike Hampel-Rudolph Blumen.

25 JAHRE MAHLWERCK

JUBILÄUMSFEST IN KOLBERMOOR

Mit einem durch und durch sympathischen Jubiläumsfest begingen die Werbekeramik-Spezialisten von Mahlwerck Porzellan am 11. Juni ihr 25-jähriges Bestehen. Gefeiert wurde im Kesselhaus der Alten Spinnerei in Kolbermoor und damit nur einen Steinwurf vom Unternehmenssitz entfernt. Die Feier war ein Spiegelbild einer erfolgreichen wie ebenso herzlich-familiären Unternehmenskultur.

Rund 300 Gäste, darunter zahlreiche Mitarbeiter aus der 2014 im tschechischen Teplice eröffneten Mahlwerck-Fertigungsstätte, Verwandte, Freunde und Ge-

schäftspartner, erlebten einen abwechslungsreichen wie stimmungsvollen Abend an einem Veranstaltungsort mit ganz besonderem Flair. Bei dem historischen En-

semble der Alten Spinnerei handelt es sich um einen 1863 entstandenen Industriebetrieb, in dem noch bis 1993 produziert und gearbeitet wurde. Nach der Renovierung und Sanierung des denkmalgeschützten Baus wird das Industriedenkmal als Wohn- und Bürogebäude genutzt. Das Kesselhaus wurde zur beliebten Eventlocation umgestaltet. Seit 2007 hat das Team von Mahlwerck im alten Baumwolllager ein neues Zuhause gefunden. So war es im Wortsinne „nahe-liegend“, das Jubiläum in unmittelbarer Nachbarschaft zu zelebrieren. Auch das normalerweise als Café genutzte Turbinenhaus stand den Feiernden mit seinen Außenbereichen Lounge und Rosengarten zur Verfügung.

BEMERKENSWERTER ERFOLGSWEG

Beim Jubiläumsfest aber standen nicht etwa Zahlen, Daten oder Fakten eines bemerkenswerten Vierteljahrhunderts im Mittelpunkt, sondern die Menschen, die all dies ermöglicht hatten. In ihrer Begrüßung zeichneten die Gründer und Geschäftsfüh-



Heizten den Abend mit groovigen Klängen auf und die Gäste zum tanzen an: die Band „Club des Belugas“.



Lockeres Get-together am Beginn des Jubiläumsabends.



Auch die Mahlwerck-Teams aus Kolbermoor und Teplice ließen es sich nicht nehmen, ihren Chefs zum Jubiläum zu gratulieren.



Begrüßungscour am Eingang: die Gäste werden alle einzeln willkommen geheißen.

rer Heike Hampel-Rudolph und Tobias Köckert die Firmengeschichte – beginnend mit zwei Brennöfen im Bad ihrer ersten Wohnung, der ersten Werkstatt auf einem Bauernhof bis hin zum modernen Produktionsunternehmen – anschaulich wie unterhaltsam nach und bedankten sich bei allen Begleitern ihres erfolgreichen Entwicklungsweges hin zum Hersteller von „Porzellan der Marken“ für Promotion, Merchandising und Gastronomie. Dabei gelang es, die familiäre Atmosphäre vom Anfang bis in die Gegenwart zu erhalten, was sich in der ausgesprochen herzlichen

Stimmung des Jubiläumsabends widerspiegelte. Dementsprechend standen auch keine stolzen Bilanzen im Zentrum der Ansprache der beiden Firmenleiter, sondern der Dank an die Menschen, die den Weg des Unternehmens mit prägten. Anschließend ließen es sich denn auch die Mahlwerck-Teams aus Kolbermoor und Teplice nicht nehmen, ihren Chefs zum Jubiläum zu gratulieren.

ZAUBERHAFTER ABEND

Der folgende Teil des Abends war neben dem im Mittelpunkt stehenden Get-together geprägt von der zauberhaften Show

des „Magic Artist“ Ben Hyven aus Österreich sowie von den groovigen Klängen der Band Club des Belugas aus Wuppertal, die in Bigband-Stärke bis nach Mitternacht für funky Stimmung sorgten. Auch kulinarisch waren die Gäste erstklassig versorgt durch die Catering-Kreationen des „Flying Buffet“ von Peppi Kalteis, einem Schüler unter Hans Haas im berühmten Münchner „Tantris“. Für die späten Gäste mixte der DJ schließlich noch tanzfreudige Sounds, die eine Feier beschloss, die sicher noch lange in Erinnerung bleiben wird. www.mahlwerck.de



Vor einer bunten Mahlerwerk-Wand konnten sich die Feiernden ablichten lassen ...



... auch die Protagonisten des Abends.



Zauberhaften Spaß gab's bei der Show des „Magic Artist“ Ben Hyven (links) zur Genüge.



Das Gelände der Alten Spinnerei in Kolbermoor, wo das Fest stattfand und auch Mahlerwerk sein Headoffice hat.



VOM KELLER ÜBER DEN STADL BIS ZUR GROSSEN MANUFAKTUR

1989 Im Sommer flüchten Heike Hampel-Rudolph und Tobias Köckert vor der Maueröffnung über Ungarn in den Westen und finden Zuflucht in Rosenheim.

1990 Heike Hampel-Rudolph beginnt als gelernte Meißener Porzellanmalerin mit dem Bemalen von Tassen in Meißener Manier, nur etwas freier, und verkauft diese auf Märkten in Oberbayern. Nebenbei unterrichtet sie Meißener Malerei. Tobias Köckert steht seiner Partnerin bei der Planung, Organisation und Administration zur Seite.

1991 Die beiden gründen ihre gemeinsame Firma und benennen sie nach der alten Bezeichnung der Meißener Porzellanmaler für ihre Utensilien, dem Werkzeug zum bemalen von Porzellan: Mahlwerck.

90er Jahre Heike Hampel-Rudolph nimmt an internationalen Ausstellungen teil, ihr Malstil entwickelt sich weiter. Bald kann sich Tobias Köckert ausschließlich dem Vertrieb und der Administration der eigenen Firma widmen. Es werden Dekore für andere Porzellanhersteller entwickelt. Bald entwickelt sich auch das Werbegeschäft mit bedruckten Tassen weiter. Ein neuer Brennofen kann die Anzahl der Tassen pro Beschickung mehr als verdoppeln auf 80 Stück! Das Büro mitsamt Fertigung in Stephanskirchen wird bezogen.

1997 Nun wird ein „richtiger“, großer Brennofen in Betrieb gestellt. Ein Brennvorgang ermöglicht nun das Brennen von 300 Stück Porzellan. Mahlwerck Porzellan ist auf 10 Mitarbeiter angewachsen.

1999 Der Standort Stephanskirchen wurde mehrmals aus- und umgebaut, eigene LKW-Zufahrten geschaffen. Der Markt für bedruckte Becher und Tassen, die für Marketingzwecke verwendet werden, nimmt immer mehr Fahrt auf. Mahlwerck wächst mehr und mehr.

2006 Mangels Kapazitäten wird die Manufakturproduktion nach Teplice, einer traditionellen Porzellanegend in Tschechien verlagert. Dort arbeiten Anfang 2006 in der Mahlwerck SRO bereits 12 Kollegen. Verwaltung und Administration lenken den Gesamtbetrieb weiter von Stephanskirchen aus.

2007 Ein neuer Umzug: Die Mahlwerck Porzellan GmbH findet ein schönes Plätzchen auf dem neu erstandenen Spinnereigelände in Kolbermoor. Tradition und Moderne gehen in den frisch renovierten Räumen der über 100 Jahre alten Bauwerke eine wunderbare Symbiose ein.

2008 Mit insgesamt 40 Mitarbeitern werden 3 Mio. Euro Umsatz erreicht. Ein neues Logo wird intern geschaffen und in die Marken-Entwicklung intensiviert.

2009 Entwicklung des in der Folge mehrfach preisgekrönten, wiederverwendbaren Coffee2Go. Dieser Becher entwickelt sich zum Verkaufsschlager als Mehrwegalternative aus Porzellan zu den Pappbechern und ist die Basis für ein völlig neues Genre bei Bechern und Tassen aus Porzellan.

2010 Der neue Messestand entwickelt sich zum Publikumsmagneten auf der PSI, der größten Werbeartikelmesse Europas. Mahlwerck präsentiert zum ersten Mal das PSI Café.

2014 Die Manufaktur in Tschechien bezieht neu erbaute Räume. Sie sind völlig auf den Arbeitsprozess der mittlerweile 80 Kollegen ausgerichtet. Mahlwerck bietet nun (nach eigener Aussage) die größte Gravurkapazität der Branche.

2015 Ein Roboter unterstützt erstmals in der Werbeartikel-Branche den Glasurenbereich. Nun wird auch bei hydroglasurbeschichteten Tassen das „größte Volumen der Branche“ (Mahlwerck) erreicht.

2016 Mahlwerck erreicht als inhabergeführtes Unternehmen mit insgesamt 120 Mitarbeitern einen Umsatz von über 8 Mio. Euro. Die Geschäftslage ist weiterhin auf Wachstum ausgerichtet. Vom individuellen Auftrag ab 100 Stück (Domingtasse), über den klassischen Bereich von Druck und Gravur (ab 250 bis mehrere Tausend Exemplare) bis hin zu mehreren 100.000 Tassen können alle Aufträge zügig bearbeitet werden.



ANDREAS UND SANDRA VAVELIDIS

BEGEISTERUNG FÜR GLAS

Es ist nicht immer der gerade Weg, der zum Ziel führen muss. An der richtigen Stelle abzubiegen, kann durchaus erfolgreicher sein. Sandra und Andreas Vavelidis gehören zu den Menschen, die abgebogen sind und dadurch ihren Weg genommen haben. Einen Weg, den sie nach wie vor gern und vor allem erfolgreich gehen – auch wenn es nicht geklappt hat, das Hobby zum Beruf zu machen.

Als sich Sandra und Andreas Vavelidis vor neun Jahren kennengelernt haben, hat sie sehr schnell eine große Liebe verbunden: die zum Fallschirmspringen und vor allem die zueinander. Rasch war der Soziologin und dem gelernten Heizungs-Sanitär-Installateur klar, dass sie dieses Hobby zu ihrem Beruf machen und einen eigenen Sprungplatz eröffnen möchten. Und das auch nicht irgendwo, sondern auf der Insel Rhodos. Die griechischen Wurzeln von Andreas Vavelidis spielten dabei

eine Rolle. Trotzdem, erinnert sich das heutige Ehepaar, „war es ziemlich blauäugig, einfach mit Sack und Pack nach Griechenland zu gehen.“ Der ideale Platz war zwar sehr schnell gefunden, doch dann begann es erst einmal: das große Warten auf die Genehmigung, den ehemaligen Militärflugplatz in einen Platz für Fallschirmsprung begeisterte Touristen umzuwandeln. Sandra und Andreas Vavelidis wurden von einer Behörde zur nächsten geschickt. Das nahm nicht nur jede Menge

Zeit in Anspruch, sondern zwang sie auch darüber nachzudenken, womit sie bis zur Inbetriebnahme des Sprungplatzes ihren Lebensunterhalt verdienen könnten.

GLASARTIKEL FÜR TOURISTEN

„Ein Freund brachte uns auf die Idee, Glasartikel mit eingravierten 3-D-Fotos an Touristen zu verkaufen. Wir haben eine entsprechende Maschine geleast und wollten loslegen“, denkt Andreas Vavelidis zurück an die Anfänge. Der einzige Haken bei der Sache: Der Freund, der mit ins Geschäft

einsteigen wollte, war plötzlich weg. Davon ließen sich Sandra und Andreas Vavelidis, die zu diesem Zeitpunkt bereits Eltern einer kleinen Tochter waren, jedoch nicht unterkriegen. Geduld und ein bisschen Mut sagt man Fallschirmspringern als Charakterstärken nach. Zwei Eigenschaften, die sich für das junge Paar auszahlen sollten. „Unser Plan war, das Geschäft mit den Glasartikeln in Schwung zu bringen und wenn es läuft, uns dann dem Sprungplatz zu widmen.“ Allerdings kamen die große Wirtschaftskrise und der Zusammenbruch Griechenlands dazwischen. Die Touristen blieben aus, was sowohl die eine wie auch die andere Geschäftsidee zunichte machte. Schweren Herzens verabschiedeten sich Sandra und Andreas Vavelidis von Griechenland und ihrem großen Traum. Nicht jedoch von der Idee, mit Glas zu arbeiten.

GLEICHE IDEE – NUR ETWAS ANDERS

2009 gingen sie zurück nach Deutschland – im Gepäck ihre geleaste Maschine, die sie nun in der Heimat Gewinn bringend einsetzen wollten. Die Frage war lediglich wie. Fotoglasgeschenke schieden aus. Andreas Vavelidis hatte jedoch sehr schnell das Produkt gefunden, mit dem sie eine Nische belegen konnten. Es war die Zeit, in der USB-Sticks immer mehr an Beliebtheit gewannen, und so verband er einfach zwei Dinge miteinander: USB-Sticks mit einem Glaskörper, in den 3-D-Motive gelasert wurden. Das alles produzierte Andreas Vavelidis in Eigenregie in einem zehn Quadratmeter großen Keller unter seiner Wohnung im baden-württembergischen Weissach, nahe Stuttgart. Die Nachfrage war groß, der Keller entsprechend irgendwann zu klein, und so zog das Paar in ein Geschäft in Weissach. Einen zusätzlichen Auftrieb erhielten die Vavelidischen Produkte durch die erste Teilnahme an der PSI 2012. Eines der Produkthighlights: der USB inCrystal 3D, ein USB-Stick, in dessen Glaskörper ein Logo, Schriftzug oder Foto eingraviert werden kann. In der Verbindung mit einem USB-Port leuchtet eine LED auf, die die gelaserte Gravur bestrahlt.

EIN PATENT MIT POTENZIAL

Die Kombination aus Glas, Technik und LED hatte Andreas Vavelidis bereits im Jahr zuvor zum Patent angemeldet. Das jedoch hielt Nachahmer nicht davon ab, das Produkt als Billigversion zu kopieren. „Drei Monate nach der PSI sind die ersten Plagiate aus China aufgetaucht“, erzählt Andreas Vavelidis. Nicht genug damit, haben auch Händler begonnen, die Plagiate dem Original vorzuziehen und sie auf dem Markt anzubieten. Und sie fanden auch noch prominente Industriekunden, die ihnen die Imitate zu Dumpingpreisen abnahmen. Da Sandra und Andreas Vavelidis jedoch gelernt haben, mit Unwägbarkeiten umzugehen und stets das Beste daraus zu machen, wollten sie sich auch dadurch nicht unterkriegen lassen. Dabei geholfen hat ihnen auch der schier nicht enden wollende Ideenreichtum, mit dem Andreas Vavelidis ausgestattet ist. So gibt es heute nicht nur die USB inCrystal-Serie, sondern auch Büroutensilien aus Glas mit ansprechender Glasinnengravur, stilvolle Glastrophäen und Glas-Awards, Glasschlüsselanhänger und nach wie vor – vielleicht auch ein bisschen als Reminiszenz an die Anfänge – Glaswürfel und Quader aus Glas mit Innengravur. Dass diese Produkte stark nachgefragt werden, beweist auch die Tatsache, dass inCrystal bereits die Trophäe für den deutschen Fernsehpreis kreiert hat. Das derzeit jüngste Kind der inCrystal-Familie ist Leading Light. „Die neue Art der Illumination“ und „Licht in seiner schönsten Form“ nennen Sandra und Andreas Vavelidis die Produkte, bei denen das Motiv im Glas schwebt. Auch bestehende Produktneuheiten werden um neue Entwicklungen ergänzt. So war die inCrystal powerbank WINDOW auf der PSI 2016 eines der Produkthighlights der Schwaben. Bei allen Produkten ist Andreas Vavelidis eines ganz wichtig: „Das Produkt soll etwas können und nicht einfach nur rumstehen.“

MEHR VERTRIEB – MEHR SERVICE

Eine deutliche Fokussierung auf Vertriebsaufgaben hat sich das Ehepaar zum Ziel gesetzt. Die neue Strategie soll lauten: mehr Vertrieb, mehr Service. Zu dieser Fokus-



sierung haben zwei Faktoren wesentlich beigetragen: Zum einen, verrät Andreas Vavelidis, seien Werbemittel dieser Art aus Glas immer noch relativ unbekannt. Zum anderen handle es sich einfach um ein beratungsintensives Produkt. Und eine professionelle Beratung ist Sandra und Andreas Vavelidis sehr wichtig, gerade was die Beratung der Werbeartikelhändler angeht. Schließlich vertreiben sie ihre Produkte ausschließlich über Händler. „Wir tanzen nicht auf zwei Hochzeiten“, erteilen beide dem direkten Geschäftsabschluss mit industriellen Endkunden eine Absage. Dafür ist der Service, den sie Werbeartikelhändlern bieten, sehr umfangreich: kostenlose Visualisierungen – ganz neu auch in 3-D zum Drehen und Betrachten von allen Seiten –, eine neu erstellte Website, auf der sich Werbeartikelhändler einloggen und hochauflösende Produktbilder, Preise und vieles mehr herunterladen können, personalisierte Muster, Excel-Tabellen mit allen Daten, Texten, Preisen und auch weboptimierten Bildern für den individuellen Online-Auftritt sowie neutrale Kataloge.

SEIT 2015 AUCH IN HONGKONG

Neben einer neu ausgerichteten Strategie hat inCrystal seit 2015 auch eine Niederlassung in Hongkong. Diesen Standort hat das Ehepaar Vavelidis mit Bedacht gewählt. Der Großteil der inCrystal-Produkte wird im unweit gelegenen chinesischen Shenzhen gefertigt. Darüber hinaus kommen das Rohmaterial und damit auch die Lieferanten aus China. Auch bei der Wahl

ANDREAS VAVELIDIS IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?
Hoffentlich wird das Wetter gut.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?
Wenn ich alle Aufgaben, die ich mir vorgenommen habe, erledigt habe.

Was bringt Sie in Hochstimmung?
Meine Familie in die Arme zu nehmen.

Und was bringt Sie auf die Palme?
Undankbare Menschen.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?
Hmm, keine Ahnung.

Wie können Sie die Zeit vergessen?
Spannende Dokumentationen schauen.

Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?
Antarktis, da möchte ich unbedingt mal hin.

Wofür geben Sie gern Geld aus?
Schuhe.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?
Ab und zu.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?
Wenn er sich gut anfühlt und lange benutzt wird.

Der beste, den Sie je bekommen haben?
Ein Multiwerkzeug-Tool.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?
Billig, billig, billig ...

der Lieferanten und Produzenten lassen Sandra und Andreas Vavelidis viel Sorgfalt walten. So arbeiten sie ausschließlich mit ausgesuchten Herstellern zusammen. Denn bei der Produktion spielt Qualität eine entscheidende Rolle. Trotz neuester Technologien gibt es nach wie vor jede Menge arbeitsintensive Handarbeit, erläutern Sandra und Andreas Vavelidis. „Es wird händisch geschnitten, geschliffen und poliert. Das macht jedes Stück zu einem echten Unikat.“ Das Grundmaterial ist aus sehr hochwertigem K9-Kristallglas, was im Übrigen auch für Brillen verwendet wird und sich für Glasinnengravur besonders gut eignet. Während die Großaufträge in Fernost gefertigt werden, erstellt inCrystal in Weissach Muster und Kleinmengen.

BEGEISTERUNGSFÄHIGKEIT IST GROSS

Wer sich mit Sandra und Andreas Vavelidis unterhält, wird sehr schnell von ihrer Begeisterungsfähigkeit angesteckt. Aus gutem Grund: „Wir wollen unsere Begeisterung für das Medium Glas und die schier unerschöpflichen Möglichkeiten der Darstellung von Motiven in diesem Werkstoff weitergeben. Auch nach all den Jahren sind wir immer wieder selbst überrascht, was alles machbar ist“, sagen beide unisono. Dass jede Menge möglich ist, zeigt die enorm große Produktpalette, die inCrystal mittlerweile zu bieten hat. Und von der ist man wirklich begeistert, wenn man das Ehepaar Vavelidis im mittlerweile 250 Quadratmeter großen Firmengebäude im Weissacher Ortsteil Flacht trifft. Bei aller Begeisterung für Glas bleibt natürlich die Frage nach der großen Leidenschaft, mit der alles begann: das Fallschirmspringen. Fast gleichzeitig schütteln Sandra und Andreas Vavelidis den Kopf. „Mit dem Fallschirmspringen ist Schluss. Irgendwann verliert es etwas den Reiz.“ Ein klein wenig Ironie des Schicksals vielleicht: Die Genehmigung für den Betrieb eines Sprungplatzes auf Rhodos liegt mittlerweile vor. Zwar befindet sich das Areal noch im Vavelidischen Besitz, würde sich jedoch ein Käufer finden, würden beide nicht nein sagen. Hoch hinaus möchte Andreas Vavelidis, der den Pilotenschein für eine Cessna besitzt, allerdings nach wie vor. Segelfliegen heißt sein nächstes Ziel. In der Luft zu schweben scheint süchtig zu machen, auch wenn er und Ehefrau Sandra ansonsten sehr geerdet sind und mit beiden Beinen fest auf dem Boden stehen. <





viscom
frankfurt 2016

internationale fachmesse
für visuelle kommunikation

2 | 3 | 4 november 2016
messe frankfurt

WE CONNECT



➤ Inspiration für Profis

Eine kreative Idee ist gut. Zu wissen, wie man sie umsetzt, noch besser. Wenn ganze Ideenwelten aus allen Bereichen der visuellen Kommunikation auf neueste Materialien, Verfahren und Anwendungen treffen – dann ist es die viscom.

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



SCHREIBER IM SCHNELLDURCHGANG

Wenn's mal wieder schnell gehen muss: Ab sofort bietet die Hauff Schreibgeräte GmbH einen Express-Druck an. Ab Bestellung werden die gedruckten Kugelschreiber innerhalb von vier Arbeitstagen nach Korrekturfreigabe direkt an den Kunden gesendet. Mit dem Modell 4200 Raja Chrome kommt damit ein klassisches und gut ausgestattetes Schreibgerät zum Einsatz. Die blau schreibende Großraummine und diverse Metall-Applikationen verleihen der aufgedruckten Werbebotschaft außerdem ein hochwertiges Erscheinungsbild. Bis 12 Uhr täglich sollte die Bestellung inklusive aller Daten übermittelt werden – dann steht einer pünktlichen Express-Lieferung nichts im Wege. Der Auftrag wird trotz der verringerten Produktionszeit wie gewohnt professionell und zuverlässig abgewickelt – Korrekturabzug und Auftragsbestätigung verstehen sich von selbst. So kann man Kunden mit neuer Flexibilität überraschen und zeigen, dass bedruckte Kugelschreiber auch Just-in-Time geliefert werden können. Der Express-Druck wird ab einer Menge von 500 Stück angeboten – mit einem Kugelschreiber Made in Italy gehen Kunden auch in Sachen Qualität auf Nummer sicher.

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

NASE VORN IN DER WEIHNACHTSZEIT

Sprichwörtlich die Nase vorn haben Werbende, die in der Vorweihnachtszeit mit dem Fruchtgummi Rudolph aus dem Hause Jung auf Sympathiefang gehen. Der einzeln verpackte Leckerbissen aus Zuckerschäum in Form eines Rentierkopfs mit Cola-Geschmack ist in weißer oder transparenter Folie erhältlich. Durch ein Sichtfenster schaut bei der transparenten Variante dann auch die süße rote Nase aus der Tüte und öffnet so viele Möglichkeiten für kreative Botschaften. Idealer Einsatz als Mailing- oder Paketbeigabe oder als Give-away.

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





Die feinsten süßen Werbeartikel



EINE NASE FÜR LECKERE WERBUNG

Naschen auf die belgische Art: Das ist „Cuberdon“. Diese typisch belgische Spezialität in Näschenform wird in der traditionellen Art und Weise mit natürlichen Inhaltsstoffen wie Gummiarabicum hergestellt. Belgosweet bietet die exquisite und süße Delikatesse in nicht weniger als dreißig verschiedenen Geschmacksrichtungen und Farben in einzigartigen und originellen Geschenk-dosen. Auf alle Verpackungen können individuelle Logos aufgebracht werden.

PSI 49425 • Belgosweet SPRL • Tel +32 2 3515555
guy@belgosweet.be • www.belgosweet.be



Schokoladen-Adventskalender
und viele weitere Süßwaren



STARKES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS

Stilolinea hat seine Linie S30 um zwei neue Modelle erweitert: S30 EXTRA und S30 COLOR. Neue Farben, qualitativ hochwertiges ABS-Material und viel Platz zur Bedruckung sorgen für jede Menge Aufmerksamkeit in Sachen Werbebotschaften. Und das alles in einem ausgewogenen Preis-Leistungs-Verhältnis. Linie S30 wird nach den Richtlinien UNI EN ISO 14001:2004 und UNI EN ISO 9001:2008) hergestellt. Stilolinea sagt sehr kurze Lieferzeiten zu.

PSI 45328 • Stilolinea Srl • Tel +39 011 2236350
info@stilolinea.it • www.stilolinea.it



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



WEIHNACHTEN IN DER BOX

Bei der Lindt Xmas Box ist der Adventskalender in einer formschönen Scharnierdeckeldose aus Weißblech versteckt. Die Dose wird individuell im Digitaldruck bedruckt und jede Dose wird nach Wunsch personalisiert. In der Dose befindet sich ein Adventskalender aus Karton im Standard-design. Hinter jedem Türchen hat sich eine Weihnachtskugel von Lindt aus Vollmilchschokolade mit verschiedenen Füllungen (ohne Alkohol) versteckt. Dieser Adventskalender besticht durch seine einzigartige Nachhaltigkeit, da die persönliche Dose auch noch nach Weihnachten vielseitig verwendet werden kann. Die außergewöhnliche Lindt Xmas Box gibt es schon ab 50 Stück.

PSI 41617 • Magna sweets GmbH • Tel +49 8146 99660
info@magna-sweets.de • www.magna-sweets.de

SPORTSFREUND MIT TOLLEN EXTRAS

Ob der Berg ruft oder das schöne Wetter einfach nach draußen lockt: Der sportliche Rucksack Trail von Halfar aus Nylon 420d und Ripstop ist der Wunschbegleiter für Tagestouren. Als vielseitiges Daypack bietet er mit etwa 30 Litern genügend Packvolumen und ist komfortabel zu tragen. Kompakt und dabei leicht. Die Auswahl reicht von Orange, Weiß, Maigrün und Cyan bis hin zu Schwarz. Zudem ist er mit vielen Funktionen ausgestattet: Polsterungen an Rücken, zweifach-verstellbaren Schultergurten und Regenhülle im Bodenfach.

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



WILDE GESELLEN

Ein kuschelweicher Werbepostbote, der Kundenherzen erobert. Die wilden Gesellen von Trigon gibt es auch als Schlüsselanhänger. Die hochwertigen Schlüsselringe haben abgerundete Kanten. Bei den Figuren kann zwischen einem Standard-Design oder auch individuellen Formen gewählt werden. Sonderanfertigungen zu Promotionzwecken sind möglich. Die Produkte sind BSCI zertifiziert.

PSI 44970 • Trigon Deutschland GmbH (ehemals Semo)
Tel +49 2162 530080 • info@semo.de • www.semo.de

Herzenswünsche shoppen



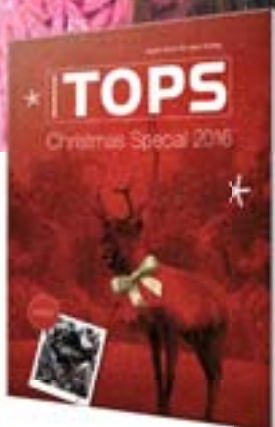
➤ "Ich liebe mein Smartphone"



Mit den Touchscreen-Handschuhen beweisen Sie auch im Winter Fingerspitzengefühl.



OPERATE | 56-0702411



SHOP  THE TOPS

Shoppen Sie auf www.promotiontops.de!

Highlights zum Jahresende jetzt
im Christmas Special 2016

Verlieren Sie keine Zeit, bestellen Sie jetzt! · Tel.: +49 421-5227-0 · Fax: +49 421-5227-403





MIT HERZ SCHENKEN

Wer hat schon Zeit, Budget, Muße und Know-How jeden individuell und ausgesucht zu beschenken? Da sind Fachleute wie das Kreativteam vom DK Verlag gefragt. Die Bandbreite ist hierbei schier unerschöpflich und der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt: Eine attraktiv gestaltete Banderole um ein passendes Buch ist ein ebenso einfaches wie individuelles und nachhaltiges Geschenk. Einer der Klassiker ist das Mailing zum Weihnachtsfest mit persönlichem Gruß und hübsch verpacktem Geschenkbuch, z. B. von einem der DK Spitzenköche wie Frank Rosin oder Jamie Oliver. Ein Buch (oder eine Broschüre) kann auch ganz wertig als Teil eines Geschenkkorbes bzw. -sets eingesetzt werden – eine perfekte Kombination aus Nachhaltigkeit und Verbrauchsgut. DK deckt thematisch die ganze Palette ab: Von Familie, Baby, Kindern und Gesundheit über Haustiere, Garten, Sport, Reise bis zu Fahrzeugen, Handarbeiten, Nachschlagewerken, Kochen und Getränken u.v.m. Das Set wird immer haargenau abgestimmt auf den Wunsch des Kunden.

PSI 48489 • Dorling Kindersley Verlag GmbH • Tel +49 89 442326-228

bzb@dk-germany.de • www.dorlingkindersley.de



BESTECHEND AUFFÄLLIG

Der puristische Designkugelschreiber „Signer Liner“ von Senator erstrahlt ab sofort in drei neuen transparenten Clipfarben. Erhältlich ist das Modell jetzt auch in den Trendfarben Orange, Rot und Grün. Damit wurde die Farbpalette der Clipfarben von 14 auf 17 erweitert. Mit den vier attraktiven Schaftfarben Edelstahl-Finish, Kupfer, Gold und Gun Metal ergeben sich so insgesamt 68 Kombinationsmöglichkeiten, den „Signer Liner“ passend für jede Markenpräsentation zu gestalten. Das hochwertige Schreibgerät ist vollständig Made in Germany und wurde 2013 mit dem red dot award in der Kategorie Product Design ausgezeichnet. Die clevere Materialkombination aus Kunststoffclip und Edelstahlschaft ermöglicht eine große Gestaltungsvielfalt und lässt den Kugelschreiber edel oder farbenfroh erscheinen. Der „Signer Liner“ ist auf dem Clip, Schaft und Kappenabschluss bedruck- und laserbar und bietet so viel Werbefläche für eine gelungene Markenpräsentation.

PSI 41838 • Senator GmbH & Co. KGaA • Tel +49 6162 8010

info@senator.com • www.senator.com



GESUND SCHREIBEN

Ob im Krankenhaus oder in der Arztpraxis – vielerorts müssen bestimmte hygienische Voraussetzungen erfüllt werden. Optimal fügt sich in dieses Einsatzgebiet der Kugelschreiber „iProtect“ ein. Ein Schreibgerät, das über eine keimfreie Oberfläche verfügt. Diese Eigenschaft wird durch das Beimischen von speziellen Additiven während der Produktion hervorgerufen. Durch die Einarbeitung in das Material wirkt dieser Zustand über die komplette Lebensdauer des Kugelschreibers und kann sich somit nicht abnutzen. Auch gegen Wasser, mechanische Einflüsse oder UV-Licht ist dieser Wirkstoff resistent und somit ein sinnvolles Give-away oder Arbeitsgerät in den Bereichen Medizin, Pharmazie und dem Gesundheitswesen. Auch auf die technische Ausstattung und die Werbemöglichkeiten muss bei diesem speziellen Kugelschreiber keineswegs verzichtet werden. Die verbaute X20-Plastikmine verfügt über eine Schreibleistung von ca. 2 Kilometern, das Aufdrucken von ein- oder mehrfarbigen Motiven verleiht dem Schreibgerät die jeweils individuelle Note – der abgebildete Schuber ist optional erhältlich. Ab einer Menge von 500 Stück wird der antibakterielle Kugelschreiber „iProtect“ angeboten. Das Prädikat Made in Italy unterstreicht dabei das hohe Qualitätsbewusstsein, nicht zuletzt auch durch die ISO-Zertifizierung 22196.

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



EINFACH PRAKTISCH

Festhalten und deutlich machen, was wichtig ist – auf der ganzen Welt und quer über alle Branchen müssen schriftliche Inhalte schnell erfasst, fixiert, bewertet und hervorgehoben werden. Ob in Blau, Gelb, Grün, Hellblau oder Magenta, stets und schnell helfen hier die Textmarker von uma. Und der Halter BASE von uma bringt diese Textmarker auf jedem Schreibtisch perfekt zur Geltung. Das Design ist geprägt von schlichten geometrischen Formen, welche die Schreibgeräte in eine leichte Neigung setzen und so den Zugriff erleichtern – einfach praktisch! Natürlich steht dabei auch eine optionale Werbefläche zur Verfügung: Ein Schriftzug oder Logo ganz nach Wunsch, so wird die praktische Einfachheit von BASE abgerundet.

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

LOOKS MIT INNEREN WERTEN

Wer die Gustav Daiber GmbH kennt, weiß, dass das Unternehmen nicht nur für ein vielfältiges wie modisches Sortiment steht, sondern auch Wert auf nachhaltige und mit sozialer und ökologischer Verantwortung produzierte Kleidung legt. Alle Textilien sind REACH-konform und werden nach Oekotex Standard 100 gefertigt. Die Marken James & Nicholson und myrtle beach werden nach den BSCI-Standards hergestellt. Die Lieferanten müssen diese Anforderungen einhalten. So überrascht auch die neueste Kollektion aus dem Hause Daiber nicht: Modische James & Nicholson T-Shirts aus Bio-Baumwolle. Die Natürlichkeit des Materials verleiht das gute Gefühl, dass man bewusst aktiv etwas für Umweltschutz tut. Hier stimmen nicht nur die inneren Werte, die Shirts können sich wirklich sehen lassen. Die Bio-Baumwolle-Kollektion geht mit vier Damen-Modellen und zwei legeren Männer-Oberteilen in einer Farbpalette von soft bis kräftig an den Start. Stark ist auch ein weiteres Feature der neuen Daiber-Bio-Linie: Dank dem Tear off-Label können nun ganz einfach eigene Markenlabels als Nackenetikett angebracht werden. Und bei den T-Shirts können die Etiketten/Labels ganz einfach abgerissen werden – Tear Off eben. Das Umlabeln erfolgt durch ein spezielles Transferdruckverfahren im inneren Nackenbereich. Und das bereits ab zehn Textilien.

PSI 42819 • Daiber • Tel +49 7432 7016-800
info@daiber.de • www.daiber.de



BEWEGENDE BILDER

Bewegtbildwerbung am Point of Sale oder Point Of Interest wird intelligenter. Damit eröffnet sich ein aufregender neuer Markt für den Werbemittelhandel, in dem sich die micx-media Profis bereits seit vielen Jahren dynamisch positioniert haben. Mit smarten TV-Display-Lösungen werden „VIDEOboards“ ja nach Einsatzwunsch individuell in verschiedenen Formaten, Größen, Funktionen und Bildschirmgrößen integriert. Für jede Business-Videobotschaft das passende Format, ob handliche Klappkarte oder mehrseitige ultraflache Borschüre, smarte Slimline-Cards oder Katalog- und Präsent-Cases. Zunehmend verbaut die spezialisierte Crew hochwertige VIDEOboards in individuellen Wand-, Tisch-, Theken-, oder Bodendisplays, jetzt auch mit HD-Bildwiedergabequalitäten.

PSI 45899 • micx-media in concept gmbh & co. kg
Tel +49 5205 99100
info@micx-media.de • www.micx-media.de

FyvarMailing

FyvarMailing
PTO

FyvarMailing
Sales



SOLID

Buscador de productos:

Buscador / Directorio Familias



MyFyvarReklam

FyvarSearch



FYVAR
ROAD SHOW
10th Anniversary



Fyvar Awards

FYVARPRESS

The industry
magazine

FyvarInform



Fyvar
Quality



Presidency



FYVAR

Asociación Internacional de Fabricantes y Vendedores
de Artículos de Regalo Publicitarios y Promocionales

fyvar.com

SCHERE TO GO

Muss es denn immer ein Stift sein? Der neueste Knaller aus Japan zeigt, dass es auch innovativer geht. Die ultimative Taschenschere ist ein einzigartiger Must-Have Begleiter für unterwegs – praktisch, formschön, handlich. Das ideale Werbegeschenk für alle, die überraschend anders sein wollen. Die Taschenschere überzeugt durch ihr anspruchsvolles Design, ihre hohe japanische Qualität und vielseitige Anwendungsmöglichkeiten. Mit diesem Produkt erhalten Kunden etwas wahrlich Neues, das einen besonderen und bisher nicht gegebenen Nutzen schafft.

PSI 48564 • PLUS Europe GmbH • Tel +49 21152285713
oskar.majer@plus-corporation.com • www.plus-europe.com



LEUCHTENDE MOMENTE

Leuchtende Momente mit vollem Smartphoneakku festhalten: Die neue Power Bank Q-Pack Shine (A100778) von Vim Solution ist in drei Kapazitäten bis 3000mAh erhältlich und hat ein ganz besonderes Extra. Sie leuchtet oder blinkt in zwei Stufen. So erstrahlt die individuelle Botschaft auf der Power Bank in ganz neuem Licht. Durch diese doppelte Einsatzmöglichkeit als Power Bank und gemütliches Abendlicht ist der Q-Pack Shine ein beliebter Begleiter bei Campingurlaube oder Erlebnisseisen. Überzeugen Sie sich selbst und fordern Sie ein Muster an.

PSI 47555 • Vim Solution GmbH • Tel +49 7661 909490
info@vim-solution.com • trader.vim-solution.com

ABSOLUT „WEARABLE“

Kasper & Richter bietet für alle Fitness-Fans, die mehr wollen, smarte Fitnessuhren und innovative Schrittzähler an. Eine der neuesten „Wearables“, das Fitnessband „Energy“, zeichnet die täglichen Aktivitäten und Schlafqualität auf und wertet diese auf dem Smartphone aus. Mit diesem Fitnessband der neusten Generation können die täglichen Fortschritte zuverlässig gemessen werden. Über die zahlreichen Details und Funktionen des schicken Teils gibt das Unternehmen gerne direkt Auskunft.

PSI 40043 • Kasper & Richter GmbH & Co. KG • Tel +49 9131 50655-0
info@kasper-richter.de • www.kasper-richter.de



79

Au

Aufträge

49

In

Internationalität

FAKTOR AKQUISE

Die deutschen Messen. Wo die Chemie stimmt. Und aus internationalen Kontakten konkrete Aufträge werden. Jetzt starten:

ERFOLG
DURCH
MESSEN
.DE



ENERGIE-GELADEN UND ERLEUCHTET

BrandCharger ist bekannt für seine Technik-Gadgets. Jetzt hat das Unternehmen einen Ausflug in die LED-Welt unternommen und „Glow“ auf den Markt gebracht, ein Dual Port-USB-Ladegerät mit einer bequemen Nachtlichtfunktion. Glow besteht aus feuerhemmenden Materialien und ist mit allen Sicherheits-Features ausgestattet. Immer Energie-geladen und erleuchtet – dank Glow.

PSI 48361 • BrandCharger Ltd • Tel +852 54100411
james@brandcharger.asia • www.brandcharger.com

VITAMINREICHER DURSTLÖSCHER TO GO

Sommerliche Temperaturen machen Durst, körperliche Betätigung kostet zudem Energie – ein kühler Fruchtsaft oder Wasser mit einem Spritzer Zitrone ist hier immer der richtige Vitaminschub. Die aus bruchstärkerem Polypropylen bestehende Flasche „Vitamin-IN“ ist gerade für unterwegs eine ideale Kombination aus 500 ml Saftbehälter mit integrierter Fruchtpresse. Zusammengeschraubt ist das Produkt 21,5 Zentimeter hoch mit einem Durchmesser von 7 Zentimetern, Öffnungsweite 4 Zentimeter. Die Verpackung ist aus recyclebarem Karton. „Vitamin-IN“ gibt es in Weiß-Grün, Weiß-Orange und Weiß-Schwarz.

PSI 42811 • Boomerang SAS (Citizen Green) • Tel +49 9369 9849974
office@citizengreen.de • www.citizengreen.de



SYMPATHISCHER GAUMENSCHMAUS

Die attraktive 150-Gramm-Tafel Schokolade lässt die Herzen der Kunden höher schlagen. Mittig in die Tafel wird wahlweise das Standardrelief „Frohes Fest“ oder ein Firmenlogo gegossen. Die Rippchen dieser großen Adventskalender-Tafel tragen ebenfalls die Ziffern 1 bis 24. Die stabile Kartonage ist individuell bedruckbar und zeigt durch ein Sichtfenster das Kundenlogo. Auch ohne Ziffern ist diese Tafel ein sympathischer Gaumenschmaus, der nicht nur in der Vorweihnachtszeit Aufmerksamkeit weckt und damit nachhaltig wirbt.

PSI 48639 • Kaiserstuhl-Chocolaterie GmbH & Co. KG • Tel +49 7642 900090
info@kaiserstuhl-chocolaterie.de • www.kaiserstuhl-chocolaterie.de





Put Some Balance Back Into Your Life.

Running a successful ad specialty business involves a lot of moving parts. Often, YOU are the CEO and CFO, the sales and marketing department, the call center and probably your own admin assistant – plus, you have a life outside of the office.

Don't let the back office steal time away from selling and from your life. Put some balance in your day with best-in-class tools designed specifically for ad specialty professionals like you:

- Relationship Management
- Multichannel Marketing
- Sourcing & Quoting
- Order Management
- E-Commerce

We can't add hours to the day, but we can give some back!

Take back today. Call ASI® at (800) 546-1491

or www.asicentral.com/membership
to learn more about your member benefits.



KURZE BOTSCHAFT, KLEINE PREISE, GROSSE WIRKUNG +++ DER PSI-KLEINANZEIGEN-MARKT +++ JETZT JEDEN MONAT NEU +++ EXKLUSIV IM PSI-JOURNAL +++ JETZT SCHON BUCHEN FÜR DIE NÄCHSTE AUSGABE +++ TEL.: +49 211-90191-114/-150/-315/-321+++ FAX: +49 211-90191-180 +++ MAIL: VERLAG@PSI-NETWORK.DE

TEXTILIEN / TEXTILES

CORPORATE FASHION
by
ALTA SETA
ALTA SETA GmbH & Co. KG TEL: +49 (0)5031 / 70 36-0 www.alta-seta.de

PSI No. 45461

www.alta-seta.de

Chicobag
Fair, Nachhaltig
rePETe Recycelt
YOUR LOGO HERE
YOUR LOGO HERE
YOUR LOGO HERE
chicobag.de

PSI No. 49188

www.chicobag.de

BAUMWOLLTASCHEN / COTTON BAGS

CLIQUE ALL YOU NEED IS CLIQUE[®]
BASIC
Exklusiv erhältlich bei:
NewWave
newwave-germany.de
newwave-austria.de
www.newwave-germany.de
www.newwave-austria.de

PSI No. 44367

www.newwave-germany.de

STUTZ & FISCHER GMBH
Non-Woven-Taschen
Baumwolltaschen
BW-Rucksäcke
BW-Beutel
Schürzen
Fischer-Import GmbH
Tel.: 0 95 71 - 9 47 90 47
Fax: 0 95 71 - 9 47 90 48
verkauf@fischer-import.de
www.stutz-fischer.de
Alte Coburger Str. 13 - 96215 Lichtenfels
WERBEARTIKEL
2016 / 2017
Wir haben Ihr Werbekonzept in der Tasche!
Fordern Sie bitte den Hauptkatalog an!

PSI No. 42320

www.fischer-import.de

NACHHALTIGE PRODUKTE / SUSTAINABLE PRODUCTS

Wir weben Vielfalt
Weaving diversity
HERKA frottier
100% made in
Seit 1927
herka-frottier.at

PSI No. 46235

www.herka-frottier.at

PINS & ANSTECKER / PINS & BADGES

Service ist unsere Leidenschaft
Pins & mehr
Pins & Anstecker
Über 20 Jahre für Sie da!
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

badge4u
HELPING YOU SUCCEED

We badge your image

Round badges Different shape badges Any shape badges Different backside of badges

CALL AND ORDER FREE SAMPLE | www.badge4u.eu | +48 501 301 715 | +48 32 616 55 72 | info@badge4u.eu

PSI No. 47411 www.badge4u.eu

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

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2016 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

SCHLÜSSELANHÄNGER UND CHIPHALTER / KEY FOBBS AND TROLLEY COINS

Einkaufswagenlöser
.de | .at | .ch

PSI-Nr. 49467

PSI Nr. 49467
Einkaufswagen
mit gratis Keyfinder-Funktion

mit gratis Keyfinder-Funktion

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

Sonderkonditionen für Eigenwerbung!

PSI No. 49467 www.keymortizer.de

FEUERZEUGE / LIGHTERS

LIGHTER
IN PROGRESS
Design & Promotion 2016

KP Plattner
www.kp-plattner.at

PSI No. 441565 www.kp-plattner.at

BÜROBEDARF / OFFICE SUPPLIES

plastolan.
the power of promotion

Büroartikel aus Kunststoff

Nikolaus-Otto-Straße 4, D-59557 Lippstadt
Tel. +49(0)2941-9880, Fax +49(0)2941-98822
www.plastolan.de, info@plastolan.de

PSI No. 45727 www.plastolan.de

siplast®

TÜV-geprüfter Ausleseschutz

protect your data

SGS TÜV Geprüfte Schirmdämpfung 6915_05012016

info@siplast.de | www.siplast.de

PSI No. 46405

www.siplast.de

WERBE- UND PROMOTIONMATTEN / ADVERTISING AND PROMOTION MATS

JET-PRINT VELOUR ZUM STAUNEN!

Dank feiner Velours-oberfläche punktet diese Matte mit höchster Druckqualität bis ins kleinste Detail. Neugierig? www.promotion-mats.eu

KLEEN-TEX

PSI No. 43358

www.promotions-mats.eu

KEKSE / COOKIES

Logokekse
www.diekekselemacher.de

- wir bedrucken Kekse direkt mit farbigen Firmenlogos
- wir verpacken diese auch einzeln
- in allen Firmenbereichen als Give Away einsetzbar

Angebot inkl. Verpackung und Versand:

600 Stück

121,50 € D
140,00 € AUT
150,00 € CH

PSI No. 49194

www.diekekselemacher.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk PSI Supplier Finder 1/2016 oder online in unserem PSI Product Finder www.psiproductfinder.de

TRINKSCHOKOLADEN / DRINK CHOCOLATES

koawach
natürlich schokoladig

www.koawach.de

PSI No. 49759

www.koawach.de

KALENDER / CALENDARS

Wir veredeln die Marke Ihrer Kunden.

- Duftlack
- UV-Lack
- Strukturlack
- Relieflack
- Sonderfarbe
- Prägung
- Nachleuchtack
- Folienkaschierung

www.terminic.eu

PSI No. 41308

www.terminic.eu

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk PSI Supplier Finder 1/2016 oder online in unserem PSI Product Finder www.psiproductfinder.de

SPIELWAREN / TOYS

ERZÄHL MIR EINE GESCHICHTE...

Lassen Sie ihre Kunden in eine Welt voller Spannung, Fantasie und kleiner Abenteuer eintauchen.

Das Würfeln-Geschichten-Spiel von ASS Altenburger individuell für Ihre Promotion.

ASS ALTENBURGER

PSI No. 41169

www.werbespielkarten.de



Die neue Schlüssel-Anhänger Collection von Semo.

Wilde Gesellen

Ob als Give-away aus dem Standardsortiment, Werbebotschafter mit bedrucktem Halstuch oder als selbstgestaltetes Maskottchen – den Einsatzmöglichkeiten dieser sympathischen Werbeträger sind keine Grenzen gesetzt. BSCI-zertifizierte Produktion mit besonders hochwertigen, kantenfreien Schlüsselringen.

TRIGON Deutschland GmbH
 Kränkelsweg 28 · D - 41748 Viersen · Tel. 021 62 - 53 008-0
 Fax - 53008-20 · E-mail: info@semo.de · www.semo.de



PSI No. 44970

www.semo.de

SONDERANFERTIGUNGEN / CUSTOM MADE ARTICLES

Taschentücher-Box Beam 50. Eines der vielen Modelle von IssueTissue®



info@issuetissue.com
www.issuetissue.com

PSI No. 44613

www.issuetissue.com

ScreenProfi 4in1

Unser Topseller – Jetzt mit noch besserer Rückseite!

Mousepad - Bildschirmreiniger - Tastaturschoner - Brillenputztuch



Werbemittel-Händlerservice • Anrather Str. 21 • 47877 Willich
 Tel.: 021 54 / 50 2205-7 • Fax.: 021 54 / 50 2205-9 • Mail: info@wmhs.de

WMHS.de

PSI No. 49104

www.wm-hs.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
 PSI Supplier Finder 1/2016 oder online
 in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

TASCHENSCHEREN / POCKET SCISSORS

Schere to go



PLUS Europe GmbH
 oskar.majer@plus-corporation.com
 Tel. +49 0211 522 857 13

PSI No. 48564

www.plus-corporation.com

TASCHENMESSER / POCKET KNIFE

Multifunktional

PUMA TEC MULTITOOL

- 9 Werkzeuge
- Nylon-Etui
- Geschenkbox

Art-Nr. 300200



Herbertz DEUTSCHLANDVERTRIEB:
 C. Jul. Herbertz GmbH info@herbertz-solingen.de
 Telefon 0212 206300 www.herbertz-solingen.de

PSI No. 41275

www.cjherbertz.de

ZECKENKARTEN / TICK CARDS

Zeckenkarte mit Lupe

zum einfachen und sicheren Entfernen der Zecken ohne die Zecke zu quetschen. Ideal für unterwegs, klein und handlich in Scheckkarten-Größe



VORSICHT ZECKEN



lupenmaxx
 ...wir machen's größer!
 info@lupenmaxx.de · www.lupenmaxx.de
 Tel.: (0 76 61) 90 99 88 0

PSI No. 47814

www.lupenmaxx.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
 PSI Supplier Finder 1/2016 oder online
 in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

WERBEARTIKEL HERGESTELLT IN WERKSTÄTTEN FÜR ANGE-
PASSTE ARBEIT VON MENSCHEN MIT BEHINDERUNG /
PROMOTIONAL ARTICLES MANUFACTURED IN WORKSHOPS
FOR ADAPTED WORK DONE BY PEOPLE WITH DISABILITIES

WERBEMITTEL
MIT EMOTIONALEM MEHRWERT



Gefertigt in Werkstätten
für behinderte Menschen
Made in Germany
Individuelle Fertigung
PSI 49622
www.wunderle.com

PSI No. 49622

www.wunderle.com

VERPACKUNGEN / PACKAGING

Verpackungen für
Werbepräsentate

Vielfältige Materialien.
Individualisiert und veredelt.
Bereits für Kleinauflagen.




ab1Karton.de
Verpackungslösungen ab Losgröße 1.

PSI No. 49737

www.ab1karton.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2016 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

VEREDELUNG & WERBEANBRINGUNG /
FINISHING & PROMOTIONAL LABELLING

PORZELLAN - GLAS - DRUCK

KÖSSINGER
Aktiengesellschaft
DER WERBEARTIKEL-SPEZIALIST



PSI No. 42087

www.koessinger.de

TEXTILDRUCK

fabuprint
Textdruck & Werbemittel

- ✓ Siebdruck
- ✓ Flexdruck
- ✓ Flockdruck
- ✓ Stick
- ✓ Sublimation
- ✓ Digitaldirektdruck
- ✓ Lohndruck
- ✓ Fullservice
- ✓ Kundenschutz

! Fordern Sie jetzt Ihre Händlerpreisliste und Druckmuster an !

www.fabuprint.de 0231 - 228 193 - 0 info@fabuprint.de

PSI No. 49654

www.fabuprint.de

PSI LOGISTIKPARTNER / PSI LOGISTIC PARTNER

ztlv
ztlv-logistik.de



WERBEMITTEL-
LOGISTIK
MIT KÖPFCHEN

PSI No. 48535

www.ztlv-logistik.de

QUALITÄTS- UND SICHERHEITSDIENSTLEISTUNGEN /
QUALITY AND SECURITY SERVICES

Intertek

Valued Quality. Delivered.

PSI Partner

www.intertek.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2016 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

PUBLIKATIONEN / PUBLICATIONS



PSI Media Partner

www.allaboutsourcing.de



PSI Media Partner

www.promz.de



PSI Media Partner

www.dedica.de



PSI Media Partner

www.psi-network.de/mediadaten

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



PSI Media Partner

www.textile-network.de

STELLENANZEIGEN / JOB OFFERS



Mid Ocean ist eine der innovativsten Glasflaschen mit über 20-jähriger Erfahrung im Markt und bietet seinen Kunden Komplettlösungen vom Produkt bis hin zu Glas 2D-Verpackungstechniken etc.

Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir:

Eine(n) erfahrenen Kundenbetreuer/in
Für den Innendienst am Standort Koblenz

Zu Ihren Aufgaben gehören:

- Kundenberatung
- Bearbeitung aller Kundenanfragen
- Argusentwicklung
- Auftragsbearbeitung sowie Nachbearbeitung
- Selbstständige Bedienung von professionellen Kunden sowie Vertiefung des Produkts und Dienstleistungsportfolios
- Eigenverantwortliches Handeln nach vorgegebenen Prozessen
- Zusammenarbeit mit allen relevanten Fachabteilungen

Sie sind kommunikativ, haben Spaß an der Arbeit und einen sehr guten Umgang mit Kunden. Sie sind teamfähig, Sie sind engagiert, Sie sind flexibel und Sie sind motiviert. Wir sind wachstumsorientiert und bieten Ihnen die Möglichkeit in einem Team arbeiten und wachsen zu können. Ihre persönliche Entwicklung wird bei Mid Ocean gefördert!

Dann bewerben Sie sich!

midoceanbrands

Mid Ocean Germany GmbH • Vanessa Franz • Am Mettenheimer Bahnhof 11 • 56072 Koblenz • info.deutschland@midoceanbrands.com

VERKÄUFER MIT HERZBLUT AUFGEPASST!



WIR SUCHEN DICH!
Lust auf eine neue Herausforderung?

Für unser weiteres Wachstum und unsere Kunden suchen wir Vertriebler die mit Herzblut verkaufen.

Wähle aus drei Standorten
Leipzig | München | Düsseldorf

Bewerbungen gerne per Mail an: jobs@ps-print.de
ps printsolution GmbH · Leopoldstraße 244 · 80807 München
Telefon: 089-4161515-13 · Web: www.ps-print.de

INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page	41816	Nestler-matho GmbH & Co. KG	012
49737	5A PLUS GmbH	087, 124	PSI Partner	OOH Magazine	091
40661	Arti Kalender & Promotion Service GmbH	002	49990	PTE Trade Show - O.P.S. srl	129
PSI Partner	ASI - Advertising Specialty Institute	119	47035	Ortmann & Werbung - Vertrieb und Herstellung von Metallwerbeartikel	043
41169	ASS, Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	122	42809	F. Pecher GmbH Fabrik für Schreibgeräte	037, 121
PSI Partner	AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.	117	40660	PF Concept Deutschland GmbH	081
47411	badge4u	063, 121	46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	120
45767	Bottle Promotions - a Tacx International Company	079	45727	Plastolan GmbH	121
PSI Partner	bpma - British Promotional Merchandise Association Ltd.	065	41565	KP Plattner GmbH	121
45452	CD-LUX GmbH	2. Umschlagseite / IFC	48564	PLUS Europe GmbH	123
42819	Gustav Daiber GmbH	007	42332	prodix S.A.	001, 035
41369	elasto form KG	048a-048b	45582	PSI Reed Exhibitions Deutschland GmbH	009, 013-023, 083, 127, 135, 3. Umschlagseite / IBC, Lesezeichen / Bookmark
41857	EUROSTYLE- Emil Kreher GmbH & Co.KG - Lederwarenfabrik	033	16426	PSL Europe BV	077
49654	FABU-Print GmbH & Co. KG	124	42880	ps printsolution GmbH	126
43144	FARE - GUENTHER FASSBENDER GmbH	047	42880	Signum Siebdruck - Tampondruck GmbH	079
42320	Fischer-Import GmbH	120	46405	SIPLAST Siegerländer Plastik GmbH	122
PSI Partner	FYVAR - Asociación de Fabricantes y Vendedores de Artículos de Reclamo	115	45567	SND PorzellanManufaktur GmbH	087
PSI Partner	GWW - Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V.	059	48720	Strimaxx & Friends GmbH	043
41275	C. Jul. Herbertz GmbH	047	49646	Tie Solution GmbH	089
46235	Herka GmbH	120	41941	Trendfactory B.V.	061
45918	Herzog Products GmbH	29	44970	TRIGON Deutschland GmbH	003, 123
42042	Mid Ocean Germany GmbH	126	46311	TROIKA Germany GmbH	049
42907	Inspirion GmbH	111	41848	uma Schreibgeräte	041
PSI Partner	Intertek Holding Deutschland GmbH	010-011	PSI Partner	Verein Deutsche Fachpresse	127
PSI Partner	IPSA - Institute of Professionals in Specialty Advertising	045	PSI Partner	Meisenbach Verlag	131
44613	IssueTissue® / IssueTissue by	123	44281	VICTORINOX AG	075
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co. KG	4. Umschlagseite / OBC	PSI Partner	viscom - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	107
48639	Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co. KG	109	49104	Werbemittel-Händlerservice	123
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	073	47395	Zwilling J. A. Henckels AG	051
46131	KHK GmbH	031	Beilagen / Inserts (* Teilaufgabe / Part circulation)		
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	071, 122	49275	Anlauf & Anlauf Gbr	*
49759	koakult GmbH	122	48316	CHOCOLISSIMO by MM Brown Deutschland GmbH	*
42438	Lediberg GmbH	005	44455	LINOTEX GmbH	*
49194	Bäckerei Lieberwirth GbR	122	45899	micx-media in concept gmbh & co. Kg	*
47814	Lupenmaxx GmbH	123	49467	PINkey AG	
42020	mbw® Vertriebsges. mbH	089	43952	PSI Reed Exhibitions Deutschland GmbH	
45974	Multiflower GmbH	039	PSI Partner	ztv Zustell-, Transport- und Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG	
49188	NAWOLI GmbH	120			

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.**

TOP-PRODUKTTHEMEN IM PSI JOURNAL

Sommer, Sonne, Sonnenschein – das PSI Journal trotz dem Winter! Platzieren Sie Ihre Werbeartikel zu den Themen Sommer und Garten, Werkzeug, Auto und Sicherheit in der November Ausgabe des PSI Journals.

Ausgabe

11
2016

**SOMMER UND GARTEN und
WERKZEUG, AUTO, SICHERHEIT**

Redaktionsschluss: 16.9.2016
Anzeigenschluss: 5.10.2016

Ausgabe
12
2016

**STREUARTIKEL und
PREMIUMS, MARKEN UND DESIGN**

Redaktionsschluss: 17.10.2016
Anzeigenschluss: 4.11.2016

Ausgabe
01
2017

**STREUARTIKEL und
PREMIUMS, MARKEN UND DESIGN**

Redaktionsschluss: 17.10.2016
Anzeigenschluss: 4.11.2016

Ausgabe
02
2017

**HOBBY, SPORT UND FANARTIKEL und
KALENDER, PAPIER, VERPACKUNGEN**

Redaktionsschluss: 16.12.2016
Anzeigenschluss: 6.1.2017



Das Cross-Media Sales Team des PSI berät Sie jederzeit gerne.
Telefon +49 211 90191-114/-150, Fax +49 211 90191-180, E-Mail verlag@psi-network.de

PSI

PSI-SEMINAR ZUM THEMA TEXTILE WARENKUNDE

Wie entstehen aus Fasern Garne? Was unterscheidet Web-, Wirk- und Strickwaren? Wofür wird welcher Stoff eingesetzt? Oft sind Unterschiede nicht auf den ersten Blick zu erkennen, entscheiden jedoch über Qualität und Einsatzgebiete. In dem **Grundlagenseminar: Textile Warenkunde, in Kooperation mit der Akademie für Textilveredelung**, erläutert **Referentin Birgit Jussen** die textile Produktionskette, vermittelt die wichtigsten Fakten über Fasern, Stoffe und Veredelungen und erklärt, welche textilen Fasern natürlichen Ursprungs sind und welche künstlich erzeugt werden. Durch Anfassen und Ansehen werden



Birgit Jussen: „Das Angebot an Textilien für den Bereich Promotion und Corporate Fashion ist vielfältig, ebenso auch die Qualitätsunterschiede. Das Seminar soll helfen, die textilen Unterschiede zu erkennen und so für den entsprechenden Einsatz das richtige Textil zu finden.“

verschiedene Textilien untersucht. Darüber hinaus erhalten die Teilnehmer ein Raster, mit dem sie Unterschiede auch hinsichtlich der Qualität einschätzen können. Das Seminar findet am **20. September von 9 bis 17 Uhr in Düsseldorf** statt. Weitere Informationen unter www.psi-network.de sowie unter www.aka-tex.de. <



PSI BRANCHENBAROMETER 2/2016 KOMMT IM NOVEMBER

Konjunkturaussichten, Unternehmensstrukturen, Absatzmärkte und Umsatzbringer: Das PSI Branchenbarometer gibt einen Überblick über den Status quo der europäischen Werbeartikelwirtschaft. Weit mehr als 1.000 Unternehmen nehmen europaweit an der Befragung teil.

In der vergangenen Ausgabe ergab sich ein überwiegend positives Bild. So erwartete eine beeindruckende Mehrheit der Unternehmen für die kommenden fünf Jahre eine positive Umsatzentwicklung. Bei den Lieferanten waren es 84 Prozent, bei den Werbeartikelberatern stolze 83 Prozent. Bemerkenswert sind die Umsatzzuwächse, die prognostiziert wurden: 46 Prozent der Lieferanten rechneten mit



einem Wachstum von mehr als zehn Prozent. Bei den Händlern waren es sogar 54 Prozent. Welche Bilanz Lieferanten, Händler und Berater jetzt ziehen, wird die Ausgabe 2/2016 des PSI Branchenbarometers zeigen. Sie erscheint im November 2016. <

Bislang gab es die folgenden PSI Branchenbarometer:

- PSI Branchenbarometer 1/2015 – Europa
- PSI Branchenbarometer 2/2015 – Europa
- PSI Branchenbarometer 1/2016 – Europa
- PSI Branchenbarometer 1/2016 – Niederlande special
- PSI Branchenbarometer 1/2016 – Frankreich special

PSI HÄNDLERTAGUNG RUND UM WEBSHOP UND GUTE TROPFEN

Ein eigener Webshop oder Showroom ist ein innovativer Verkaufskanal. Aus diesem Grund hatten sich im Juli interessierte Händler zur PSI Händlertagung im hessischen Walluf eingefunden, um die PSI Shop-Lösung kennenzulernen. PSI Senior Webentwickler Andreas Mohr präsentierte im Ambiente eines Rheingauer Weingutes die Leistungen des PSI Webshop-Systems. Dabei lernten die Teilnehmer, wie sie Produkte aus der Datenbank der PSI Hersteller beziehen und ihren Kunden automatisch neueste Artikel mit aktuellen Produktinformationen und Veredlungsmöglichkeiten bieten können. Neben einer anschaulichen Einführung in die Materie gab es genügend Zeit, individuelle, auf die eigenen Bedürfnisse abzielende Fragen zu stel-

len. Den fröhlichen Ausklang der PSI Händlertagung bildete bei angenehm sommerlichen Temperaturen eine gemütliche Weinprobe.



STAND OUT!



CHANGE YOUR LOOK... AND YOUR STRATEGY!

pte promotiontrade
exhibition

FIERAMILANOCITY
PAV. 3
17th EDITION

18 · 19 · 20
January
2017


FIERA MILANO

fieramilanocity

www.pteitaly.it
espositoripte@fieramilano.it



PSI 2017 NEUES TOOL ZUR EFFIZIENTEN BESUCHERDATENERFASSUNG

Im Vorfeld der PSI 2017 hat das PSI mit der dMAS GmbH aus Österreich eine strategische Zusammenarbeit vereinbart. dMAS ist das digitale Messe-Anfrage-System für den Werbemittelmarkt in D-A-CH. Die Software wurde in den letzten Jahren bereits von über 600 Lieferanten und 50 Händlern auf wichtigen Messen eingesetzt. Die dMAS GmbH, selbst PSI Mitglied, kennt also die Bedürfnisse der Branche und vielen PSI Mitgliedern ist das System auch bereits vertraut. Auf das Know-how der Österreicher rund um das Thema Besucherdatenerfassung greift nun auch das PSI zurück. Und das ist gerade mit Blick auf den Industriekundentag am 12. Januar 2017 von besonde-

rer Bedeutung. Denn das System erkennt automatisch, ob der Besucher ein Händler oder Industriekunde ist. Besonderer Vorteil für Aussteller der PSI 2017: Sie alle können von dem System profitieren, denn mit der Buchung ihres Standes erhalten sie beliebig viele Lizenzen/Zugangsdaten für die App zur Besucherdatenerfassung. Über die Datenerfassung der Besucher hinaus können Aussteller dMAS nutzen, um Produkte im System zu hinterlegen, Anfragen zu verwalten und Angebote direkt an Händler zu senden. Ab Herbst ist dMAS über das PSI Online Service Center (OSC) verfügbar. Mehr Details gibt es in der Oktober-Ausgabe des PSI Journals. <

AUCH 2016 IST IPSA WIEDER BUSINESS-PLATTFORM



Sie wird einmal mehr Dreh- und Angelpunkt für Branchenprofis und Vertreter von Werbeagenturen, Einkauf- und Marketingabteilungen werden: die **IPSA Herbst 2016**, die größte

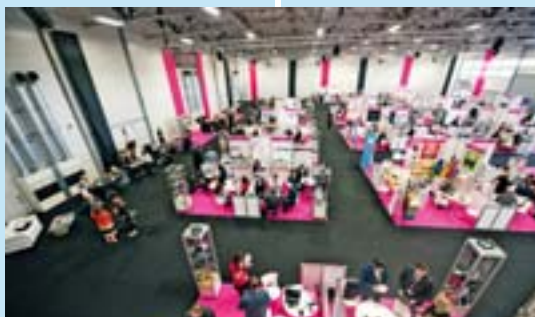
Werbeartikelmesse in Russland, GUS und Osteuropa. Vom **6. bis 8. September** findet sie auf dem Ausstellungsgelände **Crocus Expo in Moskau** statt. Die internationale Messe IPSA ist die einzige Veranstaltung in Russland, die sich auf die Werbeartikel- und Merchandising-Branche spezialisiert hat. Sie ist die erste Adresse für Hersteller und Händler von Werbeartikeln, Dienstleister und deren Kunden: Full-Service Agenturen, Werbeagenturen, Produktionsfirmen und Einkäufer. Im vergangenen Jahr waren 188 Aussteller vor Ort. Dazu wurden 4.714 Fachbesucher an den drei Tagen in der Crocus Expo in Moskau gezählt. Von den Besuchern war ein Drittel von Einkäuferseite; ein weiteres Drittel kam aus Werbeagenturen sowie Werbe- und Produktionsunternehmen. Neben neuen Produkten und Business-Lösungen bietet die IPSA powered by PSI auch ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm. www.ipsa.ru <

SOURCING CITY MARKETPLACE: EXKLUSIVES ANGEBOT

Sourcing City Marketplace ist das **exklusive VIP Networking** Event für erfahrene Player unter den Top-Händlern der Branche: Hier treffen sie sich mit den führenden Lieferanten der Branche aus Großbritannien und dem europäischen Ausland. Sourcing City Marketplace gründet auf der Erkenntnis, dass bei den traditionellen Messen der Schwerpunkt vorrangig auf Produkten liegt und die Gespräche nach Ansicht erfahrener Aussteller und Kunden stets um die gleichen Themen kreisen. Es ist der richtige Ort für Lieferanten und Händler, um potenzielle Partner zu treffen. Hier kann man in entspanntem Um-

feld bestehende Geschäftsbeziehungen festigen und zukünftige Zusammenarbeit planen. In diesem Jahr findet Sourcing City Marketplace am **21. und 22. September** im englischen Farnborough statt. Zu dem zwei Tage dauernden Trade Event sind ausschließlich die VIPs unter den Händlern aus der Werbeartikelbranche mit einem Umsatz von über £250k geladen. Besucher können für den

Preis von £159 ein SCM Hotelpaket buchen, das den Eintritt, Verpflegung, Empfang am ersten Tag, das SCM Networking Dinner sowie eine Übernachtung mit Frühstück im Premier Inn in Farnborough beinhaltet. www.sourcingcitymarketplace.co.uk <



SO VIELSEITIG WIE DIE TEXTILE KETTE.

www.textile-network.de



textilenetwork

Ihr Begleiter in der Textilbranche!



Neue Mitglieder New Members

PSI Journal 8-9/2016

www.psi-network.de

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

PSI Händler / Distributor

PSI No. 17176	A1oSign Sarl, FRANCE	
PSI No. 17174	AKURAT-Werbetechnik EK, GERMANY	www.akurat.de
PSI No. 17156	Alpi Group v. GmbH, ITALY	www.alpi-group.eu
PSI No. 17154	AP::PRO Werbe- und Handelsagentur Fr. Ankica Pajic, AUSTRIA	
PSI No. 17189	Arenz Werbeartikel Inh. Eduard Arenz, GERMANY	www.arenz-werbeartikel.de
PSI No. 17184	Bea Promotions Ltd, ALBANIA	www.beapromotionalgifts.com
PSI No. 17194	C & M Printing Inh. Maas Van Veldhuizen, THE NETHERLANDS	
PSI No. 17172	DEEDS fashion GmbH, GERMANY	www.deeds-fashion.com
PSI No. 17181	D&J Workwear + Premium Gifts Inh. Dick Wijnhoven, THE NETHERLANDS	www.dj-print.nl
PSI No. 17186	Emre Cengiz & Semih Ünal Gbr, GERMANY	www.visual-arts.eu
PSI No. 17169	FOTOSPEKTRAS UAB, LITHUANIA	www.fotospektras.lt
PSI No. 17168	Guido Höfer Inh. Guido Höfer, AUSTRIA	www.creativgravur.de
PSI No. 17152	Hans Creativ Inh. Tina Echternach, GERMANY	www.hanse-creativ.de
PSI No. 17164	Happy Heart BVBA, BELGIUM	www.happyheart.be
PSI No. 17150	lichtenstein medien Inh. Jörg Lichtenstein, GERMANY	www.lichtenstein-medien.de
PSI No. 17180	Mainoslahjaverkkokauppa Inh. Tarja Hanuttu, FINLAND	www.mainoslahjaverkkokauppa.fi
PSI No. 17200	MJ SPORT S.A. , BELGIUM	www.mj-sport.be
PSI No. 17192	Nedco Display b.v. LTD, THE NETHERLANDS	www.nedco.nl
PSI No. 17160	O&R Streetwear BV, THE NETHERLANDS	
PSI No. 17179	Out of Office SPRL, BELGIUM	www.out-of-office.be
PSI No. 17165	Radev Print Ltd, BULGARIA	www.r-print.bg
PSI No. 17197	Ramex Intermed Ltd, ROMANIA	www.ramex.ro
PSI No. 17151	Reklámpark Kft. Ltd., HUNGARY	www.kreativmegoldas.hu
PSI No. 17158	Rontex AG, SWITZERLAND	www.waterman.ch
PSI No. 17190	Smart Graphics VOF, THE NETHERLANDS	www.smartgraphics.nl
PSI No. 17161	Speedwear NV, BELGIUM	
PSI No. 17183	T.A.E. srl, ITALY	www.taesrl.com
PSI No. 17195	Tex Advertising Ltd, SERBIA	www.tex.rs
PSI No. 17182	TRENDMARK LTD/AB, SWEDEN	www.trendmark.se
PSI No. 17173	TZI Werbung Inh. Thomas Zimmermann, GERMANY	
PSI No. 49171	Allers Grupa sp. z.o.o., POLAND	

PSI Lieferanten / Supplier

PSI No. 42357	Böker Manufaktur Solingen Heinr. Böker Baumwerk GmbH, GERMANY	www.boker.de
PSI No. 49170	CREA F2 LLC, UNITED ARAB EMIRATES	www.creaworldwide.com
PSI No. 49160	Fantasia Blumen Im- u. Export GmbH, GERMANY	www.fantasia-blumen.de
PSI No. 49187	Gigaset elements GmbH, GERMANY	www.gigaset-elements.com

Neue Mitglieder

New Members



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

PSI No. 49172 HEADS GRP Ltd, UNITED KINGDOM www.infruition.com
PSI No. 49183 IDentiks Card Systems d.o.o, SLOVENIA www.identiks.si

PSI No. 40940 IGRO Import- und Grosshandels GmbH, Germany www.igro.com



IGRO, die Taschen-Macher. Werbetaschen mit traumhaften Multiplikator Effekten! Taschen aller Art: Eventtaschen, Goody Bags, Fan Taschen, Messetaschen, trendige Einkaufstaschen, durchkonstruierte Spezialtaschen, Werkzeugtaschen, Merchandising Bags für erfolgreiche Marken und mehr textile Werbeartikel!

IGRO, the bag creators. Promo bags with stunning multiplying effects! Popular advertising bags of all kinds, event bags, goody bags, fan bags, exhibition bags, shopping bags, intelligent technical bags, tool bags, merchandising bags for successful brands.

PSI No. 49180 J.H. Tönnjes GmbH, GERMANY www.toennjes.de
PSI No. 49186 Joan McLean Jo-M® Inh. Joan McLean, GERMANY www.recordbagz.de
PSI No. 47723 Kekswerkstatt GmbH, GERMANY www.kekswerkstatt.de
PSI No. 49173 Kelly GmbH, AUSTRIA www.kelly.at

PSI No. 49759 koakult GmbH, GERMANY www.koawach.de



koawach ist die leckere Bio-Trinkschokolade mit natürlichem Koffein aus Guarana: der vegane Wachmacher als Alternative zu Kaffee. Unsere Rohstoffe beziehen wir fair gehandelt direkt von den Produzenten. Wir bieten individuelle Branding- und Geschenk-Lösung.

PSI No. 47741 LGP GEM LTD., UNITED STATES www.lgpltd.com
PSI No. 49181 MART's Martyna Konowrocka, POLAND www.marsbags.com
PSI No. 49174 Metrie s.r.o., CZECH REPUBLIC www.metrie.cz

PSI No. 49188 NAWOLI GmbH, GERMANY www.chicobag.de



Demonstrieren Sie Qualität und Nachhaltigkeit mit Ihrem Design auf Taschen aus recycelten PET-Flaschen

PSI No. 49191 New Free Look LS d.o.o., SERBIA www.free-look.rs
PSI No. 49179 NOVATEX GmbH, GERMANY www.novatex.de
PSI No. 46883 OPTEXX GmbH, GERMANY www.optexx.eu
PSI No. 49184 Platinum Promotion S.C. M. Jurkiewicz P. Hoffmann, POLAND www.arpp.pl
PSI No. 49190 PPH Batkiewicz sp.j. M.J.G.S. Batkiewicz, POLAND www.topsmycze.pl

DIE TECHNOLOGIEBRANCHE

Drifft die Werbeartikelbranche immer weiter auseinander oder konsolidiert sie sich? Dass sich Investoren sowohl im Handelsbereich als auch im Lieferantebereich verstärkt engagieren, belegt deren großes Interesse am Werbeartikel und die optimistische Erwartung einer voraussichtlich profitablen Zukunft. Sind doch Investoren alles andere als blauäugig. Sie haben klare Wachstums- und Profitabilitätsziele. Sie investieren nur, wenn ein Mindestmaß an Sicherheit und Wachstum prognostiziert wird. Ein Signal also, dass die Werbeartikelbranche weiter an Bedeutung gewinnt.

Das Engagement von Investoren ist aber auch ein Signal des steigenden Wett-

bewerbs im Kampf um den Kunden und einer damit verbundenen Konsolidierung des Marktes. Die Zukunft kann man dadurch düster oder rosa malen. Neben einer klaren Positionierung und der Differenzierung gegenüber Wettbewerbern spielt die Technologie eine immer dominantere Rolle. Sie beherrscht mittlerweile alle Stufen der Wertschöpfung. Kreativität wird heute durch Hard- und Software unterstützt. Aus Ideen und Entwürfen werden innerhalb von Stunden durch 3D-Drucker Prototypen aus Kunststoff oder Metall. Sonderanfertigungen sind heute schneller realisiert als je zuvor. Auch die Veredelung erfährt dank Digitaldruck eine rasante Entwicklung. Nanodruck ermöglicht eine

nie dagewesene Schärfe. Bedruckbar ist mittlerweile alles, Grenzen gibt es keine mehr. Hohe Geschwindigkeit und hohe Qualität sind gegeben.

Können kleinere Unternehmen, insbesondere Händler, da noch mithalten? Neben Investitionen geht es primär um profundes Werbeartikelwissen, auch im Bereich Veredelungstechniken. Da greifen viele Disziplinen ineinander, die alle beherrscht werden wollen. Aus- und Weiterbildung sind dafür die Grundlagen, was uns bei Händlertreffen immer wieder bestätigt wird. Einfach machen es einem da die großen Dienstleister wie PF, die alles aus einer Hand in unglaublicher Geschwindigkeit anbieten.

Technologien spielen aber auch in der Kundenakquise und Kundenbetreuung eine immer größere Rolle. Ohne CRM-System kommt heute kaum noch ein Unternehmen aus. Das gilt ebenso für den Vertriebskanal Online. Dennoch hört man noch oft genug aus der Branche, dass Technologie und Internet überschätzt werden. Stillstand ist Rückschritt. Das mussten auch schon andere Branchen erfahren.

»Die Technologie spielt eine immer dominantere Rolle – in allen Stufen der Wertschöpfung.«



Es grüßt Sie

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

Der PSI Business Performance Index

das Benchmarking Tool für Händler



Wie wettbewerbsfähig sind Sie? Was macht Ihr Unternehmen gut, was machen andere Unternehmer vielleicht besser?

Der direkte **Vergleich mit Ihren Wettbewerbern** und ein Überblick über die Wirtschaftslage helfen Ihnen, erfolgreich im Wettbewerb anzutreten. Um einen entsprechenden Vergleich in der Werbeartikelwirtschaft ermöglichen zu können wurde im Januar 2016 in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Techconsult der **PSI Business Performance Index** aufgesetzt.

Das Instrument der Wettbewerbsanalyse hilft Unternehmen festzustellen, in welchen Prozessen Unterschiede, Leistungslücken und Verbesserungsmöglichkeiten bestehen.

Die Datenbank des PSI Business Performance Index wird zurzeit durch Umfragen in der Werbeartikelbranche mit echten Daten aus dem Markt gefüllt. Das Vergleichsverfahren mit dem Sie sich dann selber messen können, wird Anfang 2017 beginnen.

Ihr Nutzen: Sie erkennen bereits beim Durchlaufen der Befragung Ihre Stärken und Schwachstellen, oder bisher weniger beachtete Aspekte der Prozesse in Ihrem Unternehmen. Betrachten Sie die Befragung als eine Art „Laufzettel“ durch alle Ebenen Ihres Unternehmens und **lernen Sie Ihre eigenen Abläufe aus einer neuen Perspektive kennen.**

Mehr Informationen:
www.psi-network.de/businessperformanceindex

**JETZT
TEILNEHMEN!**



FESTE WERBEN

Wer (hart) arbeitet, benötigt auch adäquaten Ausgleich. Nicht zu Unrecht ist in den vergangenen Jahren die sogenannte Work-Life-Balance in aller Munde und füllt Seminare und Publikationen. Ein zeitlos probates Mittel lockerer bis ausgelassener Entspannung bieten Feste und Events. In derlei Ambiente sind die Feiernden besonders aufnahmefähig für die Reize dem Anlass angemessener Werbearbeitel. Ein ebenso zeitloses, von der Branche indes immer auf der Höhe der Trends behandeltes Thema ist das textiler Werbung. Aus beiden Bereichen stellen wir im Oktober die neusten Produktideen und Kreationen vor.

**Bitte denken Sie schon jetzt an das Produktthema der Ausgabe November mit den Themen-
gruppen „Sommer und Garten“ sowie „Werkzeug, Auto, Sicherheit“ und senden Sie Ihre
Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 16. September 2016 an: Edit Line GmbH,
Redaktion PSI Journal, E-Mail hoechemer@edit-line.de.**



PSI SUSTAINABILITY AWARDS 2016

Die Spannung steigt: 35 Nominierte sind im Finale, wenn am 2. September 2016 die zweiten PSI Sustainability Awards im Kurhaus Wiesbaden vergeben werden. Die Preise in acht Kategorien beweisen, welche Eigeninitiativen die Branche ergreift und wie sie den Werbearbeitel als Produkt oder als Bestandteil einer Nachhaltigkeitskampagne einsetzt. Dass Kreativität und Nachhaltigkeit überzeugend Hand in Hand gehen, zeigen die nominierten Sustainable Products. Wir präsentieren die Gewinner.



ALLESKÖNNER MIT VIEL POTENZIAL

Eine Idee und Visionen zu realisieren und sie wachsen zu sehen, kann ein großer Glücksmoment sein, sagt Dagmar Kornhaas, Inhaberin von MAXX Factory. Ein neues Material für sich zu entdecken, ein vermutlich noch größerer. Für das oberfränkische Unternehmen heißt dieses Material papyr, ein ganz besonderes Papier, aus dem stylische Produkte entstehen. Wir stellen papyrMAXX im Oktober vor.



IMPRESSUM

Verlegt exklusiv für die Werbearbeitel-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-Lais-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

Alexandre Graziani
Tel.: +33 1 79719320, agraziani@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.
Olga Pons
Tel.: + 34 93 4244000, gpe@gpexpo.com

Türkei: Istexpo
Ismail Sezen
Tel.: +90 212 275 8283, ismail@istexpo.com

UK: Reed Exhibitions ISG UK
Daniel Cordock
Tel.: +44 20 8439 8918, daniel.cordock@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

**JETZT
TICKET BUCHEN!**

Meine
erste
Adresse

Regen-
Schirme

Tassen

USB-
Sticks

Exklusiv für PSI Händler: Zeigen Sie Ihren Kunden am Donnerstag, 12. Januar, die PSI!
PSI Händler, die als Besucher registriert sind, können ihre Industriekunden ab dem 01.09.2016 einladen.

 Reed Exhibitions

www.psi-messe.com/tickets

IHR XMAS-PARTNER!

Lindt

NEU!

Emil Heimann
Bäcker Konditor Gebäcker

Lindt

NEU!



Lindt Weihnachtsmann, 40 g

Mini-Christstollen

Lindt Weihnachtsmann, 10 g

Made in Germany!

NEU!

Made in Germany!



Lindt



2-er Dominostein

Adventskalender rund

Lebkuchen-Keks

Lindt

NEU!

Made in NL!

NEU!

QUADRETTIES

NEU!



Lindt Mini Pralinés

Fruchtgummi Rudolph

Werbe-Gruß