PSI Journal Internationales Magazin für Werbeartikel Februar 2017 56. Jahrgang OURNA



Product Guide

Hobby, Sport, Fanartikel Kalender, Papier, Verpackungen

BSCI

Noch Luft nach oben

Reda

Mission Spitzenposition

Innovative Produkte











UNSERE QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED: SÜßE OSTERPRÄSENTE UND GIVE-AWAYS FÜR JEDES BUDGET!

Es gibt Dinge, die einfach immer und überall gut ankommen: Süße Osterpräsente in Top-Qualität! Setzen Sie bei der Auswahl Ihres Werbemittels auf Wertigkeit und Qualität. Wie immer in der Werbung gilt: Tolle Ideen begeistern! Entdecken Sie neue Wege zum Kunden mit der Gewissheit, dass alles perfekt ist. Gleich Muster, personalisierten Online-Blätterkatalog und neutrale Händlerkataloge unter www.cd-lux.de bzw. info@cd-lux.de anfordern.



















Die Experten für Süße Werbemittel:

Mehr Begeisterung. Mehr Möglichkeiten. Mehr Service.

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





ditorial

Mit 55 sehr sexy

ie PSI Messe ist jünger denn je. Zumindest, wenn man jung mit modisch und modern gleich setzt. Alles, was heute in Digital-, Mode- und Technikwelten en vogue ist, stellte sich auch in Düsseldorf vor. Dazu Augmented Reality, 3D-Brillen und Bluetooth-Spea-

ker, aber auch innovative Drucktechniken und neue, haptische Anmutungen bei Schreibgeräten sowie Trinkbecher, die die Wärme bis zu 10 Stunden konservieren. Neue Techniken haben die Welt der traditionellen Werbeartikel wieder richtig sexy gemacht.

Sexy war die ganze Messe. Locker, leichtlebig, positiv gestimmt und voller guter Dinge. Unsicher waren sich Aussteller und Besucher anfangs nur in einer Frage: was der erste Industriekundentag wohl bringen werde. Von Gelassenheit bis Aufgeregtheit war an Emotionen alles vertreten. Strikte Ablehnung auch, das soll nicht verschwiegen werden. Wobei ich sie am Industriekundentag selbst überhaupt nicht gehört habe.

Die Dinge sind ja auch gut gelaufen. Sicher muss an kleineren Stellschrauben optimiert werden – wen wundert's auch, wenn ein so epochaler Wandel stattfindet. Eine Messe, die die 55 Jahre nur Lieferanten- und Händlermitgliedern zugänglich war, zeigte sich erstmalig einen Tag lang den Industriekunden – wenn sie von Händlern/Beratern eingeladen waren. Wie jeder Wandel, so war auch dieser begleitet von Chancen und Ängsten. Die einen sahen mehr Chancen, bei anderen überwogen die Ängste. Wie im normalen Leben.

Die meisten Händler und Berater hatten ihre Kunden aber exzellent auf die Messe vorbereitet. Sie hatten Produktlisten erstellt, Aussteller auf ihre Kunden vorbereitet und Präsentationstische reserviert. Marketeers und Anwender waren geradezu erschlagen von der Vielfalt der Produkte, von der Professionalität und Größe der ausstellenden Unternehmen und begeistert vom modernen Erscheinungsbild der Messe mit ihren vielen trendigen Präsentationen. Ein enormer Imagegewinn für die ganze Werbeartikel-Wirtschaft.

Es gab auch ein paar böse Buben, bei Ausstellern und Beratern, die sich nicht an die Spielregeln gehalten haben. Aber es waren Ausnahmen und das PSI wird die geeigneten Maßnahmen ergreifen, dies künftig abzustellen.

Unterm Strich war die PSI mit Industriekundentag ein tolles Fest für den Werbeartikel – und für die Branche. Danke an das ganze Messe-Team!

In diesem Sinne

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



Der perfekte Werbeträger für Ihre Marke

Jeder kennt Sie – die original SIGG Trinkflasche. Ihr markantes, international renommiertes Design macht sie zum Kultobjekt und zu einem perfekten Werbemittel, dass Ihre Marke zu einem gern gesehenen Begleiter macht. Profitieren Sie davon und setzen Sie auf die Markenstärke von SIGG. Gerne erstellen wir Ihnen eine persönliche Offerte und freuen uns auf Ihre Anfrage.





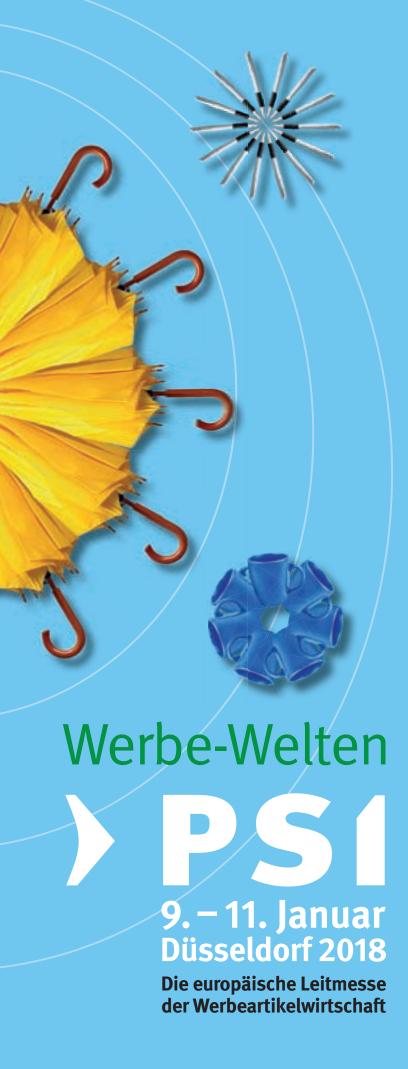
THE ORIGINAL.

WWW.SIGG.DE/WERBEGESCHENKE

TRENDS & BRANDS	
	4
PSI 2017 55. PSI mit neuen Rekordwerten	8
MARKTFORSCHUNG	16
FOKUS Business Social Compliance Initiative (BSCI): Noch Luft nach oben	18
PRODUCT GUIDE Hobby, Sport, Fanartikel	24
BRANCHE Unternehmen, Ereignisse, Märkte A & O Adventstour:	40
Networken im Zeichen der Gans Welcome Home Tour 2016:	44
Dabei zu sein lohnt sich immer	48
PRODUCT GUIDE Kalender, Papier, Verpackungen	50
UNTERNEHMEN Reda: Mission Spitzenposition doppler: edle Begleiter bei jedem Wetter CSW: Sortiment aufgefrischt	60 62 66
PRODUCT GUIDE Innovative Produkte	68
MY PSI	86
MEINUNG	90
VORSCHAU – IMPRESSUM	92









55. PSI mit Rekordwerten

Vom 10. bis 12. Januar 2017 haben die Düsseldorfer Messehallen wieder Europas größte Werbeartikelmesse beherbergt. Mit aufregenden Shows auf dem Catwalk, inspirierenden Vorträgen und natürlich vielen Innovationen und Produktpremieren war die PSI 2017 ein gelungener Startschuss ins neue Werbeartikeljahr – wie der erste Teil unserer Messestrecke beweist.

BSCI: Noch Luft nach oben

18

BSCI ist eine internationale Initiative von Handelsunternehmen

und Importeuren mit dem Ziel, sozialverträgliche Produktionsbedingungen zu fördern. BSCI-Mitglieder verpflichten sich, einen einheitlichen Verhaltenskodex zu akzeptieren und 70 Prozent ihrer Lieferanten innerhalb von drei Jahren erstmals zu auditieren. Was leistet der Kodex und wo sind die Schwachstellen? Eine Spurensuche.



Roadshows 2016: Spannende

Einblicke 44

Die A&O Adventstour und die Welcome Home Tour, die Ende 2016 über die Bühne gingen, waren wieder gut besuchte Events mit hohem Networking-Faktor. Ein Rückblick.



Reda: Mission Spitzenposition 60

Es ist eine der Erfolgsgeschichten, die sich wie ein modernes Märchen lesen – und dennoch wahr sind. Es ist die Geschichte des tschechischen Unternehmens Reda. Sie zeigt, wie sich aus innovativen Ideen auch mit anfänglich wenigen technischen Möglichkeiten sehr viel erreichen lässt.



www.psi-messe.com

3 Subtrends des Megatrends Gesundheit



Das Zukunftsinstitut hat Gesundheit neu definiert: "Gesundheit ist nicht mehr nur erstrebenswerter Zustand, sondern Lebensstil und Lebenssinn." Drei Subtrends* haben wir beispielhaft herausgegriffen:

Detoxing: der Versuch, sich etwa durch gezielte Ernährung von schlechten, schädlichen oder krankmachenden Substanzen zu befreien.

Bewegung: Sportivity lautet das Gebot der Stunde. Nicht die sportlichen Rekorde stehen im Vordergrund, sondern das Bestreben, ein neues Lebensgefühl im Alltag zu verankern.

Healthness: In der Konsumwelt beschränkt sich der Megatrend Gesundheit nicht mehr ausschließlich auf den Bereich Ernährung. Er umfasst längst sämtliche Alltagsprodukte.

*Diese und weitere Subtrends stellt das Zukunftsinstitut auf www.zukunftsinstitut.de vor.







Lebensqualität

Entschleunigen ist ein zentraler Begriff des 21. Jahrhunderts. Menschen schöpfen aus den unterschiedlichsten Quellen Kraft und Lebensenergie. Aus Health und Wellness wird Healthness.

Entspannen im Bio-Bad

Gams Wellness

- www.gams-wellness.de
- PSI 45698



Aktive Regeneration

LimeBOX

- www.lime-box.com
- PSI 48956





Klasse statt Masse

Gesund-Architektur.

Trends kommen. Trends gehen. Manche Trends bleiben. Gesunde Ernährung war, ist und bleibt angesagt. Die Huffington Post machte vor Jahresfrist den Trend "Back to Basic Foods" aus. Demnach greifen Men-

schen heute eher zu Nahrung, die nur minimal bearbeitet und behandelt ist und weitestgehend naturbelassen bleibt.







Außen attraktiv, innen gesund

Gutes genießen kann auch ein Augenschmaus sein. Attraktives Äußeres und gesunder Inhalt schließen einander nicht aus.

Konsumgut und Lifestyle



■ | Bio-Tee-Spezialitäten

Henosa-Plantanas Group GmbH

- www.plantanas.com
- PSI 47992

2 | Make It Take It

studioL

- $\hbox{\bf } www. Ritzenhoff-Industrie shop. de$
- PSI 51350



No sports? Nein, danke!

No sports. Das ist die legendäre und immer wieder gern zitierte Antwort, die der einstige britische Premierminister Winston Churchill einmal gegeben haben soll. Belegt ist dies nicht. Mit Gewissheit lässt sich jedoch sagen: Heute ist Sportivity ein Trend mit steigendem (Verkaufs-)Potenzial.



1 (Atmungs-)aktiv

PF Concept International B.V.

• www.pfconcept.com • PSI 40972

2 | Fit durch den Alltag

Xindao B.V.

• www.xindao.com • PSI 42772



Drei Tage präsentierte sich die PSI als inspirierende und innovative Plattform der europäischen Werbeartikelindustrie. Mit 6 Prozent mehr Ausstellern, fast 8 Prozent mehr Besuchern und einer auf 57 Prozent gestiegenen Internationalität setzte die 55. Auflage der PSI erneut Bestmarken.



er aufmerksam durch die Messehallen ging und Gespräche mit Ausstellern und Besuchern führte, der spürte deutlich die intensive Dynamik, aber auch die Zuversicht und Gelassenheit, die das Messege-

schehen in diesem Jahr prägte. Die Stimmung war optimistisch und man ging gut gelaunt und routiniert seinen Geschäften nach. Dem Industriekundentag sahen die Teilnehmer mit Spannung entgegen. Dass sich diese Eindrücke auch in den hervorragenden Messezahlen niederschlagen, zeigt unmissverständlich, dass auch die PSI 2017 ihrem Ruf als stärkste und unverzichtbare Werbeartikelplattform einmal mehr gerecht geworden ist. Mit dabei waren 988 Aussteller aus 37 Nationen (Vorjahr: 932) und 18094 Besucher (Vorjahr: 16810). Über 1700 Industriekunden waren der Einladung ihrer Werbeartikelhändler gefolgt und erlebten am letzten Messetag "Werbeartikel live". Ein verdienter Messerfolg auf der ganzen Linie.

Jung, trendy und inspirierend

Die PSI ist nicht nur Europas Leitmesse der Werbeartikelindustrie, sie steht auch in dem Ruf, die "weltweit schönste Werbeartikelmesse" zu sein. In den Düsseldorfer Messehallen entfalten sich jedes Jahr im Januar die ganze Vielfalt und der Charme einer Branche, deren Kapital auf der Innovationskraft und Kreativität der Aussteller und dem unersetzlichen Marketing- und Produkt-Know-how der Be-

Größer, innovativer, internationaler

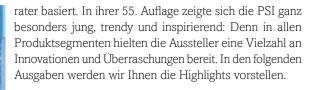
55. PSI mit neuen Rekordwerten











Die PSI bewegt die Branche

Der Kurs der Erneuerung, den die PSI in den zurückliegenden Jahren eingeschlagen hat, wird vom Markt und den Kunden honoriert. Denn die PSI präsentiert sich im neuen "look and feel" als Lifestyle-Event. Sichtbar wird der Charakter der PSI als multisensorisches Erlebnis zum Beispiel in der PSI Textile Area mit dem CATWALK, auf dem Textilien und Accessoires kreativ, professionell und schwungvoll in Szene gesetzt werden. Und eine Halle weiter im Tasting Pavillon GUSTO wird Werbung zum Genuss. "Das alles macht einfach Lust zu entdecken, zu probieren und selbst zu sehen, welche Möglichkeiten in Werbeartikeln stecken", erklärte Michael Freter zur Messeeröffnung. "Die PSI bewegt die Branche und bleibt selbst in Bewegung. Zusammen mit dem GWW und vielen Partnern unter Lieferanten und Handel haben wir intensiv daran gearbeitet, den Werbeartikel als attraktiven Werbeträger im Marketing-Mix besser zu positionieren." Das Vorzeigeprojekt in diesem Sinne war der Industriekundentag, den man als groß angelegte und erfolgreiche Imagekampagne für den Werbeartikel begreifen kann.

Begeisterte Industriekunden

Erstmals waren auf Einladung ihrer Händler Industriekunden am letzten Messetag zugelassen. Die Resonanz seitens des Handels auf den Industriekundentag war sehr gut, die Kunden waren interessiert und neugierig auf das, was sie erwarten würde. Auch Kunden, die Werbeartikel-Präsentationen von Hausmessen bereits kannten, zeigten

sich beeindruckt von den Dimensionen der Messe und waren überwältigt von dem riesigen Produktangebot. Damit ist das Konzept, das lange und sorgfältig unter dem Dach des GWW vorbereitet worden war, aufgegangen: Der Industriekundentag war eine der bislang größten Kampagnen für den Werbeartikel, die eine große Zahl werbetreibender Unternehmen erreichte und von der Leistungsfähigkeit der Werbeartikelbranche über-

zeugte. Insofern hat sie ihr Ziel erreicht, dem Markt neue Impulse zu geben und das Image des Werbeartikels als unverzichtbares und ernstzunehmendes Werbemedium aufzuwerten.

Branche erwartet positive Entwicklung

Um die Marktentwicklung ging es auch in den Ansprachen von PSI-Geschäftsführer Michael Freter und dem GWW-Vorsitzenden Patrick Politze im Rahmen der Messeeröffnung. Mit einem Branchenumsatz von 3,47 Mrd. Euro in 2016 behauptete sich die Werbeartikelwirtschaft als stabile Größe im deutschen Werbemarkt. Fast jedes zweite Unternehmen setzt inzwischen Werbeartikel im Rahmen von Marketingkampagnen ein. Auch erwartet die Branche insgesamt eine positive Umsatzentwicklung, ergab der GWW-Branchenmonitor. Die Ergebnisse des aktuellen PSI Branchenreports Europa, für den das PSI Institute 1.958 Unternehmen befragt hatte, belegen ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2016: Insgesamt 76 Prozent der Lieferanten (Vorjahr: 62) und 67 Prozent (Vorjahr: 60) der Werbeartikelberater in Europa verzeichnen für 2016 einen Umsatzanstieg gegenüber dem Vorjahr.

Werbeartikel wirken

Marktforschung ist ein herausragendes Instrument, um die Leistung des Werbeartikels zu belegen. Deswegen wird neben den genannten Erhebungen auch die DIMA-Wirkungsstudie regelmäßig fortgeschrieben. Auch die 3. Auflage der Untersuchung, die Patrick Politze kurz vorstellte, liefert dem Handel fundierte Argumente, die ihn bei seinem Business unterstützen können. Hier nur einige der Studien-Ergebnisse: Hohe Verbreitung, konstant hohe Erinnerungswerte, langfristige Werbewirkung, sehr hohe Reichweite und hohe Nutzungsquote sind nur einige Aspekte der großen Werbewirkung von Werbeartikeln. In seinem

brillanten Vortrag legte auch Olaf Hartmann, Geschäftsführer von Touchmore - Haptische Markenkommunikation dar, warum Hapticals gerade in einer digitalisierten Welt unverzichtbare Instrumente sind, die Marketing effektiver machen. Denn je digitaler das Umfeld ist, desto mehr sehnt sich der Mensch nach echtem Erleben. Vor diesem Hintergrund können multisensorisch aufgeladene Kampagnen nachweislich echte Powerbrands hervorbringen. <



Michael Freter, PSI-Geschäftsführer



Olaf Hartmann, Touchmore



Patrick Politze, GWW-Vorsitzender

Deutschland	307
Polen	71
Niederlande	70
Türkei	50

Aussteller nach Ländern

Italien45Großbritannien35Spanien29Frankreich22Österreich19

Belgien 18
Dänemark 17



Fesche Fashion

ass Düsseldorf auch eine internationale Modemetropole ist, spiegelt sich ebenso im Spektrum der Promotionstextilien wider, die auf der PSI alljährlich zu bewundern sind. Der bereits legendäre PSI CATWALK in Halle 10 präsentierte auch während der jüngsten PSI die Highlights der Kollektionen aus diesem Bereich. Zahlreiche namhafte Aussteller zeigten hier die Fashion-Trends 2017. Und die stießen auf großes Interesse seitens der Fachbesucher wie auch der "Neulinge" aus dem Industriekundenbereich. In unmittelbarer Reichweite umgaben den Catwalk die Stände der Textile Area, die einen eindrucksvollen Querschnitt der gesamten Wertschöpfungskette textiler Werbung vom Hersteller über den Großhändler bis hin zum Veredler abbildeten – schicke Promotion "at its best".



Bitte anfassen! Hier gab's den unmittelbaren Kontakt zu werbestarken Textilien: Besucher konnten sich von der Qualität der präsentierten Waren selbst überzeugen.





Erst klotzen - dann feiern

reffen, reden, feiern" – so lautete das Motto zum Ende des ersten PSI Messetages. Denn wer tagsüber im Zeichen des Werbeartikels überzeugende Arbeit leistet, hat es verdient, am Abend auch einmal loszulassen und ausgelassen zu "chillen". Genau das geschah nun zum bereits dritten Mal im Rahmen der PSI After Work Party. Der Gute-Laune-Bezirk in Halle 9, unmittelbar an die PSI Competence Area anschließend, füllte sich schnell mit Ausstellern und Besuchern, die hier nebenbei genügend Raum zum lockeren Networking fanden. Dazu gab's erfrischende Getränke, herzhafte Snacks und jede Menge bewegungsstimulierender Musik. Zunächst stellte Anselm Müller-Gastell seine Barde-Qualitäten unter Beweis, dann hieß es bei mitreißendem Party-Sound Abtanzen bis spät in den Abend.







Preview

Event

Premiere mit Preview-Charakter

ls "ein neues Format und gleichzeitig Experiment" bezeichnete PSI-Geschäftsführer Michael Freter den neu ins Leben gerufenen Product Preview Event, der am Vortag der Messeeröffnung im Congress Center Düsseldorf über die Bühne ging. Ein kleiner

Ausstellerkreis präsentierte in exklusiver Runde geladenen

Händlern aus Großbritannien, Nordund Südeuropa Produkthighlights. Im rustikalen Ambiente der Traditionsbrauerei Schumacher in der Düsseldorfer Altstadt ließ sich im Anschluss an den Product Preview Event bei herzhaften Speisen und selbst gebrautem Altbier entspannt genießen und hervorragend networken. Dabei konnten die nachmittags begonnenen intensive Gespräche vertieft werden.



Goldstar
Europe

Schon schöne Tradition: Die PSI
Irish Party von Goldstar in Fatty's
Irish Pub.

The Irish way of powerful promotion

ereits seit einigen Jahren steter Gast auf der PSI ist das Unternehmen Goldstar Europe. Der schnell wachsende Werbeartikellieferant mit dem Schwerpunkt auf der Produktion von hochwertigen Metallkugelschreibern gehört zur National Pen Gruppe, die über 75 Millionen Werbeartikel pro Jahr in Irland veredelt. Aktuell kann sich der europäische Werbeartikellieferant Goldstar mit einer großen Produktionsstätte am europäischen Hauptsitz in Dundalk in Irland über signifikantes Wachstum freuen. Mit auf die jetzige PSI brachte Goldstar neben rundum veredelten Qualitätsschreibern und der neuen Kugelschreiber-Serie "Bowie" auch handfeste irische Traditionen, die man im Rahmen der mittlerweile etablierten wie beliebten PSI Irish Party in Fatty's Irish Pub mit zahlreichen Händlern und befreundeten Lieferanten teilte. Mit von der Partie: Cathal Dolan, einer der beliebtesten Musiker Irlands, der eigens von der Insel eingeflogen wurde.



Feiern bis die Schwarte kracht

ie elasto-Spezialisten für originelle wie werbestarke Kunststoffartikel aus Sulzbach-Rosenberg zeigten auch diesmal in ihrem seit einigen Jahren bewährten Stadl-Stand sehenswerte Neuheiten und immerjunge Dauerbrenner – kurzum: eine wieder einmal überzeugende Kollektion. Doch neben Innovation setzt man beim bayrischen Hersteller auch auf Traditionen: So lud man am Ende des ersten Messetages erneut zur zünftigen "Hüttengaudi" an den elasto-Stand. Mit eigens aus der Heimat importiertem Bier und zwei gestandenen Spanferkeln bewirtete man die Partygäste, die sich's auch weidlich schmecken ließen. Als weiteres Traditions-Highlight fungierte die bereits legendäre Spiegel-Party am zweiten Messeabend im Herzen der Düsseldorfer Altstadt, wo sich die elasto-Crew zusammen mit guten Kunden und Besuchern aus dem PSI Team auf den Industriekundentag einstimmte.





elasto

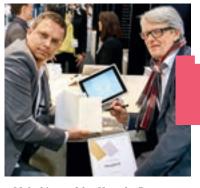








Albina Pen, Geschäftsführerin von Dragon Gifts, freute sich, dass die Power Blade ihres Unternehmens beim Messepublikum gut ankam.



Moleskine traf den Nerv der Besucher: Marco Köhn, CEO Exclusive Gifts B2B GmbH, nahm die Auszeichnung von PSI-Geschäftsführer Michael Freter entgegen.



Neuer Auftritt, strahlende Gewinner

ransparenter und vor allem nachhaltiger präsentierte PSI in diesem Jahr die teilnehmenden Produkte im Rahmen des PSI FIRST Awards. In einer Allee aus Birkenstämmen wurden die Produktpremieren auf einer Sonderfläche in Halle 9 in Verlängerung der PSI Competence Area dargeboten. Gemäß dem haptischem Ansatz "Man kann sich nicht

Gemäß dem haptischem Ansatz "Man kann sich nicht verfühlen" konnten alle Produkte angefasst und genauestens betrachtet werden. Ein Angebot, dass die Besucher auch ausgiebig in Anspruch nahmen. Schließlich waren sie auch in diesem Jahr wieder aufgerufen, ihren persönlichen Favoriten als Kandidat für den People's Choice Award zu wählen. Ihre Stimme konnten sie erstmals online abgeben. Ein eigens dafür im Stile eines übergroßen Smartphones gestalteten Touchscreens stand wirkungsvoll und nicht zu übersehen am Ende der Allee. Die meisten Votings für die kreativsten Innovationen erhielten Moleskine für das Moleskine Smart Writing Set, Dragon Gifts für die Power Blade On-the-GO! und Nestler-matho für die Soundbar. Die Preisträger werden ihre Awards in einer separaten Feierstunde erhalten. Dort wird es eine weitere Premiere geben. Zum ersten Mal wurde unter allen abgegebenen Stimmen der Gewinner eines Tablets ermittelt.



Spektakuläre Party auf dem Rhein

iving Europe hatte nicht zu viel versprochen: Zu einem außergewöhnlichen Event mit Kapitänsdinner und spektakulärem Entertainment hatten die Niederländer an Bord des trendigen Partyschiffes Jules Verne geladen. Gekommen waren gut 600 Gäste aus 25 Ländern. Dass Giving Europe mittlerweile so etwas wie Giving Worldwide geworden ist, zeigen die Herkunftsländer ihrer Kunden und Partner, die bis aus Dubai, Südafrika und Australien angereist waren. Giving Europe-Chef Stef van der Velde zeigte sich deshalb auch bestens gelaunt und strahlend, als er seine Gäste begrüßte. "Letztes Jahr haben wir unser 15-jähriges Jubiläum an Bord gefeiert. Das war großartig. Darum haben wir uns überlegt, das 16. Jahr einfach noch einmal hier zu begehen. Denn 2016 ist bislang unser erfolgreichstes Jahr", freute sich van der Velde, der selbst sehr gern Kapitän geworden wäre. Seine maritime Affinität hat er sich bewahrt und seinen Gästen einen exklusiven Cruise auf dem Rhein durch das nächtliche Düsseldorf geboten. Dabei gab es nicht nur erleuchtete Sehenswürdigkeiten der Rheinmetropole zu bestaunen. Das wahre Feuerwerk entfachte sich auf den zwei Ebenen des Partyschiffes - angefangen von einem kulinarischen, keine Wünsche offen lassenen Buffet, das auf einer spektakulären, hydraulisch anhebbaren Bühne nach oben gefahren wurde, über eine fantastische Liveband bis hin zu einer rauschenden Party- und Disconacht. Klares Indiz dafür, dass die Veranstaltung rundum gelungen war und bei allen bestens ankam, war, dass die letzten Gäste erst gegen 2.30 Uhr das Schiff verließen.



Prozent
Wertsteigerung kann eine Marke
durch Nachhaltigkeit erfahren. Das sagt die Studie
Sustainability Value Score 2016
von Serviceplan Corporate Reputation und Biesalski & Company.

O Prozent

aller Werbeausgaben fließen in der Schweiz in physische Werbemedien wie Mailings, Print, Werbeartikel. Das zeigt die Studie "Werbeaufwand Schweiz 2016", Stiftung Werbestatistik Schweiz.

Ein 5tel

aller Frauen behält Werbeartikel bis zu zehn Jahre. Der gleiche Anteil Männer hat Werbeartikel sogar elf Jahre und länger in seinem Besitz. *

3von4

Lieferanten haben – laut PSI Branchenbarometer 2/2016 – für das Jahr 2016 eine Umsatzsteigerung erwartet. Bei den Werbeartikeldistributoren setzten 67,9 Prozent auf eine positive Umsatzentwicklung für 2016.

50.000

bis 500.000
Euro ist die im
PSI Branchenbarometer 2/2016
am häufigsten
Jeder vierte Lieieder zweite

genannte Umsatzhöhe, die mit Werbeartikeln erzielt wurde. Jeder vierte Lieferant nannte diese Spanne. Bei den Händlern war es sogar jeder zweite.

8 von 1 0

Personen erinnern sich an eine Marke, wenn sie einen gebrandeten Werbeartikel erhalten haben (bei gestützten Befragung). Immerhin 83 Prozent erinnern sich auch ungestützt.* 83,9%

der niederländischen Lieferanten tätigen ihre Geschäfte international. Direkt dahinter Tschechien (81,8 Prozent). Ein komplett anderes Bild zeichnen laut PSI Branchenbarometer 2/2016 Frankreich und Großbritannien, deren Tätigkeitsbereiche zu 76,2 bzw. 72,8 Prozent national ausgerichtet sind.

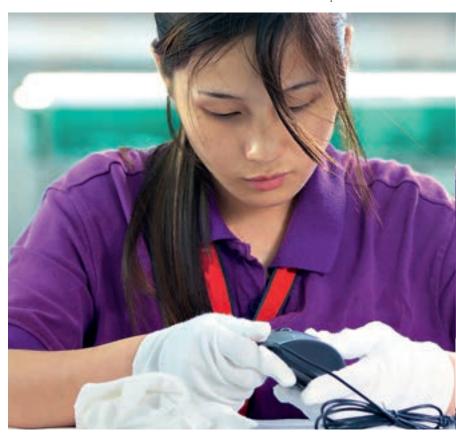
^{*} Diese Angabe ist der PPAI Consumer Study, in: PPB Magazine, Dezember 2016, entnommen.



Für Ihre Marke: Besser das Original.



BSCI ist eine internationale. branchenübergreifende Initiative von Handelsunternehmen und importorientierten Produzenten mit dem Ziel, sozialverträgliche Produktionsbedingungen zu fördern. BSCI-Mitglieder verpflichten sich, einen einheitlichen Verhaltenskodex zu akzeptieren und 70 Prozent ihrer Lieferanten innerhalb von drei Jahren erstmals zu auditieren. Dies geschieht durch unabhängige Audit-Unternehmen, die von der Social Accountability International ernannt werden. Es sind nur 12 Unternehmen zugelassen, um BSCI-Audits durchzuführen.





Noch Luft nach







oben (BSCI)



ie Umsetzung des Verhaltenskodex wird durch einen Prozess von sich wiederholenden Dokumentenprüfungen und Fabrikbegehungen überprüft. Es geht hierbei nicht darum, dass eine Fabrik nach erfolgreicher Auditierung ein Urkunde bekommt. Es wird vielmehr ein Prozess angestoßen, der dazu führen soll, dass Mängel erkannt und durch Korrekturmaßnahmen dauerhaft behoben werden. Dieser Entwicklungsprozess sollte entlang der gesamten Lieferkette in Gang kommen und nicht nur die Arbeits- und Produktionsbedingungen verbessern, sondern gleichermaßen das Bewusstsein für Qualitätsanforderungen wie auch für Risiken schärfen. Dies wirkt sich auch positiv auf Qualität und Lieferfähigkeit aus. Durch BSCI wird ein zweistufiges Vorgehen in Richtung SA8000 geschaffen. Zunächst wird die Einhaltung sozialer Mindeststandards sichergestellt – eine gute Basis, um in einem zweiten Schritt die SA8000-Zertifizierung zu er-

BSCI-Prozess als Entwicklungs-Motor

langen, die jedoch kein Bestandteil von BSCI sind.

BSCI wurde 2003 als gemeinnützige Organisation auf Initiative der Foreign Trade Association (FTA) mit gegründet. Die Organisation mit Sitz in Brüssel baut auf einer Plattform von Einzelhandelsunternehmen und Verbänden zur Erarbeitung von europäischen Verhaltenskodizes und Überwachungssystemen auf, die schließlich zur Grundlage für ein gemeinsames europäisches Überwachungssystem für Sozialstandards wurde. Die Mitgliedschaft in der BSCI steht allen Unternehmen und Verbänden offen. BSCI war anfänglich als Sektorenlösung für den Einzelhandel geplant, steht jedoch auch Importeuren und Herstellern von Konsumgütern offen. Die BSCI ist damit eine Wirtschaftsinitiative für Unternehmen, die sich für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der globalen Lieferkette engagieren. Die Aufgabe von BSCI ist es, Instrumente und Verfahren für ein europäisches Programm zu Sozialstandards (European Business Social Compliance Programme) für den Import- und Einzelhandel zu entwickeln und fortzuschreiben. BSCI richtet sich schwerpunktmäßig auf die Aktivitäten sozialer Verantwortung in der Lieferkette von Unternehmen.

Anforderungen des BSCI-Verhaltenskodex

Die Ziele bilden die Basis des BSCI-Verhaltenskodex, der sich an den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), der Menschenrechtserklärung der UNO, den Konventionen der UNO über die Rechte von Kindern sowie über die Abschaffung jeglicher Form der Diskriminierung von Frauen, dem UN Global Compact und den OECD-Richtlinien für multinationale Unternehmen orientiert. Im Einzelnen:

- Einhaltung aller gültigen nationalen Gesetze und Vorschriften, industriellen Mindeststandards, Konventionen der ILO und der UN und alle anderen relevanten gesetzlichen Bestimmungen (jeweils strengste Anforderungen).
- Versammlungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen. In Situationen oder Ländern, in denen das Recht auf Versammlungsfreiheit und Kollektivverhandlungen gesetzlich eingeschränkt ist, müssen für die Beschäftigten alternative Möglichkeiten der unabhängigen und freien Organisation und Verhandlungsführung geschaffen werden (in Übereinstimmung mit den ILO-Konventionen 87, 98, 135 und 154).
- Verbot jeglicher Diskriminierung bei der Einstellung, der Entlohnung, dem Zugang zu Fortbildungen, der Beförderung, der Beendigung eines Arbeitsverhältnisses oder dem Eintritt in den Ruhestand aufgrund von Geschlecht, Alter, Religion, Rasse, Kaste, sozialem Hintergrund, Behinderung, ethnischer oder nationaler Herkunft, Nationalität, Mitgliedschaft in Arbeitnehmerorganisationen einschließlich Gewerkschaften, politischer Anschauung, sexueller Neigung oder anderen persönlichen Eigenschaften. (in Übereinstimmung mit den ILO-Konventionen 100, 111, 143 und 158 und 159.;
- Löhne für reguläre Arbeitszeiten, Überstunden und Überstundenausgleich müssen den **gesetzlichen Mindestlöhnen** bzw. Industriestandards entsprechen bzw. diese übersteigen. Es darf **keine Strafmaßnahmen in Form illegaler Lohnabzüge** geben. Wenn die gesetzlichen Mindestlöhne oder industriellen Mindeststandards die Kosten für den Lebensunterhalt nicht decken und kein zusätzliches Einkommen belassen, werden Unternehmen ermutigt, ihren Mitarbeitern eine angemessene Vergütung, die diese Grund-



bedürfnisse abdeckt, zu zahlen (in Übereinstimmung mit den ILO-Konventionen 26 und 131).

• Arbeitszeiten müssen gültigen nationalen Gesetze und Industriestandards entsprechen. Es gelten die maximal zulässigen Wochenarbeitsstunden der nationalen Gesetzgebung, jedoch dürfen 48 Stunden nicht regelmäßig überschritten werden. Überstunden dürfen ausschließlich auf freiwilliger Basis geleistet werden und sind separat zu vergüten. Jeder Mitarbeiter hat das Recht auf mindestens einen freien Tag nach sechs aufeinander folgenden Arbeitstagen (in Übereinstimmung mit den ILO-Konventionen 1 und 14).



Ziele der BSCI

- Verbesserung der Sozialstandards in Lieferländern als Bestandteil der sozialen Verantwortung von Unternehmen in der globalisierten Wirtschaft.
- Schnittstelle zwischen Unternehmen, Arbeitnehmervertretern, Nichtregierungsorganisationen und anderen Gruppen der Zivilgesellschaft. Dies umfasst ein gemeinsames, transparentes Überwachungssystem, das Verbraucher überzeugen soll, dass Import- und Einzelhandel ihrer sozialen Verantwortung gerecht werden.
- Schaffung eines praktikablen, international anwendbaren Überwachungssystems, das auf die Unterstützung der Lieferunternehmen bei der Einhaltung der Sozialstandards ausgerichtet ist. Mitgliedsunternehmen und Verbände sollten ihre Lieferanten als Partner in diesem Prozess betrachten. Einbezogen sind sämtliche Konsumgüter, der Schwerpunkt liegt zu Beginn aber auf den Bereichen Textilien, Bekleidung, Schuhe und Spielwaren. Dies bedeutet nicht den Ersatz etablierter externer Verifizierungssysteme. BSCI strebt die Zusammenarbeit mit anderen vergleichbaren Systemen an.
- Generieren von wirtschaftlichen Vorteilen für Lieferanten und Einzelhandelsunternehmen durch die Vermeidung von Mehrfach-Auditierungen und damit Zeit- und Kosteneinsparung. Es wird davon ausgegangen, dass die Einhaltung von Sozialstandards zu einer Produktivitätssteigerung und einer Verbesserung der Produktqualität führen.
- BSCI soll ein Forum für Wissens- und Meinungsaustausch seiner Mitglieder sein mit dem Ziel, umfassende Sachkenntnisse und Erfahrungen der Mitglieder der Initiative in sich zu vereinen.





- Es sind klare Regeln und Verfahren für die Gewährleistung beruflicher Gesundheit und Sicherheit aufzustellen und zu befolgen, insbesondere hinsichtlich der Bereitstellung und Verwendung von persönlichen Schutzausrüstungen, sauberen Toiletten und Zugang zu Trinkwasser, gegebenenfalls sind hygienische Einrichtungen zur Aufbewahrung von Lebensmitteln bereitzustellen. Praktiken und Bedingungen am Arbeitsplatz sowie in den Schlafsälen, die gegen die grundlegenden Menschenrechte verstoßen, sind verboten. Insbesondere jugendliche Arbeitnehmer dürfen keinen gefährlichen, unsicheren oder gesundheitsschädigenden Situationen ausgesetzt werden (in Übereinstimmung mit der ILO-Konventionen 155 und den ILO-Empfehlungen 164 und 190)
- **Verbot von Kinderarbeit** gemäß den Bestimmungen der Konventionen der ILO und der Vereinten Nationen und/oder der nationalen Gesetzgebung. Von diesen verschiedenen Standards ist derjenige anzuwenden, der die strengsten Anforderungen stellt (in Übereinstimmung mit den ILO-Konventionen 79, 138, 142 und 182 und Empfehlung 146):
- Verbot von Zwangsarbeit und Disziplinarmaßnahmen, zum Beispiel erwirkt durch die Hinterlegung einer

Kaution oder die Zurückhaltung von Ausweispapieren von Arbeitnehmern zu Beginn des Arbeitsverhältnisses, sind verboten. Die Anwendung von körperlichen Strafen sowie von psychischer oder physischer Nötigung und verbalen Beschimpfungen ist verboten (in Übereinstimmung mit den ILO-Konventionen 29 und 105).

- Schutz der Umwelt: Verfahren und Standards für die Abfallbewirtschaftung, den Umgang mit Chemikalien und anderen gefährlichen Stoffen sowie deren Entsorgung als auch für Emissionen und für die Abwasserbehandlung müssen den gesetzlichen Mindestanforderungen entsprechen oder diese übertreffen.
- Ein **Managementsystem** muss sicherstellen, dass die Anforderungen des BSCI-Verhaltenskodexes erfüllt werden können. Ferner führt es eine in sämtlichen Geschäftsbereichen zu befolgende Antibestechungs- und Antikorruptionspolitik ein. Die Geschäftsleitung ist verantwortlich für die korrekte Umsetzung und fortwährende Verbesserung der Umsetzung des Verhaltenskodexes.
- Neu seit 2014: Ethisches Verhalten, das die Teilnehmer verpflichtet, Informationen zu sammeln und zu veröffentlichen, die die Aktivitäten, Fortschritte und Strukturen bei der Umsetzung des Standards zeigen und damit auch Korruption erschweren sollen (zuvor zwar bei den Audits geprüft, aber nicht als Prinzip festgehalten).
- Neu seit 2014: Arbeiter müssen schriftliche Arbeitsverträge haben, die im Einklang mit den nationalen Gesetzen stehen und Informationen über ihre Rechte bekommen

Auditierungen von Sozialstandards

Von Social Accountability International (SAI) akkreditierte und von der BSCI ausgewählte Auditierungsunternehmen werden beauftragt, BSCI-Auditierungen der Sozialstandards durchzuführen. Bei Vorlage eines gültigen SA8000-Zertifikats (derzeit das einzige von der BSCI anerkannte Zertifikat) müssen keine weiteren Überprüfungsmaßnahmen durchgeführt werden. Die BSCI vereint reguläre und assoziierte Mitglieder. Zu den regulären Mitgliedern gehören Einzelhandels-, Handels- und Herstellerunternehmen. Sie beteiligen sich aktiv an der Lieferanten-Auditierung und der Integration von Lieferanten in das BSCI-Qualifikations- und Auditierungsprogramm. Assoziiertes Mitglied kann jedes Unternehmen, jeder Verband und jede Institution mit einem Interesse am BSCI-Prozess werden, jedoch ohne aktive Beteiligung daran. Assoziierte Mitglieder sind nicht Teil der aktiven Einzelhandelslieferkette.

Konsequenzen bei Nichteinhaltung

Um sicherzustellen, dass alle Mitglieds-Unternehmen den BSCI-Verhaltenskodex in ihrer Lieferkette umsetzen, wird die Erfüllung bestimmter Anforderungen kontrolliert. Unternehmen, die an der BSCI teilnehmen, verpflichten sich,

innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zwei Drittel der Produktionsstätten in definierten Risikoländern in den BS-CI-Prozess einzubinden. Der Mitgliedsstatus endet unter anderem bei Nichteinhaltung oder Nichterfüllung der in den BSCI-Regeln festgelegten Verpflichtungen eines Mitglieds oder bei jeglichem anderen Verstoß gegen die materiellen und moralischen Interessen der BSCI. Wenn ein Lieferunternehmen die Bestimmungen des BSCI-Verhaltenskodex nicht einhält und innerhalb eines angemessenen Zeitraums keine Lösung vereinbart und umgesetzt, hat das BSCI-Mitglied das Recht, die laufende Produktion einstellen zu lassen, entsprechende Verträge zu kündigen, zukünftige Bestellungen zu stornieren und/oder die Geschäftsbeziehungen zu dem gegen den Verhaltenskodex verstoßenden Lieferunternehmen abzubrechen. Wenn bei einer Überprüfung festgestellt wird, dass der BSCI-Verhaltenskodex nicht vollständig eingehalten wird, hat der Lieferant unverzüglich die vorgeschriebenen Korrekturmaßnahmen zu treffen. Der für die Umsetzung der Korrekturmaßnahmen vorgesehene Zeitraum wird mit den Auditoren vereinbart, darf jedoch 12 Monate nicht überschreiten.

Kritik von vielen Seiten

Hehre Ziele, vernünftige Anforderungen – dennoch steht BSCI in manchen Kreisen von NGOs, Hilfs-, Verbraucherund Menschenrechtsorganisationen in der Kritik. Da die Initiative auf freiwilligen Selbstverpflichtungen der Industrie beruhe, sei BSCI nicht ausreichend. Das EU-Parlament etwa fordert bindende Regeln für Handelsunternehmen. Auch ziele der Kodex in vielen Punkten auf Minimalstandards ab, die oftmals lediglich das Überleben der Produzenten einigermaßen sichern, wird häufig eingewendet. Tatsächlich würden auch mit BSCI immer wieder unwürdige Arbeitsbedingungen, Gesundheitsgefährdungen und Lohndumping festgestellt. Wieso dies trotz BSCI vorkommen kann, darüber kann man nur spekulieren: Mangelhaftes Monitoring, angemeldete Kontrollen der Prüfinstitute (die auch teilweise in die Kritik geraten), fehlende Transparenz und falsche Dokumentationen werden unter anderen genannt. "Die BSCI-Betriebskontrollen sind kein effektiver Weg, um die Arbeitsbedingungen in der Zulieferkette zu verbessern", sagt Oxfams Arbeitsrechte-Expertin Franziska Humbert. Die Arbeiter/innen, die bei den Betriebskontrollen befragt werden, stünden oft unter enormem Druck und hätten Angst, ihren Job zu verlieren,

> wenn sie sich negativ äußern. Zudem seien Berichte über diese Betriebskontrollen oftmals nicht einsehbar. Weiterer Kritikpunkt: Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften sind in der BSCI keine gleichberechtigten Mitglieder. Kleinbauernfamilien und Arbeiter/innen haben somit keine Interessenvertretung und Einspruchsmöglichkeit. Der ernsthafte Umgang mit BSCI ist also gefordert, die Mitgliedschaft alleine reicht nicht aus, um soziale Verantwortung entlang der Lieferkette zu dokumentieren. Die beste Voraussetzung, BSCI wirkungsvoll einzusetzen, ist die Einbindung eines verantwortungsvollen und erfahrenen Dienstleisters, der für BSCI-Audits akkreditiert ist. Hierfür ist Intertek ein geeigneter Ansprechpartner.



BSCI versteht sich als Entwicklungs-Motor. Es gibt jedoch auch kritische Stimmen, denen die Selbstverpflichtung nicht weit genug geht.

Quellen: Bundesverband die Verbraucher Initiative e. V. Label online **Oxfam**



Entdecken Sie das gesamte Angebot eines führenden europäischen Werbemittel-Lieferanten















Aktiv und trendy zeigt sich diese Produktstrecke. Werbestarke Produkte rund um Hobby, Sport und Fanartikel haben immer Saison. Die entsprechenden Erlebniswelten erfordern passende Produkte und Accessoires. Und die Branche hält diese als zielgenaue Werbeträger bereit.



Multifunktionaler Streckenbegleiter

Super leicht und modern präsentiert sich der Schrittzähler Fit-Pro aus dem Sortiment von Kasper und Richter. Dank der neuartigen 3D-Motion G-Sensor Technik lassen sich mit diesem Schrittzähler erstmals unabhängig von der Trageposition die Schritte des Nutzers zuverlässig erfassen. Das Produkt kann also auch in der Hosen-, Brust- oder Jackentasche sowie an Lanyard oder Halskette und Schlüsselbund getragen werden. Nähere Informationen zur überaus umfangreichen Ausstattung dieses zugleich einfach zu bedienenden Schrittzählers beim Hersteller.



Leistungsstark und anmutig

Stylish und doch belastbar, geschmeidig und dabei stark: Die Contigo Trinkflaschen sind eine ideale Verbindung von Leistung und Anmut – und neu im Sortiment von Clipper. Sie sind von hochwertiger Qualität, innovativ, umweltfreundlich und frei von BPA. Contigo Trinkflaschen sind in verschiedenen Farben und Styles erhältlich und mit einem Logo bedruckbar. Sie können bereits ab einer Menge von vier Stück bestellt werden. Ohne Aufdruck sind sie bereits innerhalb eines Tages lieferbar.



Mehr Aufmerksamkeit durch die richtige Botschaft.

Mit der Kalender- und Notizbuchkollektion von Lediberg erleben Sie kreative Einbandmaterialien, klare Typografie und die neuesten Branding Lösungen für Ihre Story.







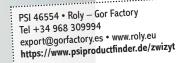




Lanybook® Castelli



Lediberg GmbH | www.lediberg.de | info@lediberg.de



Sportiv und modisch

Dieses Jahr setzt die Roly – Gor Factory auf eine große Vielfalt an neuen Modellen, darunter auch viele sportive Modelle. Das Portfolio wurde um ein ganzes Sortiment an neuen Stoffen und Farben erweitert und ein neues Konzept rund um atmungsaktive, sportliche und modische Stoffe ist entstanden, etwa das Modell Interlagos, ein T-Shirt mit breiten Trägern aus mikroperforiertem Gewebe mit Rundhalsausschnitt- und Armausschnittbesatz aus demselben Stoff. Diese Ausführung hat atmungsaktive Eigenschaften, liegt weich und bequem auf der Haut und ist speziell konzipiert für die Personalisierung mittels Transferdruck, Vinyl oder Sublimationsdruck.

Gewichtiges Werben

Für alle Fußballfans, die ihr Logo jahrelang im Freien bei Wind und Wetter präsentieren möchten, empfiehlt Promokick die Kickerland Beton Tischkicker – Tischtennisplatte. Und diese Werbung fällt mit Sicherheit auch ins Gewicht – und zwar mit circa 350 Kilogramm. Die Beton-Geräte aus speziellem Polymer-Beton, made in Germany, haben eine Feinschicht-Spielfläche ohne Poren oder Unebenheiten. Diese robusten Spielgeräte halten teilweise über 20 Jahre. Durch ein spezialisiertes Verfahren ist es nun gelungen, unter die klare Oberfläche ein Gewebe einzubringen, auf welches ein Logo gedruckt wird. Vor Vandalismus und UV-Strahlen schützend entfaltet es seine nachhaltige Wirkung – und das mit einer Garantie von zehn Jahren. Die Lieferzeiten betragen laut Lieferant zwei bis drei Wochen.

PSI 48898 • Promokick — b&a Vertriebs GmbH • Tel. +49 7062 97891-0 gauger@b-und-a.com • www.promokick.de https://www.psiproductfinder.de/nti4zg







www.psi-network.de



PSI 46626 • Global Innovations Germany GmbH & Co. KG • Tel +49 6502 930860 info@globalinnovations.de www.globalinnovations.de https://www.psiproductfinder.de/y2u1ym

Sportlich und individuell

Praktische Flaschen aus Kunststoff für Sport und Freizeit gibt es bei Global Innovations. Durch die Zusammenarbeit mit einer renommierten und zertifizierten Partnerfabrik im Bereich Kunststoff können kundenspezifische Motive oder Designs individuell entwickelt und produziert werden. Ob besondere Anforderungen an den Verschluss, den Kunststoff oder den Druck, Global Innovations setzt eigene Ideen gerne um.





Spielerische Strategie-Schulung

mic o mic von SPM-Schäfer Promotion Marketing, die weltbekannten Konstruktionsbausätze für Jung und Alt, sind aus hochwertigem ABS-Kunststoff gefertigt. Mehr als 30 verschiedene Modelle zu den Themen Fahren, Fliegen, Arbeiten umfasst das Sortiment. Das Stecksystem besteht aus bunten, griffigen Kunststoffteilen, die mit Laschen und Pins verbunden werden. So werden spielerisch Feinmotorik und Augen-Hand-Koordination gefördert. Eine Werbeanbringung ist an verschiedenen Positionen möglich. Auch eigene Farbstellung und Verpackungen sind schon ab kleineren Chargen realisierbar.



zweimal 45 Minuten zu einem packenden Kräftemessen. Ganz gleich, ob auf dem Rasen oder auf der Tribüne. Und der Schlüsselanhänger? Ist immer dabei – als dauerhaftes Bekenntnis zum Lieblingssport.



Fitness-Datendiener

Sie ist smart, besitzt alle technischen Raffinessen und ist dennoch sehr intuitiv zu bedienen: die Fitnessuhr Fitty Watch BLE 4.0 von Kasper und Richter. Das extrem helle OLED-Display ermöglicht eine klare Ablesemöglichkeit. Zu den Features zählen unter anderem 3-D Bewegungssensoren für eine präzise Schrittzählung, ein Schlaf-Aktivitätsmonitor, Kalorienverbrauch und Distanzmessung, automatische Trainingszeit, Zielvorgabe mit Prozent-Anzeige, die Uhrzeit sowie ein komfortabler 30-Tage-Speicher. Die Daten-Synchronisation erfolgt per APP für Android- und iOS-Smartphones.



Geschützter Raum

Der elegant in Schwarz mit Edelstahl-Applikationen gestaltete Isolierbecher Las Vegas von Giving Europe hält Lieblingsgetränke lange warm und lässt sich auch in kleinen Taschen leicht verstauen und transportieren. Praktisch ist auch das in den Deckel integrierte verstellbare Mundstück. Damit ist der Inhalt vor dem Auslaufen geschützt. Gefertigt aus stabilem Kunststoff und rostfreiem Edelstahl, bietet das Trinkgefäß Platz für einen halben Liter Flüssigkeit. Eine Werbeanbringung erfolgt mittels Lasergravur oder Tampondruck.







Auffällig und plakativ

Veredelt mit Digiline Pro-Emblemen von Thermopatch wird jedes Sporttrikot zu einem einzigartigen Werbebotschafter. Dabei lassen sich verschiedene Effekte wie 3D, Hochglanz-Beschichtung oder Web-Effekt einzeln anwenden oder auch beliebig miteinander kombinieren. Eine Inszenierung erhabener Details, die sich hochglänzend von einer matten, scheinbar gewebten Grundfläche absetzen. Der Full-Color-Digitaldruck ermöglicht eine grenzenlose Farbvielfalt und fotografische Details in nahezu jeder Form und Größe. Die Mindestbestellmenge beträgt 15 Stück.

Wasserdichter Durstlöscher

Die bei Steuber erhältlichen Trinkflaschen Flip-Top aus robustem Tritan™-Material mit wahlweise 0,7 oder 0,5 Litern Inhalt sowie Steel, gefertigt aus bruchsicherem Edelstahl und mit einem Füllvolumen von 0,75 Litern, sind perfekt für Schule, Sport und Freizeit. Die peppig designten Trinkgefäße sind frei von BPA und somit auch für Kinder geeignet. Dank des integrierten Dichtungsrings im Schraubverschluss läuft zudem nichts aus.

PSI 49686 • Steuber GmbH
Tel +49 8067 883-0
Claudia.Michaelis@steuber.de
www.steuber.de
https://www.psiproductfinder.de/mwflzd



erfrischendes Wasser

verschiedenen Flaschen

Lieferung innerhalb



| **4** Verschlussfarben



Bereits ab 96 Stück







Praktisch und robust

Aus klassischem PP Non-Woven Material besteht die T-Shirt-Tasche Basel von Joytex. Sie ist erhältlich ab einer Menge von 1000 Stück, wobei dann aus 30 Standardfarben frei gewählt werden kann. Auch die Maße und Henkellänge können variiert werden. Nähere Details finden sich im kostenlos erhältlichen Katalog. Das Joytex-Team steht überdies telefonisch für weitere Informationen zur Verfügung.

Lucky Punch

Der Boxsport ist angesagt wie selten zuvor: Diesem Trend folgend bietet Albene vom Promotion- bis zum Profi-Boxhandschuh alle Qualitäten in verschiedenen Ausführungen an, da nur auftragsbezogen produziert wird. Klassiker im Werbemittelbereich sind der Miniboxhandschuh als Schlüsselanhänger oder Miniboxhandschuhe als Paar mit Schnürung für den Rückspiegel im Auto. Auf Wunsch ist auch der entsprechende Punching-Bag oder Matchsack bestellbar.







Neuauflage eines Klassikers

Die Produktmerkmale des kultigen Klassikers sprechen eine deutliche Sprache: Der bei der Sympathie Company erhältliche Emaille-Becher mit "Rusty Optik" durch Sandstrahlung ist nicht nur umweltfreundlich, hitzeresistent, spülmaschinenfest, lebensmittel- und lichtecht, sondern er zeichnet sich auch durch eine hohe Langlebigkeit aus. Der Zielgruppe lange in guter Erinnerung bleibt der originelle Werbeträger auch durch die vielen Individualisierungsmöglichkeiten etwa per Gravur, Druck und Einfärbung sowie als passendes Designgeschenk mit hoher Mehrfachnutzung im direkten Lebensumfeld.



Federleichter Trainingspartner

Das federleichte Silikon-Smartband HEJU Sprint von KMS Kafitz besteht aus weichem Silikon und schmiegt sich perfekt an den Arm, sodass es kaum spürbar ist. Nur 14 Gramm leicht dient es als Schritt- und Kalorienzähler und überwacht den Schlaf. Die Trackingeinheit aus Kunststoff lässt das per Lasergravur umgesetzte Logo glänzen: Die Größe der Werbefläche beträgt 15 mal 5 Millimeter. Das in einer Kartonbox mit Fenster gelieferte Band ist in Schwarz, Blau, Gelb, Orange, Grün oder Pink erhältlich. Der Akku hält etwa 30 Tage.



MEINE NALGENE FLASCHE Weithals 1 Liter - blau



SIE BESTIMMEN



Schnell und einfach bei Relags meine Nalgene Flasche konfigurieren lassen.

RELAGS GMBH

Im Grund 6 - 10 D - 83104 Tuntenhausen 08065-90390 E-Mail







Farbenfroher Ostergruß

PSI 48917 • Promo-House Tel +48 12 4114242

Mit einem frühlingshaften Ostergruß für die nächste Kundenaktion wartet die emotion factory auf. Ein buntes Vögelchen und ein liebevoll gezeichnetes Mandala zum Ausmalen verpassen den sechs Päckchen-Anhängern in Osterei-Form eine frische Note und kombinieren den Ausmal-Spaß mit einer individuellen Marketingbotschaft des werbenden Unternehmens. Das Set kombiniert drei hochwertige, aus Biokunststoff hergestellte Fineliner von Schneider mit den Päckchen-Anhängern mit zwei Motiven zum Ausmalen. Der Einleger für die Werbebotschaft ist auf der Rückseite individuell gestaltbar.

Perfekte Identifikation Des Fun Set von Prome House gehört zu den

Das Fun Set von Promo-House gehört zu den aufmerksamkeitsstarken Gadgets für Sportvereine und Fans: Natürlich sind die Tücher und Manschettenknöpfe aus dem Sortiment des polnischen Werbemittelspezialisten mit dem gewünschten Logo sowie in den entsprechenden Farben des Klubs erhältlich. Damit lassen sich beispielsweise besondere Events wie Vereinsjubiläen oder Wettbewerbe bestens inszenieren. Erhältlich sind die Fun Sets ab einer Order von mindestens 50 Stück.



INTERNATIONAL EXHIBITION FOR PROMOTION INDUSTRY

MOSCOW, RUSSIA

THE KEY INDUSTRY EVENT IN RUSSIA & CIS ON HOW TO MAKE A BRAND VISIBLE



Patriotisches Sortiment

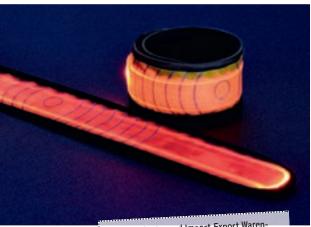
Dank Staedtler bekennen Fans auch in Schule und Büro Farbe: Beim Deutschlandsortiment sorgen schwarz-rotgoldene Farbakzente für Aufmerksamkeit und transportieren auch optisch Qualität "Made in Germany". Das Sortiment umfasst einen dünnen runden sowie einen dreikantigen Jumbofarbstift, die durch die dreigeteilte Farbmine einen "Deutschland-Strich" malen und mit einer Lackierung in den Nationalfarben am Stiftende direkt im Mäppchen auffallen. Zum Sortiment gehören außerdem ein Radierer mit großflächiger Deutschlandflagge, eine Stiftebox der triplus-Reihe als Fineliner oder Fasermaler. Alle Produkte sind mehrfarbig individualisierbar und vermitteln Fangeist sowie Qualitätsbewusstsein.





Fit wie Bolle

Die perfekte Motivationsspritze für passionierte Jogger liefert Kalfany: Die soften, fruchtigen Katjes Jogger Gums aus der 18 Gramm leichten, kleinen Werbetüte sind mit Schaumzucker versehen und beinhalten 20 Prozent Traubenzucker. In den Gums haben künstliche Aromen und Farbstoffe keinen Platz. Dieses energiegeladene Fruchtgummi macht durchweg eine sportliche Figur. Und die kleinen süßen Turnschuhe sind auch noch komplett veggie.



PSI 44186 • team-d Import-Export Warenvertriebs GmbH • Tel +49 7181 989600 psi@team-d.de • www.team-d.de https://www.psiproductfinder.de/zmvhnd

Sicher unterwegs

Auf Nummer sicher gehen Jogger, Radfahrer oder Schulkinder unterwegs mit dem in Rot oder Gelb bei team-d erhältlichen blinkenden Klackband Blinky Star. Mit einem Klack wickelt sich das Schnappband flugs um Arm oder Bein. Das spritzwassergeschützte Produkt aus 210D Polyester verfügt über einen reflektierenden Aufdruck sowie über Blink- und Dauerlicht, betrieben mittels einer im Lieferumfang enthaltenen Knopfzelle.



Wohltuende Tiefenentspannung

Das Hammam Ritual der Wellness-Marke Rituals, erhältlich bei Trendfactory, sorgt insbesondere nach sportlicher Betätigung für die gewünschte Entspannung. Der Hammam ist einer der ältesten Reinigungsbräuche der Welt. Bei diesem Dampfbaderlebnis aus dem Orient werden Körper und Geist gereinigt. Die im Hammam-Set von Rituals enthaltenen Zusätze Rosmarin und Eukalyptus reinigen, glätten und nähren die Haut. Ein wohltuendes Erlebnis für Körper und Sinne.



Emotional und dynamisch

Der Adidas Torfabrik 2016 OMB ist der offizielle Spielball der Fußball-Bundeliga und rollt Woche für Woche durch die Stadien in Deutschlands höchster Spielklasse. Den in der laufenden Saison meistverkauften und -geschenkten Fußball seiner Art gibt es bei Sport Böckmann. Sein auffälliges Design aus Comic-Motiven weckt Emotionen, Spannung und Dynamik. Technisch bietet er mit seiner nahtlosen Oberfläche aus 100 Prozent Polyurethan optimale Spiel- und Flugeigenschaften.





+49 (0)2822 9600 contact-DACH@pfconcept.com WWW.PFCONCEPT.COM

Unternehmen umstrukturiert

Im Zuge jüngster Erfolge stehen bei Klio-Eterna Änderungen an: Das neue Produktsegment klio+ aus hochwertigen, elektronischen Accessoires hat "alle Erwartungen übertroffen". Deshalb wird Klio-Eterna dieses Geschäftsfeld (z. Bsp. USB-Hubs, Power-Banks oder Bluetooth Speaker) konsequent ausbauen. Um das Wachstum noch stärker voranzutreiben und gleichzeitig mehr Raum für neue Ideen und Innovationen zu schaffen, hat sich die Geschäftsleitung entschieden, die Segmente Schreibgeräte und Elektronik ab dem 1. Januar 2017 als separate Firmen weiter-

zuentwickeln. Mit Klio-Eterna konzentrieren sich die Spezialisten dann ganz auf das Thema Schreiben und werden den Produktionsstandort Wolfach mit diesem Segment weiter ausbauen. Die neue klio GmbH mit Hauptsitz in Karlsruhe entwickelt und vertreibt zukünftig "als innovative Ideenschmiede maximal individualisierbare Kommunikationslösungen" in den Segmenten "Po-

wer", "Audio", "Office" und "Travel". www.klio.com







Freuen sich über die zukünftige Zusammenarbeit: CI ArtWork-Geschäftsführer Rolf Römer (Mitte), DIE6-Geschäftsführer Holger Kapanski (links) und Aufsichtsratsvorsitzender Heinrich Grübener. Foto: DIE6

CI ArtWork neues Mitglied

Das Werbemittelunternehmen CI Artwork hat sich als weiteres Mitglied der Gruppe DIE6 Promotion Service GmbH angeschlossen. Rolf Römer, Geschäftsführer des Werbemittelunternehmens CI ArtWork in Traben-Trarbach, gelernter Banker und Vertriebsspezialist, trat mit dem Wunsch nach Selbstständigkeit als Mitgeschäftsführer dem im Jahr 2000 gegründeten Unternehmen CI ArtWork bei, das er heute als alleiniger Geschäftsführer führt. Bisher setzte CI Artwork überwiegend auf das Kataloggeschäft, das vom Online-Angebot

DIE6 Promotion Service und partieller Beratung flankiert wird. "Das Gesamtpaket von DIE6 erscheint mir daher die idea-

le Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zu bieten. Wir können durch die gemeinsame Katalogerstellung Kosten und Ressourcen sparen, und werden die persönliche Kundenberatung weiter ausbauen. Zusätzlich bieten die Werbemittelprofis ein hervorragendes Internetangebot, von der kontinuierlich aktualisierten und modernen Produktpräsentation bis zum eigenen Shopsystem für Industriekunden" so Römer. www.die6.de

Neuer Katalog erschienen

Frisch gedruckt, mehr als schön anzusehen und sehnlichst erwartet bei unzähligen Schreibgeräte-Liebhabern: der neue uma Katalog 2017/2018. Auf fast 250 Seiten zeigt der innovative Traditionsbetrieb aus dem Schwarzwald die ganze Welt der Werbe-Kugelschreiber: die bekannte, hochwertige Produktpalette, vor allem aber auch neue Modelle, neue Inspirationen, neue Möglichkeiten – darunter auch der neue SKY. Mit seinem hochmodernen Design setzt er nicht nur facettenreiche Farbakzente, sondern liegt mit seiner smarten Gummigriffzone auch mehr als angenehm in der Hand. Oder der ELEGANCE, der auf unverwechselbare Art ein zeitloses Design mit einem sofort spürbaren Gefühl

von Wertigkeit kombiniert. Sehenswert sind aber nicht nur die aktuellsten uma-Modelle, sondern auch die vielseitigen Veredelungsoptionen, mit denen jede Werbe-Botschaft ideal zur Geltung kommt. Alle weiteren Informationen gibt's auf der Webseite von uma, wo sich der Katalog auch direkt bestellen lässt un-

 $ter: {\color{red}\textbf{www.uma-pen.com/hauptkatalog2017}}$





Das Känguru springt weiter

Ab Anfang Januar 2017 ist die Röhrs Werbe-Service GmbH aus Düsseldorf neben Moll Logistik, WER, Koch Promotion, Austria Promotion, Presit, Hanse Promotion und Moll Promotion die achte Business-Unit der Moll Gruppe. "Vor nunmehr fast 18 Jahren hat Herr Röhrs mir sein Unternehmen anvertraut und mir damit die Chance geboten, meinen Fußabdruck in einer faszinierenden Branche zu hinterlassen. Nun

Röhrs Werbe-Service

ist es auch für mich an der Zeit, den Staffelstab weiterzugeben und ich freue mich sehr, dass ich hierfür aus der Vielzahl an Bewerbern

die Moll Gruppe als seriösen und zukunftsorientierten Partner auswählen konnte", kommentiert Röhrs-Geschäftsführer Horst Holzschneider. Er steht der Moll Gruppe ab 2017 in beratender Funktion zur Verfügung. Die bisherigen Röhrs-Teammitglieder Ariane Lercher sowie Anja Korczak werden ein Teil des Team der WER GmbH.

www.roehrs-kaenguru.de - moll-gruppe.com

20-jähriges gefeiert

Die Kalenderdruckerei Eckenfelder feierte vergangenen Dezember ihr 20-jähriges Jubiläum am neuen Standort Wenigenlupnitz in Thüringen. Gemeinsam mit Mitarbeitern und Freunden wurde auf die letzten Jahre angestoßen. Angefangen hatte alles in der Familiengarage im schwäbischen Mössingen. Zunächst entwickelte Gisbert Eckenfelder, der Vater der heutigen Geschäftsführer Christof und Daniel Eckenfelder, nach und nach eigene Kalenderprodukte. 1969

schließlich gründete er das erste kleine Kalenderunternehmen. Die Firma wuchs und musste sich schließ-

lich auch räumlich verändern. 1996 war dann das Jahr des Wechsels. Das Unternehmen zog in Deutschlands Mitte nahe Eisenach. Außerdem ging die Geschäftsführung auf die beiden Söhne über. Die beiden Brüder Christof und Daniel Eckenfelder übernahmen die Kalenderproduktion des Vaters und gründeten die heutige Eckenfelder GmbH & Co. KG. Das 20-jährige Bestehen der Gesellschaft wurde nun gebührend gefeiert. www.eckenfelder.de



Die beiden Geschäftsführer trugen mit musikalischen Einlagen selbst zur guten Stimmung der Feier mit bei.

Walz



Vela integriert

Mit Wirkung zum 31.12.2016 übernahm die Unternehmensgruppe Walz die Vela Promotion GmbH & Co. KG. Erst vor Jahresfrist war die Geschäftsführung bei Vela von Uwe Ellermann auf Maria Hohn übergegangen. Allerdings, so ist von Unternehmens-

seite zu hören, sei zu diesem Zeitpunkt bereits klar gewesen, dass VELA zu klein sei, um sich auf Dauer als eigenständige Firma am Markt zu

behaupten. Aus diesem Grund haben sich beide Unternehmen darauf verständigt, dass ab Januar 2017 Vela in die Walz GmbH & Co. KG integriert wird. Maria Hohn wird bei Walz weiterhin hauptverantwortlich Vela-Produkte betreuen – vom Angebot bis zur kompletten Auftragsabwicklung. Für die bisherigen Vela-Kunden bleibt alles wie gewohnt. Die neuen Kontaktdaten:

Walz GmbH & Co. KG \cdot Abteilung Vela / Maria Hohn Im Lehrer Feld 6 \cdot D-89081 Ulm

Tel.: 0731 962 77-62 · Fax: 0731 962 77-44

info@vela.de · www.vela.de



Hans-Christoph Kaiser, Geschäftsführer der FiLEREX Europe, sieht die Kooperation mit Achilles als "Bereicherung für alle Kunden".

Kooperation mit Achilles

Pünktlich zur PSI Messe und zum Jahresauftakt 2017 hat die FiLEREX GmbH & Co. KG aus Berlin eine Zusammenarbeit mit der Achilles Gruppe aus Celle geschlossen. Achilles ist bekannt für individualisierte Ordner und hochwertige Verpackungen. Werbemittelhändler erhalten über FiLEREX neben dem neuen "USB zum Abheften" nun gleichzeitig attraktive Konditionen auf kundenspezifische Ordner-Projekte. Speziell für Werbemittelhändler und Agenturen hat die neue Kooperation ein attraktives "PSI-Bonus-Programm" auf individualisierte Ordner geschaffen. Damit lassen sich Projekte rund um Papier und Digital auf Wunsch nun aus einer Hand realisieren. Hans-Christoph Kaiser, Geschäfts-

führer der FiLEREX Europe: "Die Erweiterung des Angebotes und die Zusammenarbeit mit einem führenden Anbieter ist eine Bereicherung für alle FiLEREX Kunden, getreu unserer Mission, Kunden als Marktführer viele Lösungen und Möglichkeiten zu bieten. Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir mit unserem erweiterten Angebot Werbetreibende im In- und Ausland ein attraktives Angebot machen. Gerne informieren wir Interessenten auf Anfrage." FiLEREX wurde von der PSI als einer der 50 "PSI First"-Aussteller nominiert und positioniert sich weiter mit Innovation und Kreativität. Achilles ist an 13 Standorten im Inland und 6 Standorten im Ausland aufgestellt und bündelt Know-how mit Kapazitäten und bietet zudem ein umfassendes Leistungsportfolio sowie ein Höchstmaß an Flexibilität. www.filerex.com

Jubilare geehrt

Nach den Herausforderungen des vergangenen Jahres sieht Rastal-Chef Raymond Sahm-Rastal das Unternehmen auf einem guten Weg. Bei einer Feier langjähriger verdienter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Keramikmuseum Höhr-Grenzhausen am 9. Dezember 2016 unterstrich der Geschäftsführende Gesellschafter: "Rastal ist ein Familienunternehmen. Das steht für Tradition, Zuverlässigkeit und Nachhaltigkeit, Qualität, aber auch im Besonderen für Innovation: "Dank des Engagements der Belegschaft sei der Durchbruch zu neuen Produkten und schlagkräftigeren Strukturen geschafft worden, die das Unternehmen nach vorne bringen. Im Rahmen eines Festaktes dankte Sahm-Rastal auch im Namen der gesamten Geschäftsführung den Jubilaren und würdigte deren Loyalität und Verbundenheit zum Unternehmen. Die Ehrung der treuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sei und bleibe ein wichtiges Stück Unternehmenskultur. Geehrt wurden 96 Jubilare mit 10, 20, 25, 30, 35 und sogar 40 Jahren Zugehörigkeit zum Unternehmen Rastal. www.rastal.com



Das Foto zeigt die Jubilare mit 40 bzw. 25 Jahren Betriebszugehörigkeit sowie Raymond Sahm-Rastal und Thomas Nieraad, Geschäftsleitung Rastal.



Erneut unter den Top 3 der Marken

Wie bereits im vergangenen Jahr ist Faber-Castell auch 2016 wieder unter den Top 3 der Marken, die einer Verbraucher-Umfrage des Analyseinstituts ServiceValue zufolge das höchste Kundenvertrauen besitzen. Faber-Castell führt das Gesamtranking zusammen mit AEG und Amazon an. Ausgewertet wurden 894 Unternehmen aus 67 Branchen. Die im Auftrag des Magazins "Wirtschaftswoche" durchgeführte Untersuchung stützt sich dabei auf über 253.000 Kundenbeurteilungen. Auf Branchenebene, in der Kategorie "Schreibgeräte", liegt Faber-Castell wie im Vorjahr erneut auf Platz 1. Vorstandssprecherin Mary Gräfin von Faber-Castell freut sich über die Verbraucherauszeichnung: "Es zeigt sich einmal mehr, dass sich kompromisslose Qualität, hohe Service-Orientierung sowie Kontinuität in der

standssprecherin Mary Gräfin von Faber-Castell freut sich über die Verbraucherauszeichnung: "Es zeigt sich einmal mehr, dass sich kompromisslose Qualität, hohe Service-Orientierung sowie Kontinuität in der Markenführung auszahlen. Das Kundenvertrauen ist unser höchstes Gut, das wir nur durch langjähriges, vertrauensvolles Teamwork erreichen konnten. Mein Dank gilt besonders unseren Mitarbeitern und Handelspartnern." www.faber-castell.com

Neuer Lagerleiter begrüßt

"Wir freuen uns, Christian Holl als neuen Lagerleiter bei Sprintis begrüßen zu dürfen. Im Zuge der Investition in die neue Lagertechnik sowie der Überarbeitung der Strukturen ist er mit seinem umfangreichen Know-how ein Gewinn für unser Unternehmen.", so Geschäftsführer Matthias Schenk. Holl wird für die Prozessoptimierung im Bereich Lager und Logistik verantwortlich sein sowie die Qualitätskontrolle in die-

sem Bereich forcieren. www.sprintis.de



Neuer Vertriebsleiter

www.ztv-logistik.de

Der Logistikdienstleister ztv beschäftigt seit kurzem mit Thomas Kersting einen neuen Vertriebsleiter für den Logistikservice. Thomas Kersting steht dem Vertriebsteam rund um Jessica Vossen, Anke Leverenz, Nicole Ertürk und Marcel Kreckler vor. Er verfügt über eine jahrelange Erfahrung im Vertrieb und kennt die speziellen Kundenanforderungen in der Logistikdienstleistungsbranche genau.



ZDF zu Gast

Die Werbesüßigkeiten-Experten der Jung Bonbonfabrik konnten vor kurzem ein Fernseh-Team des ZDF Mittagsmagazins in ihrem Werk in Vaihingen/Enz-Kleinglattbach begrüßen. Für die Reihe "Deutschland ist spitze!" verfolgten die Kameraleute die Produktion der Jungschen "Glühweinherzen", die jetzt in der Vorweihnachtszeit natürlich ganz besonders be-

gehrt sind. Jörg Dennig, geschäftsführender Gesellschafter er Jung Bonbonfabrik, erläuterte die einzelnen Produktionsschritte: wie ein Bonbon entsteht, welche Zutaten enthalten sind und wie sie dann später gewickelt oder in Dosen als Werbe-Give-away eingesetzt werden können. Alle Interessierten, die den Beitrag verpasst haben, können diese in der Mediathek

des ZDF unter www.zdf.de nochmals abrufen.

www.jung-europe.de



Jung-Geschäftsführer Jörg Dennig erläutert die einzelnen Produktionsschritte der "Glühweinherzen".

Die fröhliche Truppe, die seit 2008 die A&O Adventstour ausrichtet, hatte bereits die erste Woche hinter sich, als sie im exklusiven Mainzer Atrium Hotel ihre Stände aufbaute. Insgesamt 23 Lieferanten waren diesmal unterwegs, um dem Handel der jeweiligen Region Trends und Neuheiten zu zeigen. Wir waren in Mainz und Leipzig mit von der Partie. Ein Rückblick.

Erfolgreiche A&O Adventstour 2016

Networken im Zeichen der Gans



Markenzeichen der A&O Adventstour: die vorweihnachtliche Gans.

om Start in Stemmen am Rand der Lüneburger Heide über Gütersloh bis Langenfeld im Bergischen Land war der Tross schon gereist, bis er in der rheinland-pfälzischen Landeshauptstadt am Rhein Sta-

tion machte. Zur Halbzeit der A&O Adventstour 2016 war die Stimmung bestens – kein Wunder, denn mit dem Besucheraufkommen und dem Interesse seitens des Handels waren die Veranstalter insgesamt sehr zufrieden. Wie immer variierten die Besucherzahlen je nach Region und Lage der Locations, was dem Erfolg des zweiwöchigen Events mit acht Veranstaltungen keinesfalls im Wege stand.

Blick auf die Trends von 2017

Die A&O Adventstour ist schon etwas ganz Eigenes, und selbst die Aussteller sind sich manchmal nicht ganz im Klaren darüber, was den Reiz der Produktschau ausmacht.



Gute Laune am Ende der ersten Tour-Woche.

Sicher hat sie mit 23 Ausstellern die richtige Größe, um dem Besucher an einem Nachmittag die wichtigsten Entwicklungen in den verschiedenen Produktgruppen zu präsentieren und auch mal intensivere Gespräche zu führen. Die Locations sind mit Bedacht ausgewählt und dabei hat das Organisationsteam rund um Joep Raanhuis durchweg ein gutes Gespür für edles Ambiente in Kombination mit zweckmäßigen, messetauglichen Räumlichkeiten. In Mainz beispielsweise zählt das Atrium Hotel zu den ersten Adressen. Entsprechend gut besucht war auch die Messe, viele Berater aus der Region nutzten die Gelegenheit, sich vor



Joep Raanhuis begrüßte die Gäste im Namen der Veranstalter.



Natürlich inkognito.

Diese beiden musikalischen Nikoläuse gaben ein adventliches Ständchen.



Probieren gehört dazu.



Mitgesungen wurde dann aber auch.



der PSI noch einmal mit Lieferanten auszutauschen und schon mal einen Blick auf die Trends 2017 zu werfen.



Dass die Aussteller ihre Kunden im Anschluss an die Produktschau zum festlichen Abendmenü mit dem jahreszeitentypischen Gänsebraten einladen, macht den besonderen Charme der Veranstaltung aus. Denn hier trifft man sich in lockerer Runde und kommt beim gemeinsamen Genießen schnell ins Gespräch. So ist es auch erklärtes



Ziel der Veranstalter, die Kunden auch persönlich besser kennenzulernen und die Basis für die gemeinsame Zusammenarbeit zu festigen. So ist die A&O Adventstour immer auch ein Networking-Event, der durch seine einmalige Atmosphäre und die ansteckend gute Laune der Aussteller-Teams inzwischen viele Fans gewonnen hat.

Gelungener Abschluss

Dies bestätigte sich auch während Part Zwei der Rundreise, die zunächst Aspach (bei Stuttgart), Sauerlach (bei München) und Erlangen ansteuerte und schließlich in Leipzig im nagelneuen Melia Innside ihren gelungenen Abschluss fand. Auch hier nahmen zahlreiche Besucher nach absolvierter Produkteschau die Gelegenheit zum gemeinsamen Gänseessen war, in dessen ungezwungener, ja herzlicher Atmosphäre der Übergang von der nüchtern merkantilen zur vertrauensvoll persönlichen Geschäftsbeziehung zwi-

Das nahe Weihnachtsfest war förmlich greifbar.



Darf's noch etwas Süßes sein?



Werbung kann auch äußerst flauschig sein.



Allseits zufriedene Gesichter am Ende der Tour.

schen Lieferant und Händler nicht eben schwerfällt. Diese unverwechselbare, nachgerade familiäre Note ist es, welche die A&O Adventstour mit ihren Teilnehmern von anderen unterscheidet und deren stetig wachsenden Erfolg letztlich auch bedingt.

Erfreuliche Bilanz

Mit rund 750 Besuchern und etwa 800 verzehrten Abendessen ließ sich die Bilanz auch diesmal sehen und bestätigte die Ausstellergemeinschaft in ihrem Erfolgsrezept. Zu den gern gesehenen "Stammkunden" kamen erneut zahlreiche Neuinteressenten hinzu, die sich den abwechslungsreichen Mix an haptischer Werbepower und anschließender Kulinarik munden ließen. Aus den acht Locations ragten Langenfeld und Stemmen mit je circa 130 Besuchern etwas heraus. Joep Raanhuis aus dem Organisationsteam zieht denn auch eine rundum erfreuliche Bilanz: "Mit dem Gesamtablauf der Adventstour sind wir sehr zufrieden! Die Stimmung war dabei sowohl unter den Händlern als auch unter den Ausstellern sehr positiv. Natürlich ist es klar, dass die Besucherzahlen in den Ballungsgebieten erfahrungsgemäß höher sind. Dennoch sind wir mit den Besuchern 'auf dem Lande' oder in den kleineren Städten ebenso zufrieden. Mit anderen Worten: der räumliche Wechsel einiger Standorte hat auch andere, neue Händlerkontakte gebracht und das war auch so gewollt. Das Wetter hat natürlich auch super mitgespielt. Die ,leichten' Überschneidungen mit der 'Welcome Home' haben ebenfalls nicht geschadet", so seine abschließende Einschätzung. Termine und Örtlichkeiten der kommenden Tour sind zwar bereits in Planung, werden indes erst im Frühjahr in allen Details feststehen. Freuen indes darf sich der Werbemittelhandel schon jetzt auf die nächste Auflage des Networking im Zeichen der (leckeren) Gans.



In Erwartung der Gans ...



Ende gut - Gans (sehr) gut!



PSI Sustainability Awards 2017

Ihr Unternehmen schont Ressourcen, schützt die Umwelt und dokumentiert soziale Standards und Initiativen?

Bewerben Sie sich mit Ihren nachhaltig produzierten Produkten, Ihrem Unternehmen oder einer aussagekräftigen Kampagne.









Unter dem Stichwort "Willkommen Zuhause" hatten die neun Veranstalter der Preview-Show wieder Kunden in vier ihrer Unternehmen sowie in zwei ausgewählte Locations eingeladen. Die Bilanz der Welcome Home Tour 2016 kann sich sehen lassen: Insgesamt waren 857 Besucher gekommen, um sich unter den Neuheiten der kommenden Saison umzusehen.

Welcome Home Tour 2016

Dabei zu sein lohnt sich immer



Bei der Welcome Home Tour können Händler Neuheiten entdecken und die jeweiligen Gastgeber-Firmen besser kennenlernen.

ass die Welcome Home Tour 2016 das Vorjahresergebnis toppen könnte, hatten die Aussteller bereits am letzten Tour-Tag in den Räumen der Geiger-Notes AG in Wiesbaden im Gefühl: "Diese Tour gehört sicher zu den erfolgreichsten der letzten Jahre. An allen Orten waren wir mit dem Besucheraufkommen sehr zufrieden", so die Einschätzung von Dennis Dennig von der Jung Bonbonfabrik. In diesem Sinne äußerten sich auch seine Aussteller-Kollegen nach zwei ergiebigen, aber auch anstrengenden Wochen zwischen Hamburg und München. Das gute Ergebnis bestätigt also wieder einmal das stimmige Konzept der Veranstaltung, die immer mehr Zuspruch seitens des Handels findet.

Neuheiten und Unternehmensführungen

Was macht die Attraktivität dieses Event-Formats aus? "Die gelungene Mischung aus Neuheitenschau und Unternehmensführungen ist für viele Händler immer wieder interessant. Denn sie haben die Möglichkeit, sich in Ruhe über Produkte zu informieren und außerdem einen Blick hinter die Kulissen der Lieferanten zu werfen – und das an nur einem Tag", sagte Jürgen Geiger. Auch dieses Jahr war das Interesse an den Werksführungen wieder ungebrochen. Denn sie führen dem Handel anschaulich vor Augen, wie die jeweiligen Produkte entstehen, wie sie veredelt werden und wie die Lieferanten arbeiten. Zudem eignen sich auch hervorragend zur Weiterbildung der Teams oder um neue Mitarbeiter einzuführen. "Und da die Produktionsverfahren laufend weiterentwickelt werden, gibt es immer wieder etwas Neues zu entdecken", ergänzte Geiger.





Viel Zeit für die Gespräche

Den Blick hinter die Kulissen ermöglichten in diesem Jahr neben Geiger-Notes auch Halfar System in Bielefeld, Reflects by LM Accessoires in Köln sowie die Jung Bonbonfabrik in Vaihingen/Enz. Bewährte Locations in Hamburg und München waren wieder die Anfangs- und Endpunkte der Produktschau. Die Welcome Home Tour versteht sich als Neuheitenschau, die Händlern und ihren Teams schon vor der PSI in lockerer Atmosphäre einen Überblick über neue Produkte und Ideen geben möchte. Sie wird gerne genutzt von allen, die nicht zur PSI kommen können oder auch von Firmen mit eher kleinen Teams, die nicht alle Mitarbeiter mit zur PSI nehmen können. "Zuhause" haben dann auch die Lieferanten viel Zeit für die Besucher und können auch längere sowie detailliertere Gespräche führen. Gerade kleinere Kunden profitieren davon, denn im persönlichen Dialog lässt sich auch für sie leichter ein passendes Angebot stricken. Auch zur Pflege von Bestandskunden ist die Tour ideal. Dann kann man sich auf der PSI mehr um neue und internationale Händler kümmern, war der Tenor unserer Ausstellergespräche.

Recht wenig Industriekunden da

Zum ersten Mal konnten Händler auch Industriekunden mitbringen. Damit haben die Veranstalter dem Wunsch mancher Kunden Rechnung getragen. Das Angebot wur-



Unschätzbar: Ausreichend Zeit für persönliche Beratung und Kontaktpflege.

de an den einzelnen Standorten unterschiedlich angenommen. Es waren zwar überall Industriekunden da, aber bei weitem nicht alle Händler machten von dem Angebot Gebrauch. Vielleicht mag bei manchem Händler der Gedanke eine Rolle gespielt haben, dass er seinem Kunden nicht die ganze Vielfalt der Sortimente zeigen kann und dieser das immense Potenzial der Branche nicht in vollem Maße erkennen kann.

Perfekte Organisation

Wie immer haben sich die Ausstellerteams wieder sehr wohlgefühlt: "Wir sind an allen Standorten herzlich empfangen worden und die Kollegen haben sich sehr nett um uns gekümmert. Auch die Organisation war perfekt, alles hat wunderbar geklappt", lobte Michael Baierl von Halfar seine Kollegen.



Für uns auf dem roten Sofa: Geiger-Notes-Chef Jürgen Geiger und Marketingleiterin Heike Lübeck.



Ein Klassiker unter den Werbemitteln ist der Kalender. Als effektivstes Zeitmanagement-Tool steht er das ganze Jahr im Blickfeld des Benutzers und übernimmt damit auch eine Paraderolle als Werbebotschäfter. Aber auch eine schöne Verpackung zieht die Aufmerksamkeit auf sich.



Puristisches Luxusgut

Holz und Gold, wertvolle und vielseitige Materialien, verschmelzen beim Diamond von e+m Holzprodukte zu einem attraktiven und unkompliziert ausgeführten Schreibgerät. Der neue Kugelschreiber rangiert mit seiner einzigartigen Form und seiner glamourösen Erscheinung in der Riege der außergewöhnlichen Objekte. Erhältlich ist das Schmuckstück für den Schreibtisch in dunklem Walnussholz oder in hellem Bergahorn. Die Personalisierung erfolgt per Druck oder Lasergravur auf dem Stift.



Ökologische Tragweite

Mit seiner zu 100 Prozent aus recyceltem Material aus Europa hergestellten Tragetasche setzt The Gift Groothandel aus den Niederlanden auf den Umweltgedanken. Öko ist angesagt, wenn der Anwender die großflächig individualisierbare Tasche mit ihren stablilen Henkeln und ihrem luxuriösen Erscheinungsbild durch die Stadt trägt. Das geräumige Transportmittel ist in den Farben Grau, Braun sowie in Schwarz erhältlich. Nähere Informationen bei The Gift Groothandel.



hoechst mass ®

Seit 100 Jahren Maßbänder und Rollbandmaße

Hoechstmass Balzer GmbH

Wiesenstraße 13 D-65843 Sulzbach/Ts.

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

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

www.youtube.com Hoechstmass Balzer - Messefilm



Hase mit Wachstumschancen

Grasender Hase: Multiflower verspricht über seine Metalldose mit einem Rasen-Osternest in Hasenkontur werbewirksame grüne Botschaften. Zur Belebung der Werbeaussage muss der Anwender einfach die Dose öffnen und den Inhalt nach Anleitung ansäen. Schon nach wenigen Tagen ist der wachsende grüne Hase zu sehen. Wird der Rasenschnitt regelmäßig vorgenommen, bleiben die Konturen gut sichtbar. Ein eigenes Logo der Wachstumsschablone ist ab 1000 Stück möglich. Der Werbeeindruck auf dem Deckelaufkleber oder eine eigene Gestaltung gibt's jeweils ab 250 Stück.

PSI 45974 • Multiflower GmbH Tel +49 6226 92798-0 info@multiflower.de • www.multiflower.de https://www.psiproductfinder.de/nzq2zj

Vier auf einen Blick

Die aus FSC®-zertifizierten Papieren und Kartonagen aus nachhaltiger Forstwirtschaft gefertigten 4-Monatskalender super 1 quadro und super 2 quadro von terminic bieten viel Raum für Werbung und einen großen Planungszeitraum auf einen Blick. Beide standardmäßig in über 35 Sprachen erhältlichen Kalendervarianten verfügen über eine Rückwand aus hochweißem, dreifach gestrichenem Chromokarton für eine optimale Plan-Lage an der Wand. Vier separate Kalenderblöcke mit feiner Strichperforation ermöglichen ein einfaches und sauberes Abtrennen der Kalenderblätter.

PSI 41308 • terminic GmbH
Tel +49 421 87145-77
info@terminic.eu • www.terminic.eu
https://www.psiproductfinder.de/ymy1y2







365-Tage-Fokus

Wer nach einem praktischen, kompakten Give-away im Kalendersegment sucht, findet mit den kleinen Taschenkalendern im Kreditkartenformat von Polskie Karty die passende Lösung. Die kleinen, originellen Jahresplaner passen in jede Tasche oder ins Portemonnaie. Natürlich gibt es die nützlichen Streuartikel in den verschiedensten Ausführungen, etwa mit matter oder glänzender Oberfläche, ein- oder mehrfarbig, modern, elegant oder im Traditionslook umgesetzt – je nach Gestaltungswunsch.



Große Werbeklappe

Der Flyer von Umbum ist interaktiv, denn er sorgt mit einer Besonderheit für eine spielerische Auseinandersetzung mit dem Werbemittel: schließlich kann der als Produktprospekt, Mailingverstärker, haptische Verkaufshilfe, Einladung oder Weihnachtskarte universell einsetzbare Flyer geklappt werden. Dadurch wird die Werbewirkung um ein Vielfaches verstärkt. Zudem kann der hochwertige und interaktive Klappflyer entsprechend dem jeweiligen Corporate Design durch die Anpassung von Größe, Farben, Grafiken, Oberfläche und Logo vielfältig individualisiert werden.



Kreatives Familienjahr

Ran an Heißklebepistole und Bastelfilz heißt es ab sofort bei Walter Medien: Selbstgemacht, der neue Kalender, bietet jede Menge Kreativspaß für die ganze Familie. Ausführlich werden die abwechslungsreichen Bastelideen mit Schritt-für-Schritt-Fotos und Anleitungen auf Vorder- und Rückseite der Monatsblätter vorgestellt. Das Kalendarium bietet Platz für die Termine der Familie und die handgezeichneten Illustrationen runden die Gestaltung ab.



Verpackung wechsle dich

Weinpräsente mit dem gewissen Extra präsentiert Römer Drinks mit seinen sechs Premium-Weinverpackungen der Marke Rackpack®: Mit wenigen Handgriffen entsteht aus der Weinkiste ein schickes und hochwertiges Holzregal mit Platz für 3, 6 oder 12 Flaschen Wein. Auch weitere Ausführungen des Rackpack® offenbaren eine zweite Identität, indem sie sich von einer Weinkiste etwa in eine Lampe, ein Tablett, einen Roboter, einen Sektkühler oder ein Käsebrett verwandeln. Römer ist exklusiver Vertriebspartner der niederländischen Marke. Alle Produkte können mit Lasergravur oder Siebdruck individuell veredelt werden.

Kompakter Kontaktpool

Die NFC-Visitenkarten bizy. Cards® vom gleichnamigen Hersteller vereinen Innovation und Tradition beim Networking. Sie werden auf hochwertigen Papieren gedruckt und erfüllen höchste haptische Anforderungen. Gehalten an ein NFC-fähiges Endgerät, wandert der auf dem integrierten Speicherchip gespeicherte Kontakt drahtlos ins Telefonbuch. Oder die GPS-Koordinaten von Hotel oder Bar werden in der Navi-App angezeigt. Durch Verknüpfung mit dem bizy. Cards® Cloud-Service lassen sich Zugriffe auf die gespeicherten Daten auswerten und die Effektivität der Visitenkarten messen.





https://www.psiproductfinder.de/n2ewyt

Blauer Engel

PSI-Händler und -Lieferanten betreiben Eigenwerbung mit den portooptimierten inpoka® Faltwandplanern als umweltfreundliche Beilage zum Katalogversand oder separates Aktionsmailing: im Format A1 auf A4 oder C1 auf C4 gefalzt. Bei Hanbückers Werbung können Planer sowie auch Briefcouverts ab sofort mit dem neuen "Blauen Engel für Druckerzeugnisse" zu Sonderkonditionen geordert werden, mit Kalendarium von 12, 16 oder 18 Monaten. Der Druck erfolgt 2/0, 4/0, oder 4/4-farbig.

www.psi-network.de PSI Journal 2/2017



Früher Vogel

Eine graphisch individuelle Gestaltung bieten die Plakatkalender für 2018 im Sortiment von KalenderRiese.de. Die Version Früher Vogel 3+12 mit Kalender von September 2017 bis Jahresende 2018 lässt sich schon weit vor dem Jahresende als effektives Werbemittel platzieren. Je nach Monatsversion bleibt das Produkt bis zu 16 Monate im Blickfeld. Die Kalender können wahlweise wiederbeschreibbar veredelt werden. Rollen, falzen und verschicken ist ganz nach Wunsch möglich. Die Frühbesteller-Aktion endet bereits am 30. Juni 2017.



Halali im Vintage-Look

Bühring realisiert rustikale Ringbücher für Kalendereinlagen oder Notizpapier wie den hier gezeigten Organizer "Jagd" aus Leder. Die Produktion erfolgt projektbezogen in Indien. Dies eröffnet dem Kunden die Möglichkeit, die Ausführung individuell modifizieren zu lassen und das Leder aus einer großen Bandbreite verfügbarer Oberflächen und Farben zu wählen. Derzeit ist das Vollrindleder "Jagdleder" mit wildlederähnlicher Optik und sehr angenehmer Haptik im Trend. Blindprägungen auf diesem Leder werden dunkel und kommen besonders gut zur Geltung. Im Gebrauch entwickelt das Jagdleder einen interessanten Vintage-Look. Der indische Lieferantenpartner ist seit 2014 durch SGS nach SA 8000 zertifiziert. Die Lieferzeit beträgt bei kleineren Mengen ca. 6 Wochen nach Muster- und Logofreigabe.





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

Starke Taschen.

Vielseitige Ansichten

Die bei Dragon Gifts bestellbaren 360 Rund- sowie Würfelkalender sind magnetisch und sorgen etwa an der Kühlschranktür oder Magnettafel für den perfekten Überblick. Magnetic 360 Round verfügt über drei Blöcke mit je einem Magnet oben und unten, womit die vierfarbig aufzubringende Werbebotschaft auf der Oberläche jedes Würfels besonders aufmerksamkeitsstark inszeniert werden kann. Die drei Plastikwürfel des Magnetic Puzzle Calendar lassen sich ebenfalls dank der oben sowie unten integrierten Magneten variabel inszenieren.





Originelle Überraschung

Mit einer originellen Idee aus der Nische wartet Sale aus Tschechien auf: einer Geschenkbox, perfekt geeignet etwa für das Futter von kleinen Hunden. Schließlich soll auch die Überraschung für den besten Freund des Menschen entsprechend inszeniert werden. Bereits das luxuriöse Erscheinungsbild der in Hellbraun mit schwarzem Schriftzug Petit ausgeführten Geschenk-Box macht Eindruck. Im Innern der Box verbirgt sich eine luxuriös anmutende, in Schwarz ausgeführte Verpackung mit rotem Henkel. Durch leichtes Ziehen wird der gewünschte Inhalt aufmerksamkeitsstark freigelegt und festlich inszeniert.

Kompakter Gedankenspeicher

Pocket von Giving Europe ist der optimale Artikel, um alle Notizen und Ideen aufzuschreiben und zu sammeln. Das im praktischen Format A6 ausgeführte und auch mit liniertem Papier lieferbare Notizbuch verfügt über ein Gummiband, das das Büchlein stets zusammenhält. Das Band lässt sich zudem als Lesezeichen verwenden. Das Cover aus stabilem Kunststoff gibt es in den Farben Schwarz, Weiß, Blau, Gelb, Orange, Rot, Rosa, Hellblau, Violett, Hellgrün sowie in Silber. Eine Werbeanbringung ist mittels Tampondruck oder Siebdruck umsetzbar.





PSI 41430 • Eckenfelder GmbH & Co. KG Tel +49 36920 841-0 info@eckenfelder.de • www.eckenfelder.de https://www.psiproductfinder.de/zgnkm2

Erfolgsserie "Junior"

Die Kalenderdruckerei Eckenfelder produziert seit 47 Jahren Kalender in Deutschland. Trotz aller elektronischer Alternativen empfiehlt man bei Eckenfelder nach wie vor den gedruckten Kalender. Er hängt in nahezu jedem Büro, 365 Tage lang, immer im Blick der Kunden. Die Erfolgsserie "Junior" ist bei Eckenfelder ein Verkaufsschlager – nicht zuletzt, weil er durch sein gutes Preis-Leistungsverhältnis überzeugt. Er lässt sich zusammenfalten und ist damit portogünstig als Maxibrief versendbar. Die Mikroperforation sorgt für ein rückstandsloses Abreißen der Monatsblätter. Natürlich ist die Junior-Serie – wie auch alle anderen Kalender von Eckenfelder – umweltschonend auf FSC-zertifiziertem Papier hergestellt.



PSI 49331 • R3D, LDA Tel +351 275 331492

tania.pereira@r3d.pt • www.r3d.pt https://www.psiproductfinder.de/n2vlmm

Individuelles Erscheinungsbild

R3D aus Portugal liefert verschiedenste Verpackungslösungen für den Werbemittelbereich. Darunter finden sich neben originellen Verpackungen mit Luftkammern auch etliche weitere Varianten zum Schutz vor thermischen Einflüssen oder vor Feuchtigkeit und Schimmelpilzbefall. Zudem unterstützt R3D die Umwelt und liefert daher zu 100 Prozent recycelbare Produktlösungen. Zur Auswahl stehen verschiedenste Möglichkeiten der Verpackung sowie diverse Farben und Finish-Möglichkeiten bis hin zur kundenindividuellen Personalisierung.



Informative Schülerkalender

Venceremos präsentiert die neuen Schülerkalender 2017/2018 im Format A5 mit abgerundeten Buchecken als Flexcover-Buch. Beim Bucheinband stehen 5 Standard-Motive zur Auswahl. Natürlich können auf Wunsch auch individuelle Cover gestaltet werden. Das Kalendarium enthält 192 Seiten von Ende Juni 2017 bis Ende 2018. Auf den integrierten Infoseiten befindet sich Platz für persönliche Daten. Weitere Vorteile: vier Stundenpläne, Notenübersicht, Schulferien, unregelmäßige englische Verben, Geometrie, Maßeinheiten und Gewichte, zu jeder Woche eine Seite Notizen, Landkarte und Daten/Infos zu Europa, Landkarte und Daten/Infos zur Bundesrepublik Deutschland, Entfernungstabelle, Mailadressen, Geburtstagskalender, Kontakte und Notizen. Dank hochwertiger Fadenheftung bleibt der Kalender auch offen liegen.



Sauberer Auftritt

Matù ist eine originelle Lösung zum Transport seiner Schuhe – aber nicht nur das: Matù, übrigens erhältlich bei der italienischen GPS Group, fungiert zugleich als Fußmatte: Damit bleibt der Straßenschmutz stets draußen! Werblich individualisiert, wird das Produkt vor allem als lässig über der Schulter getragene Tasche zum Blickfang. Praktisch, originell und aufmerksamkeitsstark – ein starker Auftritt zur sauberen Kommunikation starker Marken.



Nicht selten entscheidet die Art der Verpackung über Erfolg oder Scheitern einer Marketing-Aktion. Mit der Bigso Box vom schwedischen Werbemittelspezialisten Bigso bekommt der Kunde individuelle, vielseitige Verpackungslösungen an die Hand, um für eine entsprechend stilsichere Umsetzung seiner Maßnahme zur Marken-Kommunikation zu sorgen. Zur Auswahl stehen neben verschiedenen Verpackungen auch diverse Individualisierungsmöglichkeiten. Weitere Infos auf Anfrage.



Gespannte Erwartung

Vorfreude ist die schönste Freude, besonders mit dem kleinsten Event-Kalender der Welt. Der in IFS-zertifizierter Produktion hergestellte Mini-Kalender passt in jede Tasche, wiegt nur 32 Gramm und hält täglich eine kleine Süßigkeit bereit. Der Blister kann mit sanften Pulmoll Halsbonbons oder bunten, zartschmelzenden Schokolinsen gefüllt werden.



Schöne Schuber

Nestler-matho hat für viele Produkte auf Wunsch auch individuelle Schuber in petto. Die Schuber sind an die Produktverpackungen von Nestler-matho perfekt angepasst und geben den hochwertigen Lifestyle-Produkten eine noch wertvollere Optik. Eine Bedruckung mit dem Kundenlogo oder einem Wunschbild ist ab einer Bestellmenge von 100 Stück in zwei unterschiedlichen Größenklassen möglich.



Feinste Werbe-Schokoladen und viele weitere Süßwaren



Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co. KG

Ersteiner Str. 10a | 79346 Endingen

Tel. +49 (0) 7642 90 00 90 Fax +49 (0) 7642 90 00 23 info@kaiserstuhl-chocolaterie.de www.kaiserstuhl-chocolaterie.de



Es ist eine der Erfolgsgeschichten, die sich wie ein modernes Märchen lesen – und dennoch wahr sind. Es ist die Geschichte des tschechischen Unternehmens Reda. Sie zeigt, wie sich aus innovativen Ideen auch mit anfänglich wenigen technischen Möglichkeiten sehr viel erreichen lässt.

Von der heimischen Garage zum Top-Player

Mission Spitzenposition



Seit zwölf Jahren stellt Reda auf der PSI aus – immer auch auf der Suche nach Trends.

egonnen hat alles vor einem Vierteljahrhundert in Brno. Die beiden Nachbarn Zdeněk Trpělka, ein Mediziner, und Pavel Hofmann, ein Bauingenieur, beschlossen, mit einer alten Tampondruckmaschi-

ne in der heimischen Garage das Unternehmen REDAP (Reklamni Dárkové Předměty, zu deutsch: Werbe- und Geschenkartikel) zu gründen. "Wir sind das Paradebeispiel einer Geschichte, die während der demokratischen Reformen in Osteuropa begann", sagen die Tschechen heute selbstbewusst, die schon bald in Zdeněks Bruder Libor und einem langjährigen Freund, Jaromír Minář, beide Maschinenbauingenieure, große Unterstützung fanden. Damals sei der junge tschechoslowakische Markt hungrig nach bedruckten Produkten gewesen. "Wir haben sie geliefert mit nur dieser einzigen Tampondruckmaschine."

rierende Geschäft verlangte nach größeren Räumlichkeiten. Und das war keineswegs die einzige Herausforderung jener Tage. Es galt auch, die ersten Mitarbeiter einzustellen. Unter dem heutigen Namen Reda gehörte das Unternehmen zu den ersten Importeuren von Schreibgeräten. Bei diesen Produkten allein ist es jedoch nicht geblieben. Mitte der 1990er-Jahre "haben wir begonnen, Produkte aus Fernost zu importieren. Gleichzeitig haben wir unsere Druckkapazitäten ausgebaut und um Techniken wie Siebund Transferdruck, Stickerei und Lasergravur erweitert." Mit Blick auf Fernost nennen die Tschechen dann auch die ersten Meilensteine ihres Business: die erste Geschäftsreise nach Asien und der Aufbau einer Niederlassung in China. Ende der 2000er-Jahre wurde die Geschäftsführung um Milan Walter und Gaetan Friese verstärkt, die dem Unternehmen eine starke internationale Ausrichtung gaben. Gegenwärtig sind Zdeněk Trpělka, Jaromír Minář, Milan Walter und Gaetan Friese Gesellschafter von Reda.

Alles unter einem Dach

Nach eigenem Bekunden gehört Reda heute zu den Top-Playern auf dem europäischen Werbeartikelmarkt. Als Werbeartikel-Allrounder deckt das Unternehmen eine große Bandbreite ab. Der Fokus liegt dabei ganz wesentlich auf Keramik- und Porzellangefäßen, Schreibgeräten, Schirmen und einem großen Umfang an Werbetaschen. Dazu bietet Reda entsprechende Technologien für Keramik-, Porzellan- und Glasartikel: Brennen, Siebdruck, Tampondruck und Sandstrahlen. Darüber hinaus zählen die Tschechen vollautomatisierten Tampondruck und Lasergravur auf Schreibgeräten zu ihren Spezialitäten. "Wir produzieren unsere eigenen, patentierten Schreibgeräte. Und unser Gra-

fikstudio entwickelt Produkte mit einem ganz eigenen, einzigartigen Design", ist aus Brno zu erfahren. Als größten Mehrwert sieht Reda jedoch den umfassenden Service aus einer Hand an: Vom Auftragseingang über Druck bis Versand der Bestellung erfolgt alles unter einem Dach.

Stillstand wäre Rückschritt

Reda hält das Unternehmen über 2.500 Katalogartikel vor, was kurze Lieferzeiten garantiert. Dazu kommen vielfältige Druckverfahren, wettbewerbsfähige Preise, attraktive Angebote und sogar Unterstützung im Marketingbereich, seien es Kataloge, die individuell angepasst werden können, Muster oder neutrale Webseiten. Dieses Spektrum ist aus Sicht der Tschechen auch vonnöten, denn "der Markt ist in den vergangenen Jahren immer schneller geworden. Wir möchten unser hervorragend etabliertes europäisches Händlernetzwerk weiter ausbauen." Stillstand wäre Rückschritt, deshalb hat Reda stets einen Blick auf drucktechnische Entwicklungen, Produkttrends und E-Commerce. So erscheint jedes Jahr der Excursion-Katalog mit zahlreichen Produktneuheiten, der Maschinenpark wird kontinuierlich modernisiert, neue Logistikwege werden erschlossen. Dieser Leistungs- und Produktumfang ist Teil der Mission von Reda: "Wir möchten die erste Wahl für unsere Kunden sein durch schnelle Lieferung qualitativ hochwertiger Produkte und zur Spitze der Werbeartikelbranche zählen. Wir stehen voller Stolz hinter der Oualität unserer Arbeit, die uns zu einem erfolgreichen, innovativen, dynamischen und flexiblen Unternehmen macht."

Unternehmensphilosophie heißt FORCE

Der Unternehmensführung ist bewusst, dass für den Erfolg dafür vor allem eines wichtig ist: leidenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die für Reda das größte Kapital sind. Nicht umsonst spiegelt sich dies auch in den unternehmenseigenen Werten wider. "FORCE" nennt Reda das. Und dieses Wort ist Programm, setzt es sich doch aus den Anfangsbuchstaben von fünf essentiellen Begriffen zusammen: Fairness, Openess (Offenheit), Respekt, Cooperation (Zusammenarbeit) und Esteem (Anerkennung). In der Umsetzung bedeutet das für REDA: Beschäftigte, Lieferanten, Kunden und Geschäftspartner werden in Übereinstimmung mit dem ethischen Verhaltenskodex behandelt. "Mit unserem Verhalten gelten wir als Vorbild für andere." Zudem wird bei REDA das offene Wort gepflegt. "Diese Offenheit unterstützt unser gemeinsames Verständnis. Damit ist sie zu einem untrennbaren Bestandteil der Unternehmenskultur geworden." Überhaupt werden die offene Kommunikation und der Respekt bei REDA großgeschrieben. "Wir geben jeder Meinung Raum." Verschiedene Ansichten akzeptieren, nach Kompromissen suchen: REDA ist davon überzeugt, dass gemeinsame Ziele nur über konstruktive Zusammenarbeit



erreicht werden können. Gemeinsame Ziele sind Zufriedenheit und Unternehmenswachstum. Innovative Gedanken, neue Ideen und geleistete Arbeit – der In- und Output der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfährt bei REDA Anerkennung. Zudem ist der Unternehmensführung eines wichtig: "Wir bewahren uns den Geist eines Familienunternehmens." Und das bedeutet in erster Linie persönlichen Kontakt und dadurch zeitnahe Lösungen für individuelle Anfragen. Entscheidende Schritte, die die Tschechen dorthin führen sollen, wo sie sich in Zukunft sehen: "REDA wird eine stabile Position im europäischen Werbeartikelmarkt einnehmen. Mit konsequent hoher Servicequalität gegenüber unseren Kunden werden wir uns zu einem Spitzenunternehmen entwickeln." Dazu sollen auch die neugebaute Druckerei und das größere Lager beitragen, das Arbeitsplätze für 250 Beschäftigte bietet.

Modernste technische Ausstattung gehört zum Standard bei Reda.

Soziale Verantwortung

Bei allem Wachstum gilt für Reda auch soziale Verantwortung, die weit über die als wichtiger Arbeitgeber und Importeur hinausgeht. So unterstützt das Unternehmen etwa ein Kinderkrankenhaus. Aber auch die Verpflichtung gegenüber der Umwelt wird großgeschrieben, sei es durch die Teilnahme an einem Aufforstungsprogramm oder die finanzielle Unterstützung zum Erhalt bedrohter Arten. Reda hat in jeder Hinsicht eine Mission.



Im Jahr 1946 gründet Ernst Doppler eine Schirmfabrik in Braunau am Inn. Seine Leidenschaft für hochwertige Produkte und solides Handwerk legten den Grundstein für ein Unternehmen, das mittlerweile einer der führenden Hersteller von Sonnen- und Regenschirmen ist und internationale Erfolge feiert.

70 Jahre Handwerk aus Österreich

Edle Begleiter bei jedem Wetter



er Name doppler hat nun schon seit über 70 Jahren einen vertrauten Klang. Nicht nur im engeren Kreis der Schirmfabrikation, sondern auch in der Öffentlichkeit trifft der Name auf Bekanntheit und Sympathie. Bereits in vierter Generation repräsentiert das Familienunternehmen Qualität und Handwerkskunst "Made in Austria". Als die Firma 1946 gegründet wurde, produzierte sie ausschließlich Regenschirme. Danach kamen Zug um Zug Sonnenschirme, Sitzauflagen sowie Garten-



Auf Wunsch werden auch Verpackungen individuell maßgeschneidert.

möbel dazu. Der Erfolg des Unternehmens indes fußt auf festen Konstanten: Seit der Gründung steht doppler für modische Produkte, hochwertige Qualität sowie ein marktgerechtes Preis-Leistungsverhältnis.

Tradition — Innovation

Gleichzeitig steht bei doppler die Welt nie still: Ob neue technische Komponenten, erstklassige Materialien oder moderne Designs – für doppler be-

deutet Innovation, mit hohem Traditionsbewusstsein voranzugehen. Produktionsstandorte in Österreich, Tschechien, der Slowakei und Asien machen das regionale Unternehmen zum internationalen Betrieb. Eines ist jedoch unverändert: Egal ob Regenschirme, Sonnenschirme oder Sitzauflagen, die Produkte aus dem Hause doppler sind edle Begleiter bei jedem Wetter. "Unsere internationalen Strukturen garantieren unseren Kunden ein herausragendes Preis-Leistungs-Verhältnis. Unsere Fertigungsstätten in vier Ländern ermöglichen größte Flexibilität und machen uns zum Vorreiter bei der Produktion von Qualitätsschirmen. Internationale Synergien und persönliche Betreuung gehen bei doppler Hand in Hand: Vom Außendienst bis zum Back-Office genießen unsere Kunden eine ganz besondere Behandlung. Denn partnerschaftliche Zusammenarbeit, professioneller Service und verantwortungsvolles Handeln sind Grundlagen unseres Erfolgs seit 1946", erklärt Hermann Würflingsdobler, Geschäftsführer und Inhaber des seit der Gründung eigentümergeführten Unternehmens.



Edle Einzelstücke

Produkte aus dem Hause doppler begleiten die Menschen zu den Elementen der Natur – bei Sonne, Regen, Schnee und Wind. Mit doppler-Manufaktur werden Qualität, Innovation und Kundenorientierung in höchster Handwerkskunst verbunden. Schirme aus handwerklicher Fertigung der doppler-Manufaktur sind persönliche Unikate und edle Begleiter. Jedes einzelne dieser begehrlichen Accessoires erzählt sei-

ne ganz persönliche Geschichte von exklusiven Stoffen italienischer Designer, von den besten Hölzern dieser Welt, von traditionellem Handwerk aus Österreich und vor allem: vom erlesenen Geschmack seines Besitzers. "Früher wurden Regenschirme vererbt. Diese Tradition möchten wir mit unseren hochwertigen doppler-Manufaktur Schirmen wieder aufleben lassen," so Hermann Würflingsdobler. Die Kollektion der Manufaktur umfasst eine breite Palette an Produkten: zeitlose Klassiker, Hochzeitsschirme, Trachten- und Wiesnschirme, aber auch extravagante Modelle mit Echtsilbergriff und ausgeflippte Trendschirme für die Laufstege der Haute Couture.

Ideale Begleiter für jedes Wetter

doppler bietet für jede Wind- und Wetterlage den idealen Begleiter. Die praktischen Taschenschirme von doppler und Knirps gibt es in zahlreichen Ausführungen. Von solider Handautomatik über intelligente Auf-/Zu-Automatik





Sieht nicht nur edel aus: Die praktischen Taschenschirme von doppler und Knirps gibt es in zahlreichen Ausführungen.

bis hin zum leichtesten Taschenschirm mit nur 140 Gramm ist für jeden Kundenwunsch etwas dabei. Auch bei den Lang-, Partner- und Golfschirmen überzeugt doppler seit Jahrzehnten mit Qualität und Vielfalt. Specials wie die Knirps Technikserie oder die doppler Carbonsteel Produkte zeigen, dass das Unternehmen stets Vorreiter bei Innovationen ist und die Bedürfnisse der Kunden erfüllt.

Zahlreiche Veredlungsvarianten

Ganz egal für welchen Geschmack – ob für Damen oder Herren: Mit einem Schirm von doppler wird das werbende Unternehmen bei jedem Wetter bestens repräsentiert. Dank verschiedenster Veredlungsmöglichkeiten, exklusiver Designs und Griffvarianten wird die Werbebotschaft hochwertig transportiert und der Schirm somit zum Unikat. Auf Wunsch veredelt doppler seine Schirme unter anderem durch Bestickung, Druck oder Gravur. Darüber hinaus gibt es noch zahlreiche weitere Veredelungsvarianten und -details wie: Innendruck, Sublimation, reflektierender Druck, Allover-Druck, Heat Stamp, Windventil, Wet-Look, Silikon-Label, Rubber-Label, Einnäher, Anhängeetikett, Magic Rain Sign, Reflektierende Spitzen, Doppelbespannung, reflektierendes Einfassband, Plakette am Schaft, Gravur am Griff, 3-D-Sticker am Griff, Druck am Griff, verschiedene Griffvarianten.

Individuell gestaltete Verpackungen

Durch diese Individualisierung wird jeder Schirm zum Unikat und zum idealen Werbemittel. Als Geschenk bei feierlichen Anlässen ist einem die Aufmerksamkeit von Kunden oder Mitarbeitern gewiss. Die Wertigkeit eines jeden Schirms wird zusätzlich durch eine edle, individuell gestal-

tete Verpackung erhöht. Für die Marken doppler, Bugatti und Knirps stehen verschiedene Geschenkverpackungen zur Auswahl, je nach Kundenwunsch in klassischem, schlichten Design oder individuell an das eigene Unternehmen und die Marke angepasst. Den Wünschen der Kunden sind auch hier keine Grenzen gesetzt. Und über die jeweils passende Werbeanbringung beraten die Schirm-Experten ausführlich.

Außergewöhnliche Auftritte

So garantieren die "Individual Regenschirme" von doppler jeder Marke, jedem Logo oder jeder Botschaft einen außergewöhnlichen Auftritt. Das Unternehmen produziert seine Produkte auf Wunsch in exklusiver Kleinserie, als Spezialanfertigung oder auch Standardschirme in gro-Ber Stückzahl. Bewährter Service und rasche Lieferzeiten ermöglichen dem Kunden, seinen ganz persönlichen Werbeschirm schon nach kurzer Zeit in Händen zu halten. Als Modelle bietet doppler hierzu Minischirme (klein, faltbar und flexibel), Langschirme (klassisch, robust und zeitlos) sowie Golfschirme (Langschirme in Übergröße). Wer mit seinen Werbeschirmen lieber in der Sonne punkten möchte, für den hat doppler auch seine "Individual Gartenschirme" im Programm. Auch hier offeriert das Unternehmen seinen Kunden ein vielfältiges Sortiment in unterschiedlichen Größen, Formen und Qualitäten vom hochwertigen Aluschirm "Made in Austria" bis zum Basic Schirm.



In jedem Teil der doppler Schirme steckt Wertarbeit mit der Erfahrung von über 70 Jahren.



Die Produkte aus dem Hause doppler sind edle Begleiter bei jedem Wetter.

© promoswiss.ch



werbeartikel fachmesse

Heustadl-Dinner Promoswiss Night Promo Swiss Awards

9. März 2017 AlpenRock Dietikon www.psf-forum.ch



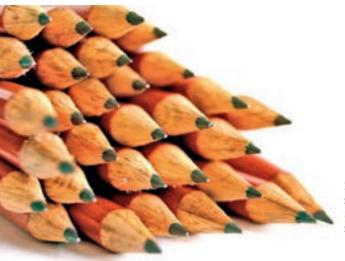
Die einzige Werbeartikel-Fachmesse der Schweiz



Die CSW GmbH mit Sitz in Köln ist nun ein Vierteljahrhundert mit einem breiten Sortiment und verschiedenen Varianten an Blei- und Buntstiften auf dem Werbeartikelmarkt vertreten. Kurz vor dem "Silbernen" hat das Unternehmen sein Sortiment noch einmal aufgefrischt.

Blei- und Buntstifte

Sortiment aufgefrischt



Neu im Sortiment: runde und 3-Kant Zimmermannsbleistifte.

ie Abkürzung CSW steht für "Colonia Schreibgeräte und Werbemittel". In den Geschäftsräumen des Unternehmens in Köln Lindenthal sind Büro, Produktion und Lager unter einem Dach gebündelt. Von

hier aus managt das Team um Firmengründer und Geschäftsführer Ralf Meutgens das Angebot des umfangreichen Full-Service-Paketes inklusive Logistik. Es ist die



Geschäftsführer Ralf Meutgens in Aktion.

gute Teamarbeit zwischen Ralf Meutgens und den langjährigen Mitarbeitern Karin Weidemann und Ali Yigit, die maßgeblich dazu beiträgt, dass die CSW heute einen guten Ruf bei ihren Kunden genießt. "Besonders langjährige Stammkunden schätzen unseren Service und die gute Zusammenarbeit", so Ralf Meutgens.

Vielfältig und individuell

"Wir bieten Werbeartikel, die als wichtiges Instrument der Marken- und Unternehmenskommunikation zur Bekanntheit des Unternehmens und Identifikationsförderung beitragen. Unser durchdachtes Sortiment mit zeitlosem Design und langer Lebensdauer ist so vielfältig und individuell wie unsere Kundenwünsche, die wir gerne auch zu erfüllen versuchen", umreißt Meutgens die Philosophie von CSW und ergänzt: "Wer Köln kennt, dem kommen die verschiedenen Produktbezeichnungen bei den Kugelschreibern gleich vertraut vor. Unser erstes eigenes Modell, den Drehkugelschreiber "Colonius", haben wir 2009 entworfen. Eine weitere Eigenkreation ist der Kugelschreiber namens "Agrippina". Colonia im Firmennamen wird hier wörtlich genommen. Und eine lachende Sonne steht für die fröhliche Kölner Tradition und gleichzeitig für die Ortsverbundenheit."

Neu im Sortiment: Zimmermannsbleistifte

Das Angebot umfasst mittlerweile eine breite Kollektion an Bleistiften und Buntstiften in verschiedenen Varianten. Dabei stammen die Bleistifte hauptsächlich aus europäischer Produktion. Derzeit hat CSW über 500.000 Bleistifte auf Lager. Ganz neu im Sortiment sind runde und 3-Kant-Zimmermannsbleistifte. Durch die hauseigene Druckerei sind bei Bestellungen hier Lieferzeiten "inklusive einfarbigem Druck" innerhalb von 24 Stunden möglich. "Mit Flexibilität für kleine und größere Mengen realisieren wir jegliche Beschriftungswünsche. Zusätzlich umfasst unser Service die Druckvorstufe und die graphische Visualisierung von Endprodukten", so Meutgens zum Service, bei dem "alles aus einer Hand" kommt. Umfassenden Service und Beratung hierzu erteilen die Mitarbeiter unter weidemann@csw-gmbh.de und yigit@csw-gmbh.de.









Österliche Überraschung

Eine kleine, aber feine österliche Überraschung verheißt der **Türanhänger "Sweet Easter"** von Multiflower. Der süße Schokoladen-Hase aus Vollmilch-Schokolade zaubert mit Sicherheit ein Lächeln auf das Gesicht der Gäste, die ihn an ihrer Tür vorfinden. Platz für den Werbedruck ist auf dem Standardmotiv. Eine eigene Gestaltung des Türanhängers ist jeweils ab 250 Stück möglich.

PSI 45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6226 92798-0 info@multiflower.de • www.multiflower.de www.psiproductfinder.de/nzq2zj



Werbung kommt geflogen

Wunschobjekte nach individuellen Kundenvorstellungen, die als kleine **3D-Steckmodelle** aus stabilem Karton realisiert werden, sind das Spezialgebiet von Umbum. Die Produkte sind umweltfreundlich, detailgetreu und eignen sich bestens als Streuartikel. Neben Individualanfertigungen gibt es zahlreiche Standardprodukte, wie den Flieger Light, der durch Anpassung von Farben, Logos oder Grafiken individualisierbar ist. Der Flieger Light wird als Kartonbogen in einer Kunststoffhülle geliefert, deren Verpackungseinleger ebenfalls individuell gestaltet werden kann.

PSI 49501 • DIESER GmbH & Co. KG • Tel +49 40 64225960 info@umbum.de • www.umbum.de https://www.psiproductfinder.de/mze0ot

Mit einem Griff einsatzbereit

Wer sich ständig über verlorene Verschlusskappen seines USB-Sticks ärgert, findet jetzt mit dem **Goodram SL2** von Wilk Elektronik eine praktische und sichere Lösung. Der Stick ist sowohl am Arbeitsplatz als auch im Alltag einsatzbereit und zeichnet sich durch ein interessantes Öffnungssystem ohne die Gefahr des Kappen-Verlustes aus. Der USB-Anschluss ist in einem einfachen, klassischen Gehäuse untergebracht. Die hochwertigen Komponenten garantieren eine stabile und schnelle Arbeit. Goodram SL2 ist erhältlich in Größen von 8 bis 128 Gigabyte.

PSI 47688 • Wilk Elektronik S.A. • Tel +48 32 7369000 sales@wilk.com.pl • www.goodram.com https://www.psiproductfinder.de/ztezmz



Plakativ und werbestark

Ganz gleich, ob sich der Kunde für eine eher preiswerte oder aufwendig und knallig designte Werbefläche entscheidet: Bei Roll-Up.Bayern, Hersteller von Messetheken, Roll-Ups, Beachflags und individuellen Produktpräsentationen, gibt es eine Reihe **aufmerksamkeitsstarker Werbebanner**. Für den Roll-Up Budget gilt: Günstiger geht kaum. Roll-Up Carbon könnte hingegen kaum auffälliger ausfallen. Zu haben mit Gehäuse aus Aluminium und aufgerollt 80 mal 200 respektive 100 mal 200 Zentimeter großer Fläche, wunschgemäß bedruckbar und mit Transporttasche. Das Gehäuse kommt in Wunsch-RAL-Farbe lackiert und mit vierfarbig bedruckter Werbeleiste im Gehäuse zum Kunden.

PSI 49862 • Roll-Up.Bayern • Tel 49 8282 8900960 info@roll-up.bayern • www.roll-up.bayern https://www.psiproductfinder.de/n2uwy2

G-tag.

Erfunden, um zu finden.



- Bluetooth 4.0 Beacon mit Cloud Funktion
- Der Schlüssel- & Dingefinder mit Smartphone App
- Hoher Werbeeffekt durch tägliche Nutzung
- Batterie austauschbar, kein Wegwerfprodukt

In 5 Farben. Individuell mit Logo bedruckbar.



G-tag ist ein Qualitätsprodukt aus dem Hause Gigaset . Designed, entwickelt und produziert in Deutschland mit App und Cloud nach deutschen Datensicherheitsstandards.

Anfragen an: giveaways@gigaset.com



Aktivitäten immer im Blick

Der **Smart-Fit Fitnesstracker** von Kasper & Richter besitzt alle technischen Raffinessen eines Fitnessarmbands und überwacht die Aktivitäten des Trägers selbst während des Schlafes. Der smarte Activity-Tracker im Uhrendesign kann entweder am Handgelenk an einem Armband oder ohne Band in der Tasche getragen werden. Gesteuert wird er per kostenloser App für Android und IOS und zeigt hier unter anderem Schritte, zurückgelegte Distanz und Kalorienverbrauch sowie Uhrzeit mit Datum, Schlafqualität, eingehende Anrufe und die Weckzeit an. Die Akkulaufzeit beträgt etwa 14 Tage.

PSI 40043 • Kasper & Richter GmbH & Co. KG • Tel +49 9131 506550 info@kasper-richter.de • www.kasper-richter.de https://www.psiproductfinder.de/nteynt



Als Dreifach-Könner entpuppt sich die coole **Powerröhre HEJU Sambesi** von KMS Kafitz: Speaker und Powerbank werden hier kombiniert mit integriertem Handy-Halter. Den smarten Werbeartikel aus mattem Kunststoff gibt es in Schwarz, Weiß, Grün und Blau. Die Powerbank hat eine Kapazität von 4.000 mAh und kann somit jedes Smartphone während des Abspielens der Musik mit Akkuleistung versorgen: das reicht für einen ganzen Tag ohne Steckdose. Das handliche Gerät ist mit 140 g außerdem ein Leichtgewicht. Geworben wird mit auf einem Raum von 35 x 9 mm im Sieb- oder Tampondruck.

PSI 48108 • KMS Kafitz Medienservice GmbH Tel +49 2234 9908460 • rk@kms.eu • www.kms.eu https://www.psiproductfinder.de/nzezmw



3-D-Effekt macht Eindruck

Das polnische Unternehmen Emidas hat jahrelange Erfahrung in der Herstellung von **Doming-Stickern**. Ein eigener Maschinepark ist Garant für beste Qualitäten, kurze Lieferzeiten und vernünftige Preise. Doming Aufkleber sind eine elegante Möglichkeit, Produkte, Maschinen und Fahrzeuge zu beschriften. Sie werden in der Werbung, im Automobilbereich und in anderen Industriezweigen sehr häufig eingesetzt. Emidas stellt Aufkleber in einer Vielzahl an Drucktechniken, Formen und Größen her.

PSI 49878 • Emidas • Tel +34 392 3010 info@emidas.pl • www.emidas.pl https://www.psiproductfinder.de/zdg2md



Mit den aktuellen **Reise-Accessoires** von Tucano sind nicht nur Geschäftsreisende immer gut unterwegs. Die verschiedenen Bestandteile der Kollektion sind perfekt aufeinander abgestimmt und garantieren Komfort und Zweckmäßigkeit auf jeder Reise. Bunt, brillant und aus High-Tech-Materialien sind sie Bestandteil der klassischen Ausrüstung für Touristen wie Geschäftsreisende. Kissen, Organizer, Beutel aus hochwertigen Materialien für den Transfer von einem Flughafen zum anderen und viele weitere Produkte garantieren eine angenehme und organisierte Reise.

PSI 43991 • Tucano Srl • Tel +39 02 2520101 morelli@tucano.it • www.tucano.com https://www.psiproductfinder.de/nmnkyt

Fit durch den Alltag

Präzise, multifunktional und auch auf Reisen stets ein verlässlicher Partner: das ist das bei Xindao erhältliche **Fitnessarmband** von Swiss Peak mit gut ablesbarem Display. Der Activity Tracker macht mittels der kostenfreien Swiss Peak App und dank des Bluetooth 4.1 Moduls die absolvierten Schritte transparent und misst neben dem Schlafverlauf auch etwa die verbrannten Kalorien sowie die Herzfrequenz. Vollständig aufgeladen wird die Akkulaufzeit im Betrieb mit rund fünf Tagen angegeben. Das komfortable Armband ist spritzwassergeschützt und Schweiß absorbierend.

PSI 42772 • Xindao B.V. • Tel +31 70 3199900 deutschland@xindao.nl • www.xindao.com https://www.psiproductfinder.de/mwuxmj





Der Löwe in der Mühle

Der Löwe als Markenzeichen, mit dem alle Mahlwerke von Peugeot versehen sind, symbolisiert ihre Qualität: kräftige Zähne, geschmeidige Klingen, schnelles, präzises Schneiden, und das dauerhaft ohne Qualitätsverlust. Gewürze wie Pfeffer und grobes Salz werden durch **die perfekt abgestimmten Mahlwerke** nicht nur zerdrückt, sondern schonend gemahlen. Der Mühlenkopf der Pfeffer- wie der Salzmühle (40 cm groß, schwarz lackiert) trägt einen Knopf, mit dem sich der Mahlgrad von sehr fein bis extra grob einstellen lässt. Nicht umsonst gewährt Peugeot in Deutschland auf seine Mahlwerke eine Garantie von 25 Jahren.

PSI 48500 • Peugeot - PSP Deutschland GmbH • Tel +49 2556 902110 pspdeutschland@psp-peugeot.com • www.psp-peugeot.de https://www.psiproductfinder.de/zgyymz



Die **individualisierten Polyresin Magnete** von Chaps Merchendising sorgen dafür, dass Logos und Werbebotschaften im wahrsten Sinne des Wortes haftenbleiben – zumindest auf allen entsprechenden Oberflächen. Magnete sind durch die Umsetzbarkeit in fast allen Formen, Größen und Farben ein absoluter Hingucker. Durch die individuell gestaltbaren Motive eignen sich diese praktischen Magnete perfekt als außergewöhnliche Werbeträger für alle Bereiche. Egal ob Logos, Artikel oder Bilder: gerne erstellen die Designer von Chaps kostenlose Layoutvorschläge für den Kunden.

PSI 49593 • chaps Merchandising GmbH • Tel +49 2234 999070 danny.heins@chaps-online.de • www.chaps-online.de https://www.psiproductfinder.de/ytbmzj



Ein breites Sortiment an Auto-Unfall-Sets hat die Hörsteler Interior Design GmbH gerade auf der PSI in Düsseldorf vorgestellt: Erste Hilfe-Sets, Warndreiecke und Warnwesten werden einzeln, aber auch als Kombi-Sets angeboten. In gewerblichen Fahrzeugen müssen neuerdings auch mindestens 2 Warnwesten mitgeführt werden, wenn ein Beifahrer mitfährt. Deshalb gibt es bei Hörsteler auch Warnwesten in 2er-, 3er- und 5er-Sets jeweils in handlichen Taschen.

PSI 45973 • Hörsteler Interior Design GmbH Tel +49 5454 934390 verkauf@hoersteler.de • www.hoersteler.de https://www.psiproductfinder.de/zgrlym





Patenter Mini-Leuchter

Die **Premium-Minitaschenlampe Wonder** von Cermak hat eine besondere patentierte Schaltung, die sie aus der Masse hervorhebt. Durch Druck auf den Clip oder auf den oberen Knopf kann der Benutzer einfach zwischen Moment- und Dauerlicht umschalten und die Lampe so variabel nutzen. Neu ist außerdem die warm-weiße LED, deren Licht ähnlich dem der Glühbirne erscheint. Die Minitaschenlampe verfügt über ein hochwertiges Aluminium-Gehäuse und ist mit weißer oder warm-weißer LED oder mit Glühbirne erhältlich.

PSI 44668 • R. Cermak -Penlights (Made in Germany) • Tel +49 7231 106105 info@richard-cermak.de • www.richard-cermak.de https://www.psiproductfinder.de/njhlyz





3D für den Briefumschlag

Mit den Metmaxx®VR InterfacePromo Glasses von Spranz wird die 3D-Brille mailingfähig. Flach gefaltet, einfachst auffaltbar und mit geringem Gewicht von etwa 70 Gramm Passt sie bequem in einen Briefumschlag. Mit Virtual Reality Glasses und dem eingelegten Smartphone schaut der Nutzer Filme als dreidimensionales Erlebnis. Mit entsprechender kostenloser App, wie "VRSE" aus dem Apple® und Android® Store, steht er mitten im Film und kann sich umschauen, also den Blickwinkel selbst bestimmen und Objekte genauer betrachten. Ein preiswertes und gut zu bedruckendes Promosystem mit kompakten Maßen.

PSI 41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 984880 info@spranz.de • www.spranz.de https://www.psiproductfinder.de/zjqxnt





Ostern mit zartem Schmelz

Der Spezialist für leckere Werbemittel Kellermeister Manns hat auch Süßes fürs kommende Osterfest im Programm. Zum Beispiel das LogoEi Nougat (Art. 10453): Während der Inhalt der Eier für leckere Eierpfannkuchen und Eier-Omelette verwendet wird, erhalten die Eierschalen eine ganz besondere Behandlung. Sie werden gewienert, fein gemacht und dann mit bestem Nougat befüllt. Auf diese Weise wird die natürliche Eierschale wieder verwendet und man erhält so ein sehr leckeres und nachhaltiges Ei mit dem gewünschten Logo. Weiter im Angebot sind der Logo-Lindt-Hase (Art. 10459) ganz nach Wunsch (mit Lebensmittelfarbe) gefärbt und verpackt im Geschenkbeutel mit Schleifenclip, oder das Produkt Lindt-Cargo (Art. 10471): mal eine ganz andere Fracht – ein Lindt Goldhase sowie ein Lindor-Ei gut verpackt im Mini-Container mit Schleifenband und Cargo-Druck sowie einer Palette im Verhältnis 1:10.

PSI 45384 • Kellermeister Manns GmbH • Tel +49 2045 960477 info@kellermeister-manns.de • www.kellermeister-manns.de https://www.psiproductfinder.de/ngm3mt

Bestseller für gesunden Genuss

9 von 10 Verbrauchern legen großen Wert auf eine eine gesunde und ausgewogene Ernährung. Besonders beliebt sind frische Salatkreationen, denn diese lassen sich mit geringem Aufwand zubereiten und enthalten jede Menge Vitamine. Passend dazu bietet Emsa mit We ♥ Salad eine Vielzahl an cleveren Küchenhelfern, mit denen das Lieblingsgemüse im Nu servierfertig ist: Ob turboschnelle Salatschleuder, selbstbewässernde Kräutertöpfe oder stilvolle Edelstahlschalen mit Kühlakku – das starke Sortiment überzeugt Verbraucher mit durchdachter Funktionalität und attraktivem Design.

PSI 42692 • Emsa GmbH Tel +49 2572 130 • info@emsa.de • www.emsa.com https://www.psiproductfinder.de/zwi3ot





Echter Blickfang

Ein echter Blickfang sind die "Werbeträger Miniatures" der Jung Bonbonfabrik, denn diese transportieren nicht nur eine Werbebotschaft, sondern auch eine süße Beigabe. Neu als Beigaben-Variante ist der Miniatures-Mix: Jeweils ein Mars, Snickers, Bounty oder Twix im Mini-Format liegen auf der Werbekarte im transparenten Flowpack. Besonderer Vorteil: Die Werbekarte kann als Gutschein oder als Rabattbon am PoS oder auf einer Veranstaltung verwendet werden. Individualisiert wird der Werbeträger im 4c-Druck auf der Vorderseite der Werbekarte.

PSI 41545 • Jung Bonbonfabrik GmbH & Co KG
Tel +49 7042 907-0 • zentrale@jung-europe.de • www.jung-europe.de
https://www.psiproductfinder.de/mtq3ot

Organizer mit viel Spannung

Ein perfekt ausgestatteter **Business-Organizer** sollte immer zur Hand sein und gleichzeitig viel nützliches Zubehör bieten. Diesen Weg hat Dragon Gifts mit seinem Organizer mit integrierter Power-Bank verfolgt. Dieses erfolgreiche Duo bietet einen im unteren Teil des Organizers eingebetteten mobilen Akku mit einer Kapazität von bis zu 8000 Milliampere und einem kompakten Kabel, das sowohl an iOS wie an Android Geräte angeschlossen werden kann. Mehrere sinnvolle Aufteilungen für Stifte, Visitenkarten, Kopfhörer, Block für Aufzeichnungen und vieles mehr runden das Gadget ab.

PSI 49304 • Dragon Gifts CLA Magellan LTD
Tel +7 922 6842288 • info@dragon-gifts.eu • www.dragon-gifts.eu
https://www.psiproductfinder.de/yme4nz



Haftstarke Eyecatcher

Die **Haftmagnete** von adamo design sind Made in Germany, rund und eckig geformt bestellbar und können in den gelisteten Standardgrößen zusätzlich mit Doming versehen werden. Auf Wunsch sind die Modelle als 3D-Print-Magnet auch mit einem farbigen Kunststoffrahmen in Rot, Blau oder Schwarz lieferbar. Ob an der Magnettafel im Büro oder am Kühlschrank in den eigenen vier Wänden: die Magnete halten bis zu acht DIN A4-Blätter, stets mit Fokus auf der Werbebotschaft. Schnelle und flexible Lieferzeiten sind garantiert.

PSI 42299 • adamo design GmbH Tel +49 5265 7474 • info@adamodesign.de • www.adamodesign.de https://www.psiproductfinder.de/otizmz

Reichlich Strom für unterwegs

Gleich vier USB-Geräte gleichzeitig können an die **Powerbank E14538** von Silicon angeschlossen und aufgeladen werden. Das Desk USB-Ladegerät verfügt über eine wiederaufladbare Lithium-lonen-Batterie mit 12500 Milliampere Leistung, einen DC-Eingang mit 5 Volt / 2 Ampere, wobei der DC-Ausgang der USB-Ports 5 Volt und 2.5 Ampere liefert. Im Lieferumfang sind ein Mikro-USB-Kabel sowie ein transparentes Board für die Individualisierung enthalten.

PSI 46651 • Silicon S.r.l. • Tel +39 0861 23461 silicon@regolo.it • www.promobusiness.net https://www.psiproductfinder.de/zjhjnt





Plakatives Medium

IFlyer von Proramillenote ist werbestark, vielseitig einsetzbar und in jeder Zielgruppe bestens aufgehoben: IFlyer ist ein neues Werbemedium, mit dessen Hilfe sich die gewünschte Werbebotschaft transportieren und auf einfachste Weise per Standard Tintenstrahldrucker ausdrucken lässt. Ab einer Bestellmenge von mehr als 100 Stück vervielfältigt Proramillenote das Plakat über den hauseigenen Druckservice. Der Clou: **iFlyer** haftet an glatten Flächen wie Glastüren, lässt sich aber auch ebenso problemlos wieder ablösen. Ideale Einsatzmöglichkeiten sind Warteräume in öffentlichen Einrichtungen, Arztpraxen, Apotheken oder Einkaufszentren, Universitäten, Büchereien oder Schulen.

PSI 48285 • Proramillenote Scrl • Tel +39 039 6015642 nadia@proramillenote.it • www.proramillenote.it https://www.psiproductfinder.de/ztbjyz

Nie wieder etwas verlieren

Ein mutige Aussage: Nie wieder etwas verlieren! verspricht bizness enabler mit seinem **Chipolo Plus Sensor**. Egal, was gesucht wird, ob es sich um eine verlegte Brieftasche, einen verlorenen Schlüssel oder ein entlaufendes Haustier handelt. Der Chipolo Plus ist dabei eine unsichtbare Bluetooth-Leine, die sich kabellos mit jedem Bluetooth-fähigen Smartphone verbindet. Diese Verbindung erfolgt mit Hilfe der kostenfreien Chipolo-App. Im Umkreis von 60 Metern kann diese den Sensor präzise orten oder dazu bringen einen lauten Ton auszustoßen.

PSI 48552 • bizness enabler GmbH • Tel +49 89 25545700 order@biznessenabler.com • www.biznessenabler.com https://www.psiproductfinder.de/yzc0zj





Kuscheliger Saubermann

Während der gemeine Igel eher als besonders stachelig gilt und wenig Kuschelfaktor aufweist, zeigt das Team D Import-Export, dass es durchaus auch anders geht. Der neue **Waschigel "Ingo"** kann als echter Saubermann für Dusche und Wanne gelten und präsentiert sich dabei ganz und gar nicht stachelig. Der Badeschwamm ist soft gefüllt, besteht aus Polyester und überzeugt mit niedlichen Details, wie der Anbieter versichert.

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

Auch in der Kabine dabei

Der neue IATA-zugelassene **Polycarbonat-Trolley** von The Gift ist nach Aussage des Anbieters bei allen Airlines als Handgepäck zugelassen und kabinentauglich. Das gilt auch für die Fluggesellschaften Easyjet und Ryanair. Das Innere des Trolleys verfügt über ein stilvolles Interieur und verschiedene Unterteilungen. Die vier 360 Grad drehbaren, weichen Räder reduzieren das Laufgeräusch und die doppelten Reißverschlüsse mit einem Kombinationsschloss sorgen für die Sicherheit des Inhaltes. Eine große quadratische Fläche auf der Front ist für Personalisierungen geeignet.

PSI 48207 • The Gift Groothandel B.V. • Tel +31 226 381010 info@thegift.nl • www.thegift.nl https://www.psiproductfinder.de/mzyymz



-Anzeige

www.spielkarten.com



Mini Sixpack zu Ostern

Ein Osterpräsent, das jede Zielgruppe in Stimmung versetzt, ist der außergewöhnliche Oster-Sixpack von Jung. Im **Miniatur Eierkarton** befinden sich sechs Ostereier aus feinster Vollmilchschokolade in bunter Stanniolfolie (ca. 37 Gramm). Der Deckel des Kartons lässt sich per Klebeetikett vierfarbig individualisieren. Ein ideales Give-away für alle Werbenden, die ihre Zielgruppen zu Ostern mit einer besonderen Aufmerksamkeit überraschen möchten. Weitere Infos und Muster können Interessenten beim Jung-Beraterteam anfordern.

PSI 41545 • Jung Bonbonfabrik GmbH & Co KG • Tel +49 7042 9070 zentrale@jung-europe.de • www.jung-europe.de https://www.psiproductfinder.de/mtq3ot



Entspannen im Bio-Bad

Die **Bio Badezusätze** von Gams Wellness sorgen für ein duftendes, cremiges Badevergnügen in der Wanne. Kostbare biologische Kakao- und Sheabutter und erstklassiges Bio Öle versorgen die Haut mit wichtigen Pflege- und Nährstoffen. Die Inhaltsstoffe des Badekonfekts stammen aus kontrolliert biologischem Anbau, die Produkte enthalten keinerlei künstliche Duft- und Farbstoffe und sind daher auch für empfindliche Haut sehr gut verträglich. Die Herzen gibt es in verschiedenen Duftrichtungen. Vier Stück sind in einer ansprechenden Geschenkbox entweder mit Herzen oder quadratischen Pralinen arrangiert.

PSI 45698 • Gams Wellness • Tel +49 8532 926552 info@gams-wellness.de • www.gams-wellness.de https://www.psiproductfinder.de/yji3yz



Sportlich zu jeder Gelegenheit

Foodbag ist eine neue Trendsportart, die sich gerade rasend schnell verbreitet. Der Grund ist wohl die Tatsache, dass Foodbag immer und überall sowohl alleine als auch in der Gruppe gespielt werden kann. Alles, was dazu nötig ist, ist ein **Hacky Sack** von Albene. Dieses mit Naturgranulat oder Sand gefüllte Säckchen kann in verschiedensten Materialien, Farbzusammenstellungen oder Individualisierungen geliefert werden und wird so beim Foodbag-Spiel mit Händen und Füßen zu einem spaßbringenden Markenbotschafter. Die Hacky Sacks sind REACH konform hergestellt und SGS geprüft.

PSI 44533 • Albene GmbH Marketing Handel • Tel +49 89 47078600 info@albene.de • www.albene.de https://www.psiproductfinder.de/owqOod

Steil nach oben

Mit dem neuen SKY von uma geht's jetzt steil nach oben. Denn der **SKY** vereint auf eine perfekte Art und Weise hochmodernes Design mit innovativen Funktionselementen. Den SKY gibt's nicht nur mit gedeckt glänzendem Gehäuse in Weiß oder Schwarz, sondern auch in transparent, wahlweise mit oder ohne glanzverchromte Metallspitze. Ebenso steht ein Kunststoff- oder Metallclip zur Auswahl. Bei der gedeckten Variante mit Kunststoff-Clip stellt die farbige Manschette einen tollen Kontrastpunkt dar. Ein ganz besonders auffälliges Highlight bietet der SKY grip mit seiner innovativen Gummigriffzone, die nicht nur einen schicken Farbakzent setzt, sondern sich auch noch richtig gut anfühlt. Für gewohnt langanhaltenden Schreibgenuss über 4.000 Meter sorgt die bewährte uma TECH Refill Mine. Platz für Logo oder Kurzbotschaft ist auf Gehäuse und Clip. Muster gibt's direkt bei uma.

PSI 41848 • uma Schreibgeräte Ullmann GmbH Tel +49 7832 797-0 • info@uma-pen.com • www.uma-pen.com https://www.psiproductfinder.de/mtk0zg



Bringen Sie mit der "Fevertest"-Karte von I.P.S. Ihre Werbung so richtig auf Hochtouren. Nur 15 Sekunden benötigt Fevertest und macht das Fiebermessen schnell und einfach, auch ohne Fieberthermometer: Einfach die Karte gegen die Stirn halten und schon wird die Körpertemperatur angezeigt. Fevertest ist ein CE-zertifiziertes medizinisches Gerät und zu 100 Prozent in Italien hergestellt. Darüber hinaus ist Fevertest ein äußerst effizienter Werbeartikel. Es ist klein, schlank und unzerbrechlich und kann daher im Nachttisch, im Erste-Hilfe-Kasten oder selbst in einer Handtasche aufbewahrt und als Notfall-Thermometer eingesetzt werden, speziell für Kinder. Beide Seiten der Karte können auf kreative Weise genutzt werden, um die Werbebotschaft des Kunden gezielt und erfolgreich anzubringen.

Tel +39 025 279641 info@ips-srl.it • www.ips-srl.com https://www.psiproductfinder.de/n2e2mz

PSI 43411 • I.P.S. - International Products & Services srl

-Anzeige-

Lifestyleschmuck aus Silber. MADE IN GERMANY WITH LOVE. Personalisierbare Glücksbändchen, Armbänder, Anhänger aus Silber in verschiedenen Legierungen. Logogravuren, Buchstaben-, Symbolanhänger, etc. PSI- Nr.: 49816 Stand 11N30

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

BAUMWOLLTASCHEN / COTTON BAGS



PSI No.4320

www.fischer-import.de

PINS & ANSTECKER / PINS & BADGES



PSI No.47411

www.badge4u.de

EINKAUGSWAGENLÖSER / KEY CHAIN



PSI No. 49467

www.einkaufswagenlöser.de

WERBE- UND PROMOTIONMATTEN / ADVERTISING AND PROMOTION MATS



PSI No.43358

www.promotions-mats.eu



PSI No.45973

www.hoersteler.de

SONDERANFERTIGUNGEN / CUSTOM MADE ARTICLES



PSI No. 49810

www.mail-sports.com

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk PSI Supplier Finder 2/2016 oder online in unserem PSI Product Finder www.psiproductfinder.de



SICHERHEITSMESSER / SAFETY KNIVES



Bis jetzt! Denn das Sicherheitsmesser **SECUMAX 145** ist neu und hat das Zeug zum außergewöhnlichen Werbeträger: hochwertig, innovativ, vielseitig einsetzbar – mit reichlich Platz für Ihre Markenbotschaft. Nicht lang Augen reiben testen!

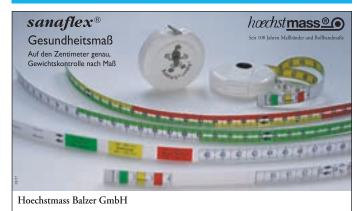
Erfahren Sie mehr: www.werben-mit-martor.de T +49 212 25805-15

martor

PSI No.40111

www.martor.com

MASSBÄNDER / MEASURING TAPES



Wiesenstraße 13

Telefon 0049 - 61 96/50 05-0 D-65843 Sulzbach/Ts. Telefax 0049 - 61 96/50 05 55

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

PSI No.41118

www.hoechstmass.com

WERBELUPEN / MAGNIFYING GLASSES FOR PROMOTION



PSI No.47814 www.lupenmaxx.de

VEREDELUNG & WERBEANBRINGUNG / FINISHING & PROMOTIONAL LABELLING



PSI No. 42087

www.koessinger.de



PSI No. 49654 www.fabuprint.de

TEXTILIEN / TEXTILES



PSI No. 49322

www.moon.uk.com

KLEINANZEIGENPREISE / CLASSIFIEDS PRICES

Format	Größe (B x H)	s/w Preis	4c Preis		
1/4 Seite	90 X 127 mm	819,-	1.024,-		
1/8 Seite	90 x 61 mm	261,-	327,-		
1/16 Seite	90 x 28 mm	204,-	255,-		
1/32 Seite	42 x 28 mm	101,-	128,-		
Rubrik Stellenangebote / Rubric Job Offers					
1/4 Seite	90 X 127 mm		214,-		



Anhand der PSI Nr. finden Sie alle Produkte des Lieferanten im PSI Product Finder: 81 www.psiproductfinder.de

SICHERHEIT / SAFETY



PSI No. 43385

www.veloflex.de

BÜROBEDARF / OFFICE SUPPLIES



PSI No. 48248

www.prinopa.de

SCHREIBGERÄTE / WRITING UTENSILS



PSI No. 42809 www.pcollection.de

DIENSTLEISTUNGEN SERVICES / SERVICES FOR PROMOTIONAL PRODUCTS



PSI No. 16457

www.tradecon.net



PSI No. 17250

www.trend-wende.de

QUALITÄTS- UND SICHERHEITSDIENSTLEISTUNGEN / QUALITY AND SECURITY SERVICES



PSI Partner www.intertek.de

STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS

Das PSI Promotional Product Service Institute ist seit mehr als 50 Jahren die führende Institution in der internationalen Werbeartikelbranche und eine Niederlassung der Reed Exhibitions Deutschland GmbH. Am Standort Düsseldorf suchen wir Sie schnellstmöglich als engagierten

Vertriebsmitarbeiter Mediaberatung (w/m)

Mit den Aufgaben:

- Vertrieb von Werbeformaten der PSI Printpublikationen und Onlineplattformen an nationale und internationale PSI Mitglieder
- Aufbau und Ausbau von Kundenbeziehungen durch zielgerichtete Bedarfs- und Potenzialermittlung sowie Nutzenargumentation,
 Sie beraten Ihre Kunden am Telefon sowie in persönlichen Gesprächen und präsentieren individuell für Ihre Kunden zusammengestellte Lösungen.
 Unser Produktportfolio ermöglicht Ihnen systematisches CrossSelling.
- Angebotserstellung mit konsequenter Nachverfolgung bis zum Vertragsabschluss
- Markt- und Wettbewerbsbeobachtung als Voraussetzung f
 ür eine nachhaltige Kundenberatung, unterst
 ützt durch Besuche von Fachmessen und
 Branchenveranstaltungen
- Entwicklung und Umsetzung von erfolgreichen Verkaufsstrategien und Reportings

Sie bieten

- Sie haben ein abgeschlossenes Studium oder eine kaufmännische Ausbildung sowie Erfahrung im erfolgreichen Mediavertrieb
- · Sie verstehen sich als strategischer Partner Ihrer Kunden und bauen partnerschaftliche, vertrauensvolle und langfristige Beziehungen auf
- Sie zeichnen sich durch Souveränität, Eigeninitiative und ausgeprägte kommunikative Qualitäten aus
- Sie begeistern durch Ihr gewinnendes Wesen, überzeugen durch exzellentes Verhandlungsgeschick und professionelles Auftreten
- Sie z\u00e4hlen Sicherheit im Abschluss genauso zu Ihren St\u00e4rken, wie einen ergebnisorientierten, strukturierten Arbeitsstil und Teamf\u00e4hligkeit
- Sie verfügen über stilsichere Deutsch- und verhandlungssichere Englischkenntnisse
- Sie pflegen einen routinierte Umgang mit MS Office sowie CRM Systemen
- · Sie bringen die Bereitschaft zu gelegentlichen Dienstreisen mit

Unser Angebot:

- Keine Langeweile! Ein attraktives, abwechslungsreiches Aufgabengebiet in einem dynamischen, erfolgreichen Unternehmen
- Umfassende Einarbeitung, selbstständiges und eigenverantwortliches Arbeiten sowie attraktive Rahmenbedingungen
- Ein Team mit Wohlfühlfaktor, Spaß, Leidenschaft und Professionalität

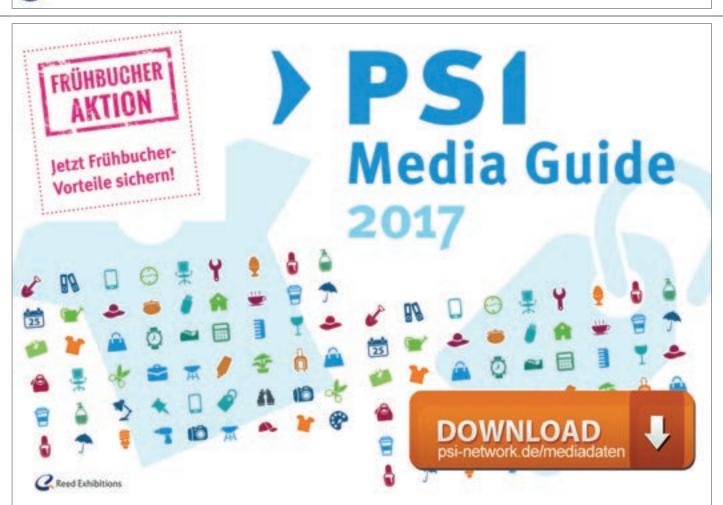
Bei Neueinstellung ist die Position zunächst auf 24 Monate befristet

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung mit Ihrem frühestmöglichen Eintrittstermin sowie Ihre Gehaltsvorstellung an:

Reed Exhibitions Deutschland GmbH - Abt. HR - Völklinger Str. 4 - 40219 Düsseldorf - Bewerbung@reedexpo.de - www.reedexpo.de - www.reedexpo.de - www.psi-network.de





Weiß auf Blau ist das neue Schwarz auf Weiß.

Verlässliche Messedaten tragen dieses Zeichen:



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

INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page	PSI Partner	PROMOSWISS Verband der Schweizerischen	
41169	ASS, Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	077		Werbeartikelindustrie	065
47411	badge4u	080		PSI Reed Exhibitions Deutschland GmbH	002/003, 047
45452	CD-LUX GmbH	U2/IFC	48295	Relags GmbH	035
47389	COGA-Werbung	031	49099	SIGG Switzerland AG	001
41369	elasto form KG	023	44176	The Peppermint Company	033
49816	EXCESSORIES, Marion Schuster	079	16457	Trade Con GmbH	082
49654	FABU-Print GmbH & Co. KG	081	17250	trend-wende.de	082
PSI Partner	FKM e.V.	084	41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	027
49187	Gigaset elements GmbH	069	43385	VELOFLEX Carsten Thormählen GmbH & Co.	082
42819	Gustav Daiber GmbH	007			
45666	Halfar System GmbH	055			
41016	Heri-Rigoni GmbH	073		Beilage / Insert (*Teilauflage / part circulation)	
41118	HOECHSTMASS Balzer GmbH	051,081	45619	CLIPY Artur Begin, S.L.	*
45973	Hörsteler Interior Design GmbH	080	45020	CSW GmbH Schreibgeräte u. Werbemittel	*
PSI Partner	iENA Messe AFAG Messen und Ausstellungen GmbH	067	49467	PiNkey AG	*
PSI Partner	IPSA - Institute of Professionals in Specialty Advertising	037		PSI Media Guide 2017	*
48639	Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co. KG	059			
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	029			
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	080			
42438	Lediberg GmbH	025			
47814	Lupenmaxx GmbH	081			
48987	M3 Concept GmbH	031			
49810	mail-sports.com Ltd.	080			
PSI Partner	Management Forum	U ₃ /IBC			
40111	MARTOR KG	081			
49018	Michael Schiffer Promotion GmbH	017			
40660	PF Concept Deutschland GmbH	039			
49467	PiNkey AG	080			
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	091			
48248	Prinopa GmbH	082, U4/OBC			



PSI Branchenbarometer 1/2017 | Jetzt teilnehmen



) PS1

Konjunkturaussichten, Unternehmensstrukturen, Absatzmärkte und Umsatzbringer: Das PSI Branchenbarometer bringt alle Fakten auf den Punkt. Mit dem europaweiten PSI Branchenbarometer hat das PSI ein eigenes Marktforschungs-Tool konzipiert, das zweimal im Jahr sowohl die **aktuelle Lage als auch Trends der Branche** abfragt und so regelmäßig Marktdaten und Brancheninformationen liefert. Es ist einzigartig in Europa und wird PSI Mitgliedern exklusiv und kostenfrei zur Verfügung gestellt. Da das PSI Branchenbarometer von der Teilnahme der **Werbeartikellieferanten und -händler** lebt, sind all diese Profis aufgerufen, sich **aktiv an der Ausgabe 1/2017** zu **beteiligen**. So kann erneut eine umfangreiche Marktstudie der Werbeartikelwirtschaft in Europa erstellt werden. Die Teilnahmebedingungen gibt es unter: www.psi-network.de/de/PSI-Network/PSI-Branchenbarometer/2586/.

PSI Business Performance Index | Jetzt neu

Der direkte Vergleich mit dem Wettbewerb und ein Überblick über die Wirtschaftslage helfen, sich erfolgreich am Markt zu positionieren. Wer wissen möchte, wie gut er mit seinem Business in der Branche aufgestellt ist und was er gegebenfalls besser machen könnte, kann sich nun am PSI Business Performance Index orientieren. In Zusammenarbeit mit dem renommierten Marktforschungsinstitut techconsult hat das PSI ein Tool aufgesetzt, mit dem Werbeartikelhändler, -berater und -agenturen ihre Leistungsfähigkeit mes-

sen können. Der PSI Business Performance Index liefert einen direkten Vergleich mit dem Wettbewerb, einen Überblick mit Richtwerten. Interessierte können in nur 45 Minuten unter www.business-performance-index.de erfahren, wo sie selbst stehen und auf welcher Höhe sich der Wettbewerb befindet. Sie können erkennen, was sie gut und was andere vielleicht noch ein bisschen besser machen.



Haptische Wirkung | Erster großer Kongress



Die Wirkungskraft von Werbemitteln, ihr Einsatz zur Steigerung der Unternehmensvisibilität und Kundenloyalität: Diese und viele weitere werden zentrale Themen des **ersten Kongresses der haptischen Werbung** sein, der am **18. Mai 2017** gemeinsam von Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt und PSI Institute **in Frankfurt** veranstaltet wird. Der Kongress wartet mit einigen Highlights auf: Hochkarätige Speaker verschiedener Branchen werden von ihrer Erfahrung berichten. Darüber hinaus werden Best Practices erfolgreicher Brands vorgestellt. Dabei wird der Kongress ganz wesentlich vom persönlichen Austausch zwischen

Entscheidern des Brand Managements, des Direkt- und Dialogmarketings, des Einkaufs und der Beschaffung sowie der Social Media und des mobile Marketings leben. Networking pur ist garantiert. Nähere Informationen gibt es unter: www.managementforum-shop.com/Veranstaltungen/Kongress-der-Haptischen-Werbung.html.







PSI Branchenbarometer -Für mehr Wissen über die Werbeartikelindustrie

1/2017 Jetzt teilnehmen!

1/2017

Reed Exhibitions



> PS1



Online Katalog, Imageträger und Verkaufskanal in einem

Sie möchten Ihre Werbeartikel online anbieten, haben aber keine Zeit, einen Online-Showroom selber einzurichten?

Dann ist der PSI Showroom 100 Ihr Sprungbrett in die Online-Welt.

Denn er ist direkt gefüllt mit 100 – vom PSI Sourcing Team handverlesenen –

Werbeartikeln.

Sprechen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne!

Jens Plass



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. 17496	A&R Promotions BV, THE NETHERLANDS	www.anrpromo.nl
PSI No. 17386	Advantage International LTD, UNITED KINGDOM	www.my-advantage.co.uk
PSI No. 17396	BENEGIFTS Inh. Vincent Cornelis, BELGIUM	www.benegifts.be
PSI No. 17398	BiTo WErbemittel GbR	Ğ
	Inh. Bianca Sadzik & Tobias Sauter, GERMANY	www.bito-werbemittel.de
PSI No. 15417	Bouman Sportprijzen & RelaTex VOF,	
	THE NETHERLANDS	www.sportprijs.nl
PSI No. 17390	BrillDesign GmbH, GERMANY	www.brilldesign.de
	CD & Music Corner Thewes e.K.	
, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,	Inh. Thorsten Thewes, GERMANY	www.copyshop-eitorf.de
PSI No. 15428	CHIBA PROMOTION & GRAPHICS	www.eepyenep enermae
101110110120	di Chara Batello, ITALY	www.chiba.it
PSI No. 17392	Cross Office Agentur	www.cimbane
101110117002	Inh. Nadja Heikkinen, SWITZERLAND	www.crossofficeagentur.ch
PSI No. 17404	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	www.design2enjoy.de
	Dieter Leifgen, GERMANY	www.dieleif.de
	DK Werbeservice GmbH & Co. KG, GERMANY	www.dk-werbeservice.de
PSI No. 17397	EBBAM Inh. Emmanuel Reichlin, SWITZERLAND	www.ak-werbeservice.ac
PSI No. 15151	EG BrandHouse Limited, KENYA	www.egbrandhouse.com
PSI No. 5962	Gewico Reclame W.F. de Jong, THE NETHERLANDS	www.gewico.nl
PSI No. 9170	Gova Distribution SAS, FRANCE	www.styloecologique.com
PSI No. 15311	Gratisownia. pl Katarzyna Dolnik, POLAND	www.gratisownia.pl
PSI No. 454	H.B. Werbung Heinz Blees e.K. Inh. Erika Gerth, GERMANY	www.bleesverlag.de
	IDENTIKS Card Systemx d.o.o., SLOVENIA	www.identiks.si
		www.id-time.de
PSI No. 447 PSI No. 17403	ID-Time Werbeagentur GmbH, GERMANY Just Do Business International S.L.U., SPAIN	
		www.jdbasia.com
PSI No. 17401	KLIO Werbung Inh. Oliver Klingelhöfer, GERMANY	www.klio-werbung.de
PSI No. 17388	KUSHA Artur Tarwacui, POLAND	www.kusha.pl
PSI No. 17406	Luhe-Stickerei Inh. Nadine Rautenberg, GERMANY	www.luhe-stickerei.de
PSI No. 8665	MARKET-ART Werbemittel	
DCI NI 47000	Inh. Brigitte Knauber, GERMANY	
	Object Design Solution GmbH, GERMANY	www.object-design-solutions.com
PSI No. 17394	5 ,	www.qualitymarchandiging.com
PSI No. 17407	Racing Planet Vertrieb GmbH, GERMANY	www.racing-planet.de
	RSD Textildesign Rita Schiefer, AUSTRIA	www.rsd-textildesign.at
	Sasse Textildesign Inh. Günther Sasse, GERMANY	www.sasse-tetildesign.de
	Sayer Promotion Inh. Mario Sayer, GERMANY	www.sayer-promotion.de
	Solutio Werbemittel Inh. Nikolaus Karasek, AUSTRIA	www.solutio-werbemittel.at
PSI No. 3021	Alfred Wimmer GmbH, GERMANY	www.alfredwimmer.de
PSI No. 17399	WTC Global Services PVT. LTE., UNITED STATES	www.promoartwork.com



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 Lieferanten / Supplier

PSI No. 49847

PSI No. 49851

PSI No. 47574 HEGA HOGAR (ALJUAN S.L.), SPAIN

Armor SAS, FRANCE

Ballonprofis.de Joanna Grabas, GERMANY

PSI No. 49861	Banale SRL, ITALY
PSI No. 49839	Bong GmbH, GERMANY
PSI No. 49848	BOYUT PROMOSYON Rek. Mat.
	San. Dis. Tic. Ltd. Sts., TURKEY
PSI No. 49841	brandident Vertrieb & Produktions GmbH, GERMANY
PSI No. 49854	Cerve S.P.A., ITALY
PSI No. 49855	Confezioni Negri Di Negri Tommaso & C. SNC, ITALY
PSI No. 44920	CURLY & SMOOTH Handels GmbH, GERMANY
PSI No. 49860	Divajn Zoran DOOEL Skopje, MACEDONIA
PSI No. 49844	dogibear promotions Inh. Serdar Dogan, GERMANY
PSI No. 49859	Dotons AB Jonas Lindblom, SWEDEN
PSI No. 49857	drinkitnow GmbH, GERMANY
PSI No. 49845	Euro-Transfers Sp. z o.o., POLAND
PSI No. 49849	Guido Höfer, AUSTRIA
PSI No. 48569	Hardwork International Trading S.L., SPAIN
PSI No. 47349	Hypon BV, THE NETHERLANDS
PSI No. 47432	Innova S.p.a, ITALY
PSI No. 49866	Kiddy GmbH, GERMANY
PSI No. 49842	Kitz Promo/Marketing & Vertrieb
	Inh. André Rieger, AUSTRIA
PSI No. 49850	Megalens Matbaacilik Turizm
	San. ve. Tic. Ltd. Sti., TURKEY
PSI No. 47037	Mitchgolf Company B.V. Pitchfix, THE NETHERLANDS
PSI No. 49853	NAPKIN S.R.L., ITALY
PSI No. 49846	Puzzled by Iceland EHF, ICELAND
PSI No. 49865	shirtboxx - Christian Schrauth, GERMANY
PSI No. 49858	SSIM Verpackungen GbR Inh. Danny
	Berardinucci & Stefan Grether, GERMANY
PSI No. 49863	Swabian Stil GmbH, GERMANY
PSI No. 49864	Textiel Groep Holland BV, THE NETHERLANDS
PSI No. 49843	Timolino Europe GmbH, GERMANY
PSI No. 49852	UTZ Laserbearbeitung & Drucktechnick -
	Thorsten Utz, GERMANY
PSI No. 49840	Wieland Drukarnia Cyfrowa
	Pawel Wieland, POLAND

www.hegahogar.com www.armor-group.com www.ballonprofis.de www.banale.com www.bong.com

www.boyutpromosyon.com www.brandident.de www.cerve.it www.confezioninegri.it www.curly-smooth.de www.divajn.com www.dogibear.de www.dotonsprofile.com www.drinkitnow.de www.euro-transfers.dk www.creativgravur.de www.hardwork-itd.com www.hypon.eu www.innovativewear.com www.kiddy.de

www.kitz-promo.at

www.megalens.net www.pitchfix.com www.napkin.it www.puzzledbyiceland.com www.shirtboxx.de

www.ssim24.de www.swabian-stil.de www.tgh.nl www.mytimolino.com

www.utz-laser.de

Neue Ufer

etzt haben wir es gemacht. Exakt nach den Regeln, die wir in den Verbänden besprochen und festgelegt haben. Wir haben Industriekunden auf Einladung des Handels am 12. Januar 2017 erstmals offiziell den Zutritt zur PSI erlaubt. Das, was in den letzten Jahren illegal praktiziert worden ist, wurde jetzt legalisiert und auf den dritten Tag der Messe gelegt.

Das Resultat waren 18.000 Besucher, das sind 2.000 mehr als im Jahr zuvor. Die Logistik hat funktioniert, die Feedbacks waren bisher fast nur positiv. Und viele wussten auch schon immer, dass das Konzept funktioniert und dass auch andere Länder Europas nachziehen müssen. Ich wurde von vielen Ländervertretern angesprochen, darunter auch viele Händler, u.a. aus Skandinavien und den Niederlanden. Die Begeisterung für die Messe war hoch. Das soll jetzt keine Lobhudelei oder eigene Schulterklopferei sein. Das Entscheidende ist das klare Regelwerk, das wir zusammen mit der Branche und den Verbänden erarbeitet haben. Als wichtigste Plattform und als Schaufenster der Branche unterscheidet sich die PSI nun noch deutlicher von Veranstaltungen, bei denen niemand nachvollziehen kann, was dort passiert und wie dort jemand Zutritt erlangt.

Es ist eine Zäsur. Wir werden das Gesamtergebnis der Messe jetzt eingehend analysieren und mit Händlern, Lieferanten und Verbänden diskutieren. Fakt ist, dass die Qualität der Besucher sehr hoch war. Auf Seiten der Industriekunden waren großartige Marken vertreten. Das "Who is who" der großen, internationalen Aktiengesellschaften, aber auch der Mittelstand sowie kleinere Unternehmen war dabei. Fakt ist aber auch, dass die Industriekunden, die alleine unterwegs waren, sich überfordert und verloren fühlten. Froh wurden diejenigen, die in Begleitung des Händlers unterwegs waren, die einen Laufzettel erhielten oder denen klare Ansprechpartner bei den Lieferanten vermittelt wurden. Das muss sich einspielen und es ist notwendig, das Konzept gemeinsam weiterzuentwickeln.

Der Schritt, dem Industriekunden die Vielfalt und Leistungsfähigkeit des Werbeartikels zu zeigen, ist der richtige gewesen. Auch noch unter einem anderen Aspekt, dem des Gattungsmarketings. Selten hatte der Werbeartikel eine so großartige Presse und eine so hohe Reichweite wie in diesem Januar. Nie hat er sich inspirierender präsentiert. Die Medien haben das eindrucksvoll dokumentiert. Jeder wird das bejahen, der die Leidenschaft für dieses großartige Werbemedium in seinem Herzen trägt.

Es grüßt Sie

Michael Freter Herausgeber PSI Journal Geschäftsführer PSI

michael.freter@psi-network.de





THANK YOU for visiting the PSI fair 2017



Pin badges



Trolley coins



We are your partner for creative promotional items!

Discover more at HAPTICA® live 2017 Booth **H,B 26**



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

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

www.pinsundmehr.de

info@pinsundmehr.de



Fesche Fashion

Dass Düsseldorf auch eine internationale Modemetropole ist, spiegelt sich ebenso im Spektrum der Promotionstextilien wider, die auf der PSI alljährlich zu bewundern sind. Der bereits legendäre PSI CATWALK in Halle 10 präsentierte auch während der eben zurückliegenden Messe die Highlights der Kollektionen aus diesem Bereich. Zahlreiche namhafte Aussteller zeigten hier die Fashion-Trends 2017. Und die sind auch in unsrer Produktrubrik zum Thema "Textilien, Caps und Accessoires" zu sehen. Weiterhin widmen wir uns neuer Produktpower aus den Bereichen "Koffer, Taschen und (Klein-)Lederwaren".

Bitte denken Sie schon jetzt an das Produktthema der Ausgabe April 2017 mit den Themengruppen "Ökologische und nachhaltige Produkte" sowie "Süßes und Kulinarisches" und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 17. Februar 2017 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail hoechemer@edit-line.de.

PSI 2017: Bunte Rückschau

Wenn Sie die Märzausgabe des PSI Journals in Händen halten, ist die PSI 2017 fast schon wieder Geschichte. In unserem bewegten Rückblick las-



sen wir indes die Bilder, Meinungen und Fakten zum Messehighlight des Jahres noch einmal Revue passieren, berichten von den großen und kleineren Ereignissen in den Messehallen, an den Ständen und darum herum. Kurzum: Wir zeigen Ihnen auf diesen Seiten, was dieses Ereignis rund um den Werbeartikel so unverwechselbar und bedeutsam macht.

cyber-Wear vergrößert sich

Die cyber-Wear Heidelberg, Agentur für Werbemittel, Merchandising und Corporate Fashion, und die 2016 neu gegründete cyber-Wear-Schwestergesellschaft CG Fulfillment & Logistics wollen sich räumlich und personell vergrößern und werden deshalb von Dossenheim nach Mannheim



umsiedeln. Der Spatenstich erfolgt im ersten Quartal 2017, die Fertigstellung ist für das vierte Quartal 2017, der Einzug und die Inbetriebnahme für Anfang 2018 geplant. Ausreichend Platz war aus Sicht von der Geschäftsführer Steven Baumgärtner und Roman Weiss einer der Gründe für den Standortwechsel.

Impressum

Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von

PSI Promotional Product Service Institute Reed Exhibitions Deutschland GmbH Völklinger Straße 4, D-40219 Düsseldorf

Tel.: +49 211 90191-0 Telefax: +49 211 90191-180 Internet: www.psi-network.de Herausgeber: Michael Freter

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, André Weijde Redaktion: Edit Line Verlags- und Produktions-GmbH Dekan-Laist-Straße 17, D-55129 Mainz im Auftrag der PSI GmbH

Chefredakteur: Manfred Schlösser Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

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

Chef vom Dienst: Martin Höchemer Anzeigenverkaufsleitung: Anna Zieniewicz Objektleitung: Anja Heidbüchel

Kev Account Kunden

Key Account Manager: Armin Cyrus, armin.cyrus@reedexpo.de

Cross Media Sales

Sales Manager: Senija Menzel, senija.menzel@reedexpo.de, Karsten Böhme karsten.boehme@reedexpo.de

Sales Executive: Thomas Passenheim. thomas.passenheim@reedexpo.de Alexandra Rymanova, alexandra.rymanova@reedexpo.de

 $\textbf{Belgien und Frankreich:} \ Reed \ Exhibitions \ ISG \ Belgien \ und \ Frankreich$ Alexandre Graziani,

agraziani@reed-export.fr

Italien: Reed Exhibitions ISG Italy s.r.l. Luigi Quadrelli luigi.quadrelli@reedexpo.it

Spanien: GPE S.L. Olga Pons, qpe@qpexpo.com

Türkei: İstexno Ismail Sezen, ismail@istexpo.com

IIK: Reed Exhibitions ISG LIK Daniel Cordock.

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. 49 vom 1. Januar 2017.

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.



KONGRESS DER HAPTISCHEN WERBUNG

touch it

like it

keep it

18. MAI 2017

FRANKFURT AM MAIN

WEN TREFFEN SIE AUF DEM KONGRESS?

Vorstände, Geschäftsführer und Entscheider der Unternehmensbereiche Brand Communications, Direkt- und Dialogmarketing, Einkauf und Beschaffung, Kundenbeziehungsmanagement, Marketing und Kommunikation, sowie Social Media & Mobile Marketing.

Ihre Präsenz als Sponsor oder Aussteller: Linda Naumann | Sales Manager + 49 (O) 69 – 2424 – 4796 naumann@managementforum.com Jetzt Frühbucherpreis nutzen!

HOT TOPICS

Agilität ———————————————————————————————————	
Markttrends ————————————————————————————————————	
Kundenloyalität ———————————————————————————————————	
Verantwortlichkeit	
Einsatz von Werbemitteln zur Steigerung der Unternehmensvisibilität	
Embare von vranzenimem zar energerang der ermemeneviolenman	

Eine Veranstaltung von:

Mitveranstalter:





Trend-Set(ter) to go













Ahornstraße 32 · 32791 Lage · Tel.: 0 52 32 / 6 96 06 - 0 · Fax: 0 52 32 / 6 96 06 - 11 · info@prinopa.de