

# PSI JOURNAL

**PSI Journal**

Internationales Magazin  
für Werbeatikel

März 2017

56. Jahrgang



## **Das Känguru springt weiter**

Mirco Hässlich

Horst Holzschneider

Röhrs Werbe-Service

## **Trends und Brands**

Messeneuheiten

## **Product Guide**

Textilien, Caps, Accessoires

Koffer, Taschen, Lederwaren

## **Global Innovations**

Magische Möglichkeiten



# PSI 2017 Special

# clipy® 30

years - años

1987 - 2017



**HOCHWERTIGE  
SONNENBLENDEN  
SEIT 1987**

**NEU  
NEW**



**TEXTIL FAN  
31x22 CM**



**SUPER  
COMPACT  
130x72 CM**



**JUMBO  
130x70 CM**



**Winter  
Shield**  
powered by Clipy

**WINTER  
175x70 CM**

**TEXTIL**

**ESTÁTICO**





Editorial

# Der Ruf nach Europa

**S**chaut man sich in Europa um, so hat man das Gefühl, das größte Friedens-, Gesellschafts- und Wirtschaftsprojekt aller Zeiten habe an Strahlkraft verloren. Jeder regt sich künstlich über Regelungen auf – wie die zur berühmten Krümmung der Banane. Dabei ist über die Krümmung der Banane in der EG-Verordnung Nr. 2257/94 mit keinem Wort die Rede. Nur Länge und Dicke sind geregelt, was von der Wirtschaft dringend so gewollt war. Mindestmaß und Mindeststandard sorgten für Qualität und reibungslosen Transport. Ja, es war die Wirtschaft, die in nahezu allen Bereichen auf Vereinheitlichung drängte und nicht die Regelungswut von wildgewordenen Beamten in Brüssel. Warenfluss, Qualität, Entwicklung und Logistik, sie alle haben davon massiv profitiert – letztlich auch wir als konsumierende Bürger.

Auch die Werbeartikelwirtschaft ruft wieder nach einem neuen und aktiven europäischen Verband, nachdem alles Bisherige wenig oder gar nicht funktionierte. Verständlich, denn auch die Lieferanten unserer Branche drängen auf Standards, und zwar von Lissabon bis Warschau und Athen. Aber die Werbeartikelwirtschaft hat das Problem, dass sie unzählige Produkte aus vielen Branchen in ihrem Sortiment vereint. Das macht Lobby-Arbeit in Richtung Politik mit dem Ziel von Vereinheitlichung nahezu unmöglich. Gleichzeitig ist die Branche ein politischer Winzling, der niemals die Kraft hat, sich in Brüssel wirklich Gehör zu verschaffen – verbandspolitisch wird das sicher nicht funktionieren.

Es muss also die Branche selbst sein, die sich Regeln und Standards gibt – und das können nur die Großen bewerkstelligen – durchaus in einem Verband und in Zusammenarbeit mit kleineren Anbietern. Dort könnte man sich auf ein Gütesiegel einigen, das streng kontrolliert Maßstäbe setzen würde. Allein das wäre schon eine mordsmäßige Aufgabe. Vorteil: Der Industriekunde würde sich sehr bald daran orientieren. Unternehmen und Gesellschaft zwingen schließlich verstärkt zum Einsatz von Qualität und Nachhaltigkeit. Eine lohnenswerte Aufgabe für die Branche, die durch europäisches Miteinander durchaus befügelt werden könnte.

Politische Arbeit sollte man dagegen nur in der Partnerschaft mit großen Branchenverbänden suchen. Sie sind in Brüssel dicht am Geschehen und machen sich auch dort für berechnete Interessen ihrer Mitglieder stark – und Politik hört ihnen zu. Um dies alles zu koordinieren, braucht man aber wieder einen Verband – aber einen mit realistischen Zielen.

In diesem Sinne

**Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal**

**Ihre Meinung dazu: [schloesser@edit-line.de](mailto:schloesser@edit-line.de)**



## Be true to yourself.

Because everyone else is already taken.

# prodir®

Personality pens.  
Swiss made.

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

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

prodir.com  
open.prodir.com



# VICTORINOX



## DIE LANGZEIT- WERBETRÄGER



b2b.ch@victorinox.com

Tel: +41 41 81 81 211



ESTABLISHED 1884



### TRENDS & BRANDS

4

### PSI 2017 SPECIAL

8

### MARKTFORSCHUNG

40

### PRODUCT GUIDE

Textilien, Caps, Accessoires

42

### BRANCHE

Unternehmen, Ereignisse, Märkte

54

Röhrs Werbe-Service GmbH: Das Känguru springt weiter

56

GWW Jahreshauptversammlung 2017:

Geballte Informationen und eine Überraschung

58

### PRODUCT GUIDE

Koffer, Taschen, Lederwaren

60

### UNTERNEHMEN

Global Innovations: „Magische“ Möglichkeiten

78

### PRODUCT GUIDE

Innovative Produkte

82

### MEINUNG

94

### VORSCHAU – IMPRESSUM

96



**PSI 2017: Innovation und Inspiration** 8

Als „beeindruckendes Feuerwerk der Kreativität“ bezeichnete Michael Freter die diesjährige PSI, die eine Extra-Portion an frischen Ideen, Innovationen und Inspirationen bot. Davon konnten sich auch die Industriekunden überzeugen, die am letzten Messtag auf Einladung ihrer Werbeartikelhändler Zugang zur PSI hatten. Das PSI Journal hat Impressionen und Stimmen eingefangen.

**Das Känguru springt weiter** 56



Es war bereits die 18. Hausmesse der Röhrs Werbe-Service GmbH. Doch war es die letzte unter der Ägide von Horst Holzschneider, der sein Unternehmen nun der Moll-Gruppe anvertraut hat. Diese übernimmt das für Röhrs sinnbildliche Markenzeichen des in Magenta leuchtenden Kängurus.

**GWV: Geballte Informationen** 58



Auf der Jahreshauptversammlung des GWV Anfang Februar standen Berichte zur Verbandsarbeit, Vorträge zu aktuellen Themen sowie eine Podiumsdiskussion zum Steuerrecht auf dem Programm. Überraschend kündigte der amtierende Vorsitzende Patrick Politze seinen Rücktritt an und gab die Wahl Frank Dangmanns zu seinem Nachfolger bekannt.

**„Magische“ Möglichkeiten** 78

Der Hightech-Aufkleber namens Open Monitor revolutioniert derzeit den Gewinnspielmarkt und entfaltet enorme multimediale (Werbe-)Potenziale. Das PSI Journal hatte das erfolgreiche Produkt in seiner letzten August/September-Ausgabe bereits vorgestellt. Nun erschließt die famose Neuentwicklung weitere interessante Anwendungsmöglichkeiten.



**Frische Ideen in Plüsch!**

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

**NEU! SEMO Soft-Babies**



**Softer geht's nicht!**

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

**Promotion!**



**TRIGON Deutschland GmbH**  
 Kränkelsweg 28 · D - 41748 Viersen  
 Tel. 0 21 62 - 53 00 8-0 · Fax 0 21 62 - 53 00 8-20  
 E-mail: info@semo.de · [www.semo.de](http://www.semo.de)

# Butterbrot

# 4.0

**Altbewährtes neu aufwerten:** Eine Vorratsdose kann die Fantasie beflügeln, wenn eine Kinderzeichnung auf der Box durch eine Augmented-Software zu virtueller Realität wird.

**Vorratsdose „School Box“**  
 elasto form KG  
 www.elasto.de  
 PSI 41369



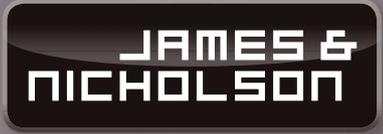
## Brückenschlag ins Digitale

Lässt sich die **Kultur eines Notizbuches** mit der digitalen Welt verbinden? Über eine entsprechende App schon. So kann ein smartes Schreibset manuell geschriebene Texte digitalisiert auf ein Smartphone, Tablet oder einen Laptop transferieren.



## Kreativität neu definiert

**Smart Writing Set**  
 Exclusive Gifts B2B GmbH  
 Moleskine  
 www.exclusive-gifts.de  
 PSI 48792



COLOUR, COLLAR  
AND STYLE

# POLO

MEN / WOMEN  
JN712 / JN711



# Papierkunst

## à la carte



Papier wird immer innovativer. Und der Trend geht dabei zu Hochwertigkeit. Das war eine der Erkenntnisse der zurückliegenden PSI. Designbetonte Kartenkunst oder standardisierte elektronische Grüße? Das ist hier nicht die Frage.

### Individuelle Pop-up-Karten

Diese-Klappkarten

Artis Design GmbH

[www.diese-klappkarten.de](http://www.diese-klappkarten.de)



Papierkram?  
Von wegen!

## ANALOGE KREATIVITÄT

Papier ist nicht auf Eindimensionalität reduziert und kann in Sachen 3D kreative Ausrufezeichen setzen – vor allem dann, wenn Bastler dem Kunstwerk ihre persönliche Note in 4c verleihen können oder Wunschobjekte nach individuellen Kundenvorstellungen realisiert werden.

### Spielwelten aus Karton

Calafant Store UG

[www.calafant.de](http://www.calafant.de)

PSI 49785



Flieger Light  
DIESER GmbH & Co. KG  
[www.umbum.de](http://www.umbum.de)  
PSI 49501



# Werbung mit gutem Gewissen

## Nachhaltige Lippenpflegestifte

# KHK

LIPCARE BY KHK



Hülle zu 98% aus recyceltem Kunststoff  
Inhalt zu 100% pflanzlich

- Lippenpflegestift „Lipcare Recycled Plastic“ in Weiß, Sand, Naturgrün und Schwarz
- Die Lippenpflege „LipNature“ ist zu 100% pflanzlich, vegan und auch halal
- „LipNature“ ist gemäß den hohen Anforderungen des Naturkosmetik Labels NATRUE zertifiziert
- Die Rezeptur „LipNature Fair“ hat einen Fairtrade Rohstoffanteil von 58%
- Eigene Produktion in Köln nach Kosmetik GMP
- Garantiert nach neuer Kosmetikverordnung
- Rezepturprüfung durch Institut Fresenius
- Erstellung der CPNP Meldung
- Produktion nach ISO 9001:2015 zertifiziert

Kunststoffproduktion



Druckerei



Labor



Bulkproduktion



Abfüllung



IKKW  
Industrieverband  
Körperpflege- und  
Waschmittel e.V.

VCI  
Verband der  
Chemischen Industrie e.V.

ICADA  
Industrie- und  
Chemikalien-  
Arbeitgeber-  
Verband e.V.

PSI

GWV  
GWV Gesamtverband der  
Werbeartikel-Wirtschaft e.V.

BDIH

SEPAWA  
detergents - cosmetics - fragrances - formulators

[www.lipcare.de](http://www.lipcare.de)

Jetzt Muster anfordern

KHK GmbH

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

Zum ersten Mal in der Geschichte des PSI konnten Industriekunden auf Einladung von Handel und Beratern Europas Leitmesse für Werbeartikel besuchen. Logisch, dass die Spannung an den ersten beiden Messetagen geradezu greifbar war. Wieviele werden am dritten Tag, dem Industriekundentag, kommen? Bekommt man das in den Griff? Wie werden die Aussteller damit umgehen? Das sind nur einige der häufig gestellten Fragen. Wir wollten es genau wissen und haben uns am Industriekundentag umgehört.

**D**ass das Thema Industriekundentag völlig unterschiedliche Reaktionen hervorrufen würde, war anzunehmen. Schließlich wird darüber seit Jahren kontrovers diskutiert, Vorzüge und Nachteile werden gegeneinander abgewogen und natürlich auch allerlei Vorurteile und Spekulationen in den Ring geworfen. Wobei man konstatieren muss, dass sich die Stimmung deutlich in Richtung Industrietag bewegte, seit PSI und GWW das Thema Hand in Hand angegangen sind. Nach der mit Spannung erwarteten Erstveranstaltung zeigt sich jetzt, dass noch an einigen Stellschrauben nachjustiert werden muss. Der Grundtenor ist jedoch deutlich positiv. Selbst einst erklärte Gegner waren bei den Mit-Machern und durchaus zufrieden. So haben die Händler, deren Kunden da waren, den Tag als Chance empfunden, Kunden zu informieren, zu binden und Neugeschäft zu generieren. Es gab natürlich auch abwartende und vereinzelt noch negative Reaktionen. Der Wunsch der Aussteller und derjenigen, die das Image des Werbeartikels nach vorne bringen wollen, ging schon lange in Richtung Industriekunden.

Auf Einladung ihres Händlers haben rund 1700 Industriekunden die PSI besucht. Anlaufstelle waren unter anderem eigene Counter im Foyer und auf der Empore bei Halle 9.

## Industriekundentag auf der PSI 2017

# Ein wichtiger Schritt für den Werbeartikel



### Betreuung vor Ort ist ein Muss

Der Handel war eher zögerlich. Und manche haben sich mit Gründen, die aus ihrer Sicht durchaus verständlich sind, auch diesmal verweigert. Geschäftskonzepte sind Gott sei Dank unterschiedlich. Die Händler, die Kunden eingeladen hatten, hatten meist Bestandskunden angesprochen. Ihnen wollten sie zeigen, welche Vielfalt und Professionalität hinter ihrer Geschäftsbeziehung steht. Dass sich manche Kunden denn auch inmitten des riesigen Angebots etwas verloren vorkamen, zeigte ihnen einmal mehr, wie unentbehrlich ein erfahrener Berater ist, der sich auf diesem Parkett Zuhause fühlt. Händler hatten sich zumeist intensiv vorbereitet und nahmen die Kunden „an die Hand“. Ob sie nun persönlich geführt oder mit Listen ausgestattet wurden – Betreuung ist ein Muss, da sind sich die Händler einig. Wobei es natürlich auch Händler gab, die mit der Gießkanne eingeladen hatten. Eine Strategie, von der man noch nicht weiß, ob sie erfolgreich war. Kenner der Szene bezweifeln es vehement.

### Exakte Besuchererfassung enorm wichtig

Kritisch wurde mehrfach vom Handel auch bemerkt, dass Industriekunden nicht an allen Ständen gescannt wurden. Manche Aussteller haben wohl bewusst darauf verzichtet. Ob es tatsächlich Standpersonal gab, das nichts von der erweiterten Zielgruppe wusste oder nur unvollständig registriert und gescannt hat, ist abschließend derzeit noch schwer zu sagen. Fest steht, dass das dMas-System dort, wo es eingesetzt wurde, den Weg des Kunden auf die Minute nachvollziehbar machte. Schließlich ist es ja auch auf anderen Messen erfolgreich im Einsatz, wie viele Händler betonen. Es scheint also ein Muss, dass jeder Standbesucher gescannt wird, um zweifelsfrei seinen Status und seinen Weg zu erfassen. Dass Visitenkarten die Runde machten, mag vorgekommen sein, ist aber auch im Geschäftsalltag Usus und fast ein Reflex. Ob man deswegen sofort böse Absichten unterstellen sollte – eher nein.

### Nur echte Zusammenarbeit führt zum Erfolg

Die Urangst des Handels vor Direktgeschäft ist nicht nur auf der PSI permanent präsent. Alle Messen und Ausstellungen der Branche haben damit zu kämpfen. Wobei betont werden muss, dass die PSI hier einen kontrollierten Zugang – und das wurde allgemein bestätigt – wirkungsvoll installiert hat. Nur vom Handel eingeladene Industriekunden kamen durch die Eingangssperren. Ebenso eindeutig: Gerade die großen Anbieter sind sich darüber im Klaren, dass Handel und Berater der effektivste und kostengünstigste Vertrieb sind. Beiden Partnern scheint immer noch sehr bewusst zu sein, dass nur eine vertrauensvolle Zusammenarbeit langfristig Erfolg hat. Diese Überzeugung wurde auch in unseren Gesprächen immer wieder deutlich. Wie kollegial die Händler vor Ort miteinander umgingen, wurde unterschiedlich wahrgenommen. Auch hier gilt: wer den Wettbewerber respektiert und sich auf seine Kunden konzentriert, macht garantiert qualitativ und quantitativ mehr daraus. Raffgier und Gießkanne zahlen sich auch da kaum aus. Ob Industriekunden, die in jeder Form allein gelassen wurden, sich dann an denjenigen wenden, der sie unvorbereitet auf die Messe geschubst hat, das darf mehr als bezweifelt werden.

### Praktikables Konzept

Waren nun 1700 Industriekunden viel oder wenig – das mag man individuell entscheiden. Uns hat der Erfolg durchaus überrascht. Natürlich kamen nicht alle 1700 an jeden Stand, sicher waren viele (zumeist unbegleitete Kunden) auch gar nicht in allen Hallen, was bei nur einem Messtag durchaus nachvollziehbar ist. Sicher war es wahrscheinlicher, dass der Kunde aus Nordrhein-Westfalen die Einladung seines Händlers eher annimmt als der aus München. Auch das sind Tatsachen, die logisch sind und nichts mit dem Konzept an sich zu tun haben. Denn das hat sich als tauglich erwiesen, es ist praktikabel und eine gute Basis für weiterführende Ideen und den Dialog zwischen den Handelspartnern und dem PSI. <



**Hans Joachim Evers, Evers Werbemittel**

### „Wir müssen unsere Erfahrungen mit PSI diskutieren“

Die Idee des Industriekundentags ist vom Grundsatz her gut und wir Händler stehen auch dazu. Die Zeit war reif. Allerdings besteht bei den Abläufen noch Optimierungsbedarf. Beispielsweise kamen auch Händler an unsere Counter, weil sie zunächst nicht wussten, dass dies die Anlaufstellen für Industriekunden waren. Leider haben die Aussteller nicht konsequent mit dem dMas-System gearbeitet, so dass nicht alle Kunden gescannt wurden, dafür aber Visitenkarten eingesetzt wurden. Die Kunden empfanden die Messe als riesig, deswegen besuchen wir sie im Nachgang der Messe, um sie zu beraten. Alle beteiligten Händler sollten zusammen mit dem PSI ihre Erfahrungen diskutieren und gemeinsam überlegen, was man verbessern könnte.

**Gunnar Sprinkmann, Sprinkmann GmbH**

### „Eine sensationell gute Plattform, die man Kunden zeigen kann.“

Industriekunden auf die PSI zu bringen, ist eine gute Sache, auch wenn an der Umsetzung noch etwas gearbeitet werden sollte. Der erste Eindruck unserer Kunden von der PSI war sehr positiv: Alle waren von der breiten Produktpalette begeistert. Allerdings hatten wir den Donnerstag auch intensiv vorbereitet. Die ersten beiden Tage haben wir genutzt, um Highlights zu suchen und daraus dann Empfehlungslisten für die Kunden erstellt. Das hat sich aber gelohnt, zumal alle Eingeladenen auch gekommen sind. Es gab zwar einige Überschneidungen mit Kollegen, aber große Kunden haben nun mal mehrere Lieferanten. Am Ende waren die betroffenen Kunden sowohl da als auch dort und das war für alle so in Ordnung. Die Nachbearbeitung gestaltet sich schwierig, weil die Aussteller das dMas-System leider nur wenig genutzt haben. Wir wissen, dass Aussteller zum Teil nicht zwischen den Besuchern differenziert haben. PSI müsste alle Aussteller nachdrücklicher aufklären und evtl. verpflichten, mit dem System zu arbeiten. Enorm vereinfachend wäre es auch, wenn es nur Industriepreislisten gäbe: Aussteller haben ohnehin ihre Verhandlungsmargen, der Handel kennt seine Rabatte. Fazit: Die PSI ist eine sensationell gute Plattform, die man Kunden zeigen kann. Ich würde es sogar begrüßen, wenn wir dafür alle drei Tage zur Verfügung hätten. Allerdings muss die Erfassung klar sein und die Prozesse sollten noch optimiert werden.



**Daniel Meffert, S+P Werbeartikel**

### „Ein ganz großer Gewinn für unsere Branche.“



Was ich am Industriekundentag erlebt habe, hat meine kühnsten Erwartungen übertroffen: Hochinteressierte Kunden haben echte Begeisterung für das Thema Werbeartikel gezeigt und uns als Beratern große Wertschätzung entgegengebracht. Der Werbeartikel ist von unseren Kunden in einem neuen Licht der Professionalität wahrgenommen worden. Der Industriekundentag war ein großer Gewinn für S+P und ein ganz großer Gewinn für unsere Branche: Denn die Botschaften, die uns GWW und PSI an die Hand geben, sind nun endlich dort angekommen, wo sie Menschen direkt motivieren können, Geld in unserer Branche zu lassen. Unmittelbar nach der Messe schreiben wir nun unheimlich viele Angebote. Schön ist, dass die Relevanz dieser Anfragen jetzt viel höher ist als früher, denn sie gehen vom aktiven Interesse der Kunden aus. Mit den Kunden, die auf der PSI waren,

spreche ich jetzt schon auf einem Level, das ich früher erst etwa vier Wochen nach der Messe erreicht hatte, wenn ich von meiner Außendienst-Tour zurück war. Das lässt uns auf eine schnellere und einfachere Auftragserteilung hoffen. Damit hat der Industriekundentag einen klaren Zeitvorteil gebracht. Einer unserer Kunden sagte: „Ich weiß jetzt, warum ich einen Vermittler für Werbeartikel habe, der mich berät. Denn das Angebot ist gigantisch.“ So sollte es sein! Ich hätte mir gewünscht, dass die Aussteller konsequenter mit dem dMas-System gearbeitet hätten.

---

**Ralf Hesse, m.e.s. Marketingservices**  
**„Wir sind trotz Bedenken dabei.“**

Die Stände unter der Treppe lagen ungünstig, da der Haupt-Besucherstrom links daran vorbeiging. Deshalb wurde unser Counter nur schlecht gefunden, zumal auch die Hinweise wenig auffällig waren. Schon deswegen haben wir nicht alle Kunden getroffen. Manche Aussteller waren schlecht auf Industriekunden vorbereitet. Das öffnet natürlich dem Direktgeschäft Tür und Tor. Dass viele Industriekunden auch ohne Berater über die Messe gegangen sind, ist in diesem Sinne ebenfalls problematisch. Was gar nicht geht: Dass Kollegen an alle Kunden Flyer verteilt oder Gewinnspiele veranstaltet haben. Es sollte unter den Händler-Kollegen eine Selbstverpflichtung geben, nicht offensiv an Kunden heranzugehen. Meine größte Sorge ist aber, dass ich nicht weiß, wie die Aussteller mit Industriekunden umgehen. Vor allem kleinen und ausländischen Ausstellern scheint nicht immer klar zu sein, dass sie verschiedene Besuchergruppen vor sich haben, die sie unterschiedlich bedienen müssen. Deswegen stehe ich dem Industriekundentag skeptisch gegenüber. Ich beteilige mich jedoch, weil ich darin auch eine Chance sehe, ihn für unser Geschäft zu nutzen. Allerdings denke ich, dass keine Messe das leisten kann, was die ureigenste Aufgabe des Handels ist: Die Industrie mit Argumenten und Studienergebnissen davon zu überzeugen, Werbeartikel einzusetzen. PSI sollte jetzt das Gespräch mit uns suchen, um notwendige Änderungen im Konzept zu diskutieren.




---

**Stephan Speckbruck, Plan Concept Dr. Lichtenberg**  
**„Im Großen und Ganzen hat alles geklappt“**

Der Grundgedanke des Industriekundentags ist gut, und wir werden das Konzept auch weiter unterstützen, zumal auch die großen Importeure und Hersteller dahinter stehen.

Es waren nahezu alle eingeladenen Kunden da (über 40) und deren Reaktionen fielen überwiegend positiv aus. Im Großen und Ganzen hat auch die Organisation geklappt, wir hatten alles gut im Griff und konnten unsere Kunden betreuen. Auch die Angebotserstellung durch die Aussteller hat funktioniert. Vor allem in Bezug auf Kunden aus dem Mittelstand ist der Industriekundentag eine gute Sache.




---

**Kim Köhler, Kandinsky Deutschland GmbH**  
**„Die intensive Begleitung durch den Händler ist Voraussetzung für den Erfolg.“**

Wir stehen dem Industriekundentag sehr positiv gegenüber und begrüßen die Gelegenheit, den Kunden einen objektiven Branchenüberblick zu geben. Die Händler hatten die einmalige Gelegenheit, dem Kunden ihre Beratungskompetenz, ihre breiten Erfahrungen mit Produkten und Herstellern sowie ihr Verständnis seiner individuellen Bedürfnisse im Laufe eines gut vorbereiteten gemeinsamen Messebesuchs zu beweisen. Von den Industriekunden, die auf der Messe von unseren Kundenbetreuern begleitet wurden, haben wir ausschließlich positives Feedback bekommen. Die Kunden, die die Messe selbstständig erkundet haben, waren mit der Vielfalt der Aussteller in der Regel überfordert. Die Voraussetzung für eine gewinnbringende Umsetzung ist daher die intensive Begleitung durch den Händler.



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

**W**

enn man durch die Messehallen der PSI schlendert ist es nicht zu übersehen: Werbetextilien nehmen einen bedeutenden Raum im bunten Reigen der Werbemittelwelt ein. Zahlreiche kleine wie große Stände widmen sich personalisierbarer Kleidung und entsprechenden Accessoires. Diesem starken Bereich verlieh das PSI durch seinen nun bereits zum vierten Male installierten CATWALK eine besondere Bühne. Schlüssigerweise direkt darum herum gruppierten sich die Stände der PSI TEXTILE AREA, deren Fashion-Neuheiten auf dem Laufsteg ihren besonderen, klug und ästhetisch anmutend durchchoreographierten Auftritt hatten. Wir hörten uns im Kreise der Aussteller um und geben an dieser Stelle exemplarisch einige O-Töne wieder.

**TEXTILE  
AREA**

**PSI TEXTILE AREA**

# En Vogue: Mode mal Werbung

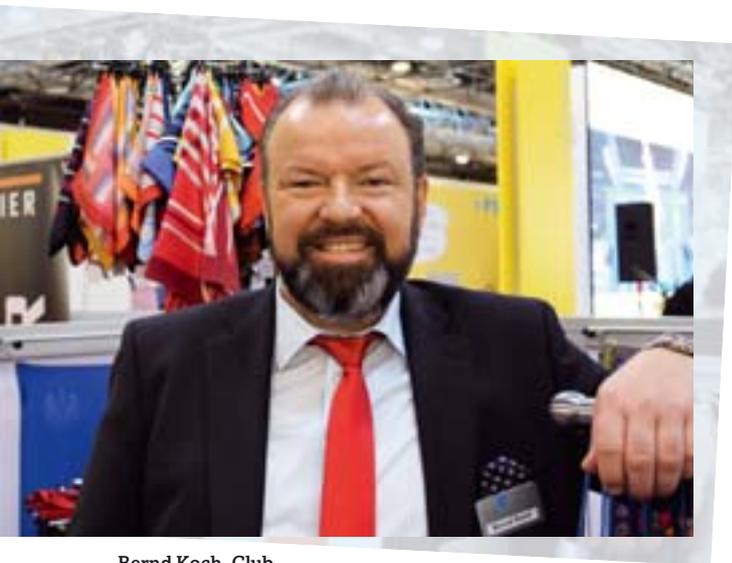


## Gehaltvolle Gespräche

Kirsten Dreyer von Aber textil + design war zufrieden mit der Resonanz, vor allem am zweiten Tag. Sie freute sich über die „super Platzierung“ direkt in Verbindung zum Catwalk, auf dem auch ihre farbenfrohe „footwear“ zelebriert wurde und lobte die „tollen, inhaltvollen Gespräche“ mit den Besuchern. Spannend und entspannend zugleich beurteilte sie den Industriekundentag, der ihr auch aufgrund ihres vertrauensvollen Verhältnisses zu ihren Werbemittelkunden keine Bedenken bereitet.



Kirsten Dreyer,  
Aber textil + design



Bernd Koch, Club  
Crawatte Crefeld

## Mit kleinem Aufwand viel erreicht

Club Crawatte Crefeld-Chef Bernd Koch war ebenfalls angetan von der Präsentationsmöglichkeit im Rahmen der Textile Area rund um den Catwalk. Ergänzend zu seinem Standardsortiment an Krawatten, Tüchern und Accessoires hatte er eine Auswahl der neuen Trendsetter Hosenträger dabei, die ebenfalls ihren besonderen Auftritt auf dem Laufsteg der Promotionsmode hatten. Er war beeindruckt von der Effektivität seines kompakten Standes: „Mit kleinem Aufwand können wir hier viel erreichen. Der Platz am Gang ist nahezu ideal.“

## Fachbesucher mit Qualität

Nicht ganz so glücklich allerdings waren einige Aussteller, die einen Stand nach innen zur Modebühne gebucht hatten. Hier war die Frequenz leider nicht durchgängig gut, da der Hauptfluss der Besucher sich meist nur außen um den Catwalk-Bezirk bewegte. Im vierten Jahr dabei war das Team der Textilveredler Zego, die mit ausgefallenen



Marco Appelmann,  
Tina Bauer, Oliver  
Bergman (v.l.), Zego

Outfit die Aufmerksamkeit auf sich zogen. Wenn auch nicht ganz zufrieden mit dem Besucheraufkommen am Zego-Stand, zeigte sich das Trio doch überzeugt von der Qualität der Fachbesucher. Vom Industriekundentag hatten sie sich allerdings „mehr erhofft“, der Zulauf hielt sich in Grenzen.

## Herzstück CATWALK

Alles in allem jedoch ist das Konzept der Textile Area mit ihrem Herzstück, dem PSI CATWALK, auch ein Erfolgsrezept für die künftigen Messen. Sicher darf hier und da bei der Aufplanung der Stände noch etwas nachgebessert werden, doch hier schlägt weiterhin der „modische Puls“ der europäischen Werbeartikelwirtschaft. <

Die PSI ist ein Hotspot für Neuheiten und Innovationen. Das sieht man besonders an den Erfindern, die sich und ihre Ideen Jahr für Jahr auf der Leitmesse der europäischen Werbeartikelwirtschaft der Öffentlichkeit vorstellen. Als Anlaufstelle diente ihnen dieses Mal die neu zusammengesetzte Innovation Area in Halle 12, die Präsentationsplattform und Informationsforum in einem war. Das PSI-Journal hat sich umgesehen.



## Innovation Area auf der PSI 2017

# Die Meister der zündenden Ideen



Ein Erfinder ist gemeinhin jemand, der ein Problem erkannt hat und in der Folge seine Zeit und Kraft darin investiert, ihm mit einer Produktlösung zu begegnen. Oft handelt es sich dabei weniger um welt- und menscheitsbewegende Probleme, sondern vielmehr um kleine Alltagsschwierigkeiten, die dem Erfinder aus eigener Erfahrung bekannt sind. Insofern ist es nicht unüblich, wenn Erfindungen persönliche Geschichten widerspiegeln, sich in ihnen Episoden aus dem Leben der Erfinder selbst manifestieren. Zahlreiche Beispiele für dieses Phänomen lieferte die diesjährige Ausgabe der PSI: In der neu zusam-

gesetzten Innovation Area in Halle 12 hatten Kreative, Tüftler und Erfinder die Möglichkeit, den Besuchern ihre Produkte zu präsentieren und kundenorientierte Überzeugungsarbeit zu leisten. Doch nicht nur das: Die Innovation Area war ebenso Anlaufstelle für all jene, die zwar eine Idee haben, aber noch nicht wissen, wie sie sie umzusetzen sollen. Der Kontakt mit erfahrenen Lieferanten und Produzenten vor Ort hat vielen von ihnen schon enormen Auftrieb verliehen. Ebenfalls in der Innovation Area vertreten waren das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA), der Zoll sowie das Magazin für Ideenfindung und Produktentwicklung Innovations Forum.

## Präsentationsfläche für Start-ups

Erwartungsgemäß waren unter den Erfindern der Innovation Area viele junge Gründer anzutreffen, die sich mit ihrem Start-up einen Platz am Markt erarbeiten möchten. So etwa auch Marco Gräber aus Berlin, der einen personalisierbaren Becherhalter entwickelt hat, einen sogenannten „Sleeve“. Die Idee kam ihm während eines mehrmonatigen Projekts in Schweden. Ihm fiel auf, dass seine Chefin täglich einen Coffee-to-go bestellte. Als schließlich Weihnachten vor der Tür stand, wollte er ihr ein individuelles Geschenk mit starkem Nutzwert machen – die Geburtsstunde des Sleeves und des Unternehmens Sleevematix. „Mein Ziel war es, eine umweltschonende, langfristige Alternative zu all jenen Wegwerfprodukten zu schaffen, die üblicherweise beim Getränke-transport verwendet werden“, sagt Gräber. Sein robuster Sleeve besteht deshalb aus hochwertigen, 100 Prozent recyclebaren Materialien, unter anderem Leder und Kork. „Durch die verwendeten Rohstoffe ist die Isolation des Sleeves so gut, dass das Material eines Einwegbechers reduziert werden kann, da dieser nur noch das Getränk halten und es nicht mehr isolieren muss.“ Doch nicht nur für Einwegbecher bietet sich der Sleeve an: Auch für Mehrwegbecher und Gläser ist er dem Gründer zufolge ein ideales Transportmittel. Individualisieren lässt sich das funktionale Lifestyle-Accessoire durch Farben an den Außenseiten, Scharniere und Niete sowie durch Gravur.

## Frische Vitaminbomben

„Buah“ heißt Frucht auf Malaysisch und ist der Name des Start-ups der Geschwister Daniel und Jessica Krauter. Beide sind Fans von frischen Fruchtsmoothies, wie sie sie aus exotischen Urlaubsländern wie Thailand und Costa Rica kennen. Unglücklich darüber, in Deutschland vor die ernüchternde Wahl zwischen teuren importierten Früchten und künstlich konservierten Saft-Konzentraten gestellt zu werden, haben sie Buah gegründet. Ihr Erfolgskonzept besteht aus frischen Smoothies mit intensivem Geschmack ohne großen Aufwand. Um das tropische Aroma nach Deutschland zu retten, verwendet Buah gefriergetrocknete Früchte. „Die Früchte werden unmittelbar nach der Ernte eingefroren und anschließend wird lediglich das Wasser entzogen. Im Gegensatz zu den Smoothies aus dem Supermarkt, die bei Raumtemperatur gelagert werden, gehen bei der Gefriertrocknung Vitamine und Nährstoffe nicht verloren“, erklärt Daniel Krauter. Je nach Geschmack erwecken Flüssigkeiten wie etwa Milch, Sojamilch oder Wasser die Buah-Fruchtmischungen im Mixer zu neuem Leben. Verkauft werden die Fruchtmischungen in praktischen Zylinder-Boxen und Snackbeuteln. Beide Varianten sind personalisierbar.



Marco Gräber aus Berlin präsentierte in der Innovation Area seinen „Sleeve“, einen personalisierbaren Becherhalter aus 100 Prozent recyclebaren Materialien.

Gründer Daniel Krauter (links) ist Fan von frischen Fruchtsmoothies.



**INNOVATION AREA**

## Keine Frage des Alters

Dass Erfindergeist keine Altersgrenze kennt, beweist Ejnar Haugaard eindrucksvoll. Neben all den jungen Erfindern war der ältere Herr aus Dänemark eine auffallende Erscheinung in der Innovation Area der PSI. Selbstironisch beschreibt er seine Firma easy2Open, die er mit 68 Jahren gegründet hat: „Wir sind vier alte Leute.“ Haugaard hat ein kleines Werkzeug zum Öffnen von Getränkedosen erfunden. Dem Rentner kam die Idee im Spanienurlaub, als seine Frau ihn aufforderte, eine Dose Limonade zu öffnen. Sie selbst hatte Angst, ihre Fingernägel zu beschädigen. Die braucht sie nun nicht mehr zu haben: Mit dem kleinen Tool aus 40 Prozent glasverstärktem Nylon lassen sich Dosenlaschen einfach und bequem anheben. „Ältere und von Gicht geplagte Menschen erhalten ein Werkzeug, das ihnen den Alltag erleichtert. Zudem verhindert mein Produkt, dass Insekten in die Dose gelangen“, verkündet Haugaard stolz. Die Standardfarbe des bedruckbaren Werbeartikels ist schwarz, lieferbar sind jedoch acht verschiedene Farben.



Erfindergeist kennt keine Altersgrenze: Ejnar Haugaard von easy2Open.

## Unterstützung durch das PSI

Bestehende Probleme erkennen und sie einer Lösung zuführen – das verbindet alle Erfinder. Mit der Innovation Area der PSI haben sie die Möglichkeit, den nächsten Schritt zu gehen und ihren Ideen Flügel zu verleihen. „Wir haben mit 70 Kontakten in drei Tagen gerechnet, und hatten bereits 40 nach vier Stunden“, sagt Ejnar Haugaard und fügt hinzu: „Die Unterstützung durch das PSI ist fantastisch.“

<

Mit allen Sinnen genießen – dies zu vermitteln vermag vor allem auch schmackhafte Werbung. Denn wenn es nicht nur etwas zu sehen und zu begreifen, sondern auch noch etwas zu schmecken gibt, bündelt ein guter Werbeartikel seine multisensorischen Potenzen zur optimalen Wirkung.



**GUSTO**

## Süßes und Kulinarisches

# Mit Genuss werben

**D**ass sich mit feinen Süßigkeiten und kulinarischen Schmankerln allemal gut werben lässt, beweist die Branche immer wieder aufs Neue. Immer wieder beeindruckend jedoch ist auch, wie vielfältig und einfallsreich die Werbebotschaften als Gaumenschmeichler daherkommen. Dieser Vielfalt und diesem Einfallsreichtum Rechnung tragend widmete das PSI auf seiner Messe mit dem GUSTO Tasting Pavilion erneut ein eigenes Areal. 16 Aussteller hatten sich auf der geschmacksbetonten Fläche versammelt, um die Besucher mit den

Sinnen Sehen, Riechen, Schmecken und dem daraus resultierenden Genuss von ihren werblichen Leckerbissen zu überzeugen. Denn das unmittelbare Probieren geht auch hier immer noch über Studieren. Mit anderen Worten: Bauch schlägt Kopf. Und so prägt sich schmackhafte Werbung auch nachhaltig ein.

### Das Auge isst mit

Seltene Zutaten, fantasievolle Zubereitungen, kreative Arrangements oder Verpackungen und schier unbegrenzte Individualität: das sind die Ingredienzen, die ein erfolgreiches wie



16 Aussteller hatten sich auf dem GUSTO Areal versammelt, um die Besucher mit den Sinnen Sehen, Riechen, Schmecken von ihren werblichen Leckerbissen zu überzeugen.

wirksames Werbeprodukt, ob süß oder herzhaft, ausmachen – Frische und Qualität selbstverständlich inbegriffen. Die lukullischen Spezialisten der Werbeartikelbranche haben sich auch diesmal wieder viele neue direkt oder indirekt den Gaumen betreffende Neuheiten einfallen lassen. Und die Besucher nutzten die Gelegenheit, sich die schmackhaften Produkte aus den Segmenten Backwaren, Getränke, Gewürze, Lebensmittel, Süßwaren und vielem mehr auf der Zunge zergehen zu lassen. Doch auch das Auge isst ja bekanntlich mit. Und so gab es neben den zumeist sehr schön anzuschauenden Werbehappen auch die meist ebenso liebevoll wie adäquat designten Verpackungen zu bewundern.



Das unmittelbare Probieren geht auch hier immer noch übers Studieren. Mit anderen Worten: Bauch schlägt Kopf.



**Multisensorisches Angebot**

GUSTO, ein wahrhaft multisensorisches Angebot im Rahmen einer Erlebnis-Messe, kam und kommt bei Ausstellern wie Besuchern immer besser an. Anja Rensmann von der Firma Küchenmeister lobte die klar gegliederte Ausstellungsfläche, die einen übersichtlichen Rundlauf ermöglichte. Auch mit dem Zuspruch zeigte sie sich bereits zur Messemitte sehr zufrieden. Jan Kobac von Koawach, die Bio-Kakao mit Guarano zu einer neuen Geschmackswelt kombinieren, war mit seinem Start-up erstmals auf der PSI und „positiv überrascht, wie aufgeschlossen die Besucher sind“. Was ihm besonders auffiel, war das „große Interesse an nachhaltigen Produkten“. Zu beobachten im GUSTO-Reigen war vor allem die Tendenz zu „craft products“, kleinen, feinen handgemachten und handwerklich akzentuierten Kollektionen.



Zu beobachten im GUSTO-Reigen war vor allem die Tendenz zu sogenannten „craft products“, kleinen, feinen handgemachten und handwerklich akzentuierten Kollektionen.

Im 1966 welturaufgeführten, legendären Musical „Cabaret“ singt der Conférencier die berühmte erste Zeile „Willkommen, bienvenue, welcome“. Bei der drei Jahre älteren PSI, die in diesem Jahr ihre Pforten zum 55. Mal öffnete, waren noch weitaus mehr Sprachen zu hören. Kein Wunder bei einer auf 57 Prozent gestiegenen Internationalität.



## Mehr Aussteller und Besucher aus dem Ausland

# Internationalität ist Trumpf

**W**er 2017 die Messe durch den Eingang Nord betrat, schritt über einen Teppich der besonderen Art: In zehn Sprachen wurden die Besucher begrüßt. Und das waren bei Weitem nicht alle, die im Januar in den Messehallen Düsseldorf zu hören waren. Vor allem die Hallen 11 und 12 waren von unterschiedlichen Kulturen und Sprachbildern geprägt, was einem erfreulichen Grund geschuldet war: Im Vergleich zum vergangenen Jahr konnte die PSI 2017 an Internationalität noch einmal leicht zu-

legen. Das zeigte sich unter anderem an der hohen Zahl ausländischer Aussteller, die auch in diesem Jahr wieder den Weg nach Düsseldorf gefunden hatten. 478 von insgesamt 988 Ausstellern kamen aus dem Ausland und machten damit knapp die Hälfte aller Hersteller und Lieferanten aus.

### Polen und Niederlande am stärksten vertreten

Traditionell stark vertreten waren einmal mehr Werbeartikelunternehmen aus Polen (71), den Niederlanden (70), der Türkei

(50) und Italien (45). Die Liste der Top Ten-Länder komplettierten Aussteller aus dem Vereinigten Königreich (35), Spanien (29), Frankreich (22), Österreich (19), Belgien (18) und Dänemark (17). Dass die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft jedoch schon lange nicht mehr auf die „Alte Welt“ begrenzt ist, zeigt die Tatsache, dass auch Aussteller aus den USA, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Israel, Mexiko und Südafrika sich und ihre Produkte vor Ort präsentierten. Erfreulich war dabei neben der Vielfalt der Herkunftsländer auch die Bandbreite der Aussteller – von großen Importeuren und Vollsormentern sowie namhaften Marken, die seit Jahren die PSI bereichern, bis hin zu kleinen Nischenanbietern, die zum ersten Mal in Düsseldorf ausgestellt haben. Alle ge-



meinsam wollten die Möglichkeiten nutzen, die die PSI Messe als Europas führende Leistungsschau bietet: Werbeartikel größeren Kreisen der Werbewirtschaft zu erschließen.

### Verbände einträchtig an einem Stand

Möglichkeiten, größere Kreise der Werbewirtschaft zu erschließen, war auch der zentrale Ansatz für die zahlreich vertretenen internationalen Verbände. Nicht zufällig fanden sich unter ihnen die Nationen aus der Liste der Top Ten-Ausstellerländer wieder. Einträchtig auf einer Standfläche innerhalb der zum festen Bestandteil der PSI gewordenen International Area, die in diesem Jahr in Halle 11 platziert war, präsentierten sich die Branchenverbände aus Polen (PIAP), Spanien (FYVAR) und Belgien (BAPP). Aus Italien waren Vertreter der ASSOPROM angereist, aus Russland mit dabei waren die IAPP sowie die IPSA Messe, die größte Veranstaltung rund um den Werbeartikel in Russland, die seit drei Jahren mit PSI kooperiert.



Als globaler Interessensvertreter war die IPPAG (International Partnership for Premiums & Gifts) in der International Area vor Ort. Die Kooperative, die eine langjährige Partnerschaft mit PSI unterhält, hat neben zahlreichen europäischen auch Mitglieder aus Australien, Dubai, Indien, Mauritius, Mexiko, Neuseeland, den Philippinen, Singapur, Südkorea und den USA.

### Mehr als nur International Area

Die internationale Präsenz war jedoch keineswegs auf die International Area beschränkt. So präsentierte sich PSI Partner PTE (Promotion Trade Exhibition) aus Italien

im Rahmen des Italian Pavilion in Halle 10. Die ScandiBase, die dieses Jahr in Halle 11 zu finden war, war traditionell Heimat der skandinavischen Repräsentanten. Neben dem schwedischen Branchenverband S.B.P.R. war auch die Promotionmässan aus Stockholm vertreten. Ebenfalls im Rahmen der ScandiBase empfing Branchen-Urgestein Klaus Beyer – durch seine langjährige Messtätigkeit in diesem Raum ausgewiesener Kenner des skandinavischen Werbeartikelmarktes – als PSI Repräsentant die Besucher. Immer wieder gern als kompetente Station gewählt wurde die PromoAlliance, zu der sich vor fünf Jahren der amerikanische Branchendienstleister ASI (Advertising Specialty Institute), der britische Dienstleister Sourcing City und das PSI zusammengeschlossen hatten. Weitere internationale Treffpunkte hatte Halle 12 zu bieten, etwa den UK Pavilion, der neben dem britischen Branchen-





Gewohnt allerbeste Laune herrschte auch in diesem Jahr wieder an der Holland Bar. Hier treffen sich nicht nur die niederländischen und belgischen Aussteller und Besucher. Die stets gute Stimmung hat sich längst auch bei allen anderen Nationalitäten herumgesprungen. Kein Wunder, dass auch 2017 auf dem Gang vor der Bar kein Durchkommen mehr war.

verband BPMA auch sechs Aussteller aus dem Vereinigten Königreich beherbergte, und den PromZ Pavilion. Absoluter Magnet war einmal mehr die integrierte und längst kultige Holland Bar. Hier wurde am ersten Messetag in bester Stimmung und unter frenetischem Beifall der Anwesenden zum zweiten Mal der „Product Media Advisor of the Year“ (PMA) gekürt, der gemeinsam von der Zeitschrift promobiss und dem belgischen Verband BAPP vergeben wurde. Als Award Winner GOLD wurde der belgische Händler Pronel ausgezeichnet, der 2017 seine 30-jährige Mitgliedschaft im PSI feiert.



Bereits zur guten Tradition ist der Empfang der British Promotional Merchandise Association (bpma) geworden. Gastgeber Gordon Glenister (linkes Bild, re.), Director General der bpma, konnte zahlreiche Freunde und Geschäftspartner begrüßen. Bei einem gepflegten Bier oder einem guten Gläschen Wein ließ sich das Werbeartikeljahr 2017 gut beginnen.

### Auch weite Wege führen zur PSI

Pronel war als Händler nicht nur Preisträger, sondern zählte auch zu den über 10.000 internationalen Besuchern, die zur PSI angereist waren. 57 Prozent der Besucher kommen inzwischen aus dem Ausland. Und diese überwinden zum Teil weite Distanzen und nehmen lange Anreisezeiten in Kauf. So wie Fanny Martin, Managing Director von Versopub Ltée. Stolze 9.349 Kilometer liegen zwischen ihrer Agentur auf Mauritius und den Düsseldorfer Messehallen. Bereits zum 15. Mal ist sie dabei: „Die PSI ist und bleibt für uns die Show. Sie ist ein Muss. Auf kurzen Wegen können wir hier die Marktführer der Branche treffen und die Trends und Neuheiten sehen.“ Und Fanny Martin ist kein Einzelfall: Fast zehn Prozent der internationalen Besucher reisen mit einem Interkontinentalflug an – sei es aus den USA, aus Brasilien, Südafrika, Japan oder Indien. Fazit: Werbeartikel sind international, verbinden Nationen und sprechen letztlich eine gemeinsame Sprache. <



Aller guten Dinge sind drei: Vor fünf Jahren haben sich der amerikanische Branchendienstleister ASI (Advertising Specialty Institute), der britische Dienstleister Sourcing City und das PSI zur PromoAlliance zusammengeschlossen. Die PSI 2017 bildete einmal mehr eine gute Gelegenheit, sich in entspannter Runde fachlich und freundschaftlich auszutauschen.

Wer aus der Masse heraussticht, gewinnt Aufmerksamkeit!



Snack-Pack „Muffin, Coffee & Corny“

# INDIVIDUELLE WERBE-IDEEN FÜR JEDES BUDGET!



Ritter SPORT, Vegan



Cookie Brownie

Cookie Brownie „Geburtstag & Jubiläum“



„Mini Emotis“ von Lindt HELLO



Mini-Muffin, Glutenfrei



I Love Milka „Kleines Dankeschön“



## NEUES GANZJAHRES-PROGRAMM MIT INNOVATIVEN WERBE-IDEEN

Es weht ein frischer Wind durch die Werbung. In einer schnelllebigen Zeit begeistern Sie Ihre Kunden am besten mit individuellen Produkten, die Charme und hochwertige Haptik mit Markenqualität verbinden. Persönlich und mit starker Aussagekraft: Jedes unserer individuell bedruckten Werbemittel, das den Weg in die Büros unserer Kunden findet, wird in Manufakturqualität mit viel Liebe zum Detail gefertigt. Lassen Sie sich von tollen Neuheiten begeistern! Gleich Katalog und Muster unter [www.cd-lux.de](http://www.cd-lux.de) bzw. [info@cd-lux.de](mailto: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](mailto:info@cd-lux.de) | [www.cd-lux.de](http://www.cd-lux.de)



Ob Digitaldruck, Lasergravur oder Doming: Es sind in erster Linie Veredelungstechniken, die ein Produkt in ein individuelles Kommunikationsinstrument verwandeln. Ihr Hotspot auf der PSI ist traditionell die Technology Area in Halle 12. Werbetechniker, Drucker, Veredler und Textiler stellen hier den Besuchern ihre innovativen Maschinen und Verfahren vor.



Technology Area auf der PSI 2017

# Von manuell bis automatisiert

**K**ein anderes Medium setzt eine Werbebotschaft so wirksam in Szene wie der Werbeartikel. Maßgeblichen Anteil daran haben Veredelungstechniken, verleihen sie doch anonymen Produkten wie etwa T-Shirts und Tassen erst ihre individuelle Qualität. Von manuellen Verfahren für den Hausgebrauch bis hin zu Maschinen in der Preisklasse von Luxusautomobilen – die Möglichkeiten sind in diesem Bereich nahezu unbegrenzt. Einen kompakten Überblick lieferte in

diesem Jahr wieder einmal die PSI: In der Technology Area hatten Besucher die Möglichkeit, in die Welt der Maschinen und Druckverfahren einzutauchen und faszinierende Technik aus nächster Nähe zu erleben.

## Veredelung mit Lasertechnik

Zu den eindrucksvollsten Veredelungstechniken zählt zweifellos die Lasergravur. Mittels eines Lasers werden bei diesem Verfahren Materialien so stark erhitzt, dass sich die



Beeindruckend detailreich: eine futuristische Lasergravur auf Glas.



Der UV-Flachbettdrucker UJF-3042MkII des japanischen Herstellers Mimaki wird mit weißen Powerbanks befüllt.



Steve Hastie von Liquid Lens trägt im manuellen Verfahren glasklares Harz auf Sticker auf. Die Technik nennt sich Doming.



Doming in der Nahaufnahme.

obersten Ebenen lösen. Das gewünschte Motiv nimmt auf diese Weise nach und nach Form an. „Für die Werbearbeitelbranche sind insbesondere Faserlaser und CO<sub>2</sub>-Laser interessant“, sagt Andreas Buth, Geschäftsführer der Buth Graviersysteme GmbH. Während sich CO<sub>2</sub>-Laser vor allem für organische Produkte wie etwa Holz, Papier, Pappe und Textil eignen, sind Faserlaser ideal, um vertieft in Metall vorzudringen. Mittlerweile bieten spezialisierte Firmen wie die Buth Graviersysteme GmbH mit sogenannten Hybrid-Maschinen auch Komplettlösungen an. Diese enthalten gleich mehrere Lasersysteme, was ihre Einsatzmöglichkeiten vervielfacht.

### Großformat-Drucker aus Japan

Beeindruckend waren auf der diesjährigen PSI auch die Großformat-Drucker von Mimaki. Das Traditionsunternehmen aus Japan präsentierte an seinem Stand eine enorme Bandbreite an Lösungen für die Werbearbeitelbranche. Darunter: der UV-Flachbettdrucker UJF-3042MkII. Mit einer kompakten Größe von 300 mal 420 Millimetern erreicht er optimale Ergebnisse auf Werbearbeiteln mit einer Materialdicke von bis zu 153 Millimetern, so der Hersteller. Besucher konnten sich von seiner Leistungsfähigkeit selbst ein Bild machen: In regelmäßigen Abständen

wurde der Drucker von einem Verantwortlichen mit weißen Powerbanks befüllt, die bereits nach kurzer Zeit wieder zum Vorschein kamen – farbenprächtig und mit optischen Effekten verziert.

### Lösungen für Einsteiger

Dass sich nicht jeder eine Maschine leisten kann, die dem Wert eines Luxuswagens entspricht, ist im Grunde keine besondere Erwähnung wert. Insbesondere kleine Unternehmen und Start-Ups dürften bei derart kostspieligen Anschaffungen als Kunden ausscheiden. Um diese Zielgruppe dennoch „abzuholen“, bieten Aussteller wie Steve Hastie von Liquid Lens preiswerte manuelle Alternativen zu Hightech-Produkten. „Ich habe Lösungen für Einsteiger, die in überschaubaren Stückzahlen produzieren“, erklärt der Engländer. Sein Steckenpferd ist das Doming, eine dekorative 3-D-Oberflächenbeschichtung, die eine gläserne, transparente Wirkung entfaltet. Die sogenannten „Dome It Yourself-Kits“ sollen es Hastie zufolge jedermann erlauben, Werbearbeitel wie etwa Sticker manuell und ohne viel Aufwand selbst zu veredeln. Für ihn ist es eine Überzeugungsmision: „Die meisten unserer Kunden wollen ein fertig veredeltes Produkt. Meine Aufgabe ist es, sie dazu zu bewegen, in Equipment zu investieren. Dafür bin ich auf der PSI.“

Als „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, Nord- und Südeuropa Produkthighlights.



Im Stile eines Speeddating stellten sich Händler und Aussteller vor.

## Premiere des Product Preview Events

# Neues Format als Experiment

Die Branche benötige neue Services, um wachsen zu können, begann Michael Freter seine Rede zur Eröffnung des Product Preview Events. Mit diesem neuen Format möchte PSI einen Beitrag dazu leisten. Zwei Aspekte spielten bei der Konzeption des Events für PSI eine besondere Rolle: „Menschen zusammenzubringen passt zur Rolle des PSI als Relationship-Broker. Außerdem möchten wir die Kommunikation intensivieren“, erläuterte Michael Freter die Hintergründe des Product Preview Events, der sich an „aufgeschlossene Aussteller und Händler“ richtete. Akteure der Premiere wa-

ren zehn Aussteller, die exklusiv zu dieser Veranstaltung geladenen Händlern aus Großbritannien, Nord- und Südeuropa ihre Produkthighlights im Vorfeld der PSI präsentierten. Vom grundsätzlichen Gelingen der Idee zwar überzeugt machte Michael Freter jedoch auch deutlich, dass der Start noch nicht ganz so verlaufen ist wie gewünscht. „Es war nicht einfach abzuschätzen, wie der Product Preview Event alles in allem angenommen werden würde. Wir hatten insgeheim ein bisschen mehr Resonanz erwartet. Dennoch sind wir zufrieden“, bestätigte Michael Freter und fügte hinzu, dass er „beim Blick in die Runde einen ersten Erfolg“ verzeichne. Sein Dank galt deshalb auch allen direkt und indirekt Beteiligten dieser Premie-



renveranstaltung: Ausstellern und Besuchern, die er als „Very Important Persons“ bezeichnete, den Organisatoren aus den eigenen Reihen und den Verbänden, die im Vorfeld starke Unterstützung gezeigt hätten.

### Speeddating im Zeichen des Werbeartikels

Das neue Format, das Michael Freter nicht ohne Grund als Experiment bezeichnet hatte, präsentierte sich direkt im Anschluss an die kurzen Begrüßungsworte als Speed-

dating. Die in zehn Kleingruppen aufgeteilten Händler wanderten innerhalb eines vorgegebenen Zeitfensters von Aussteller zu Aussteller, die sich und ihre mitgebrachten Produkte zu Beginn einer jeden Runde kurz präsentierten. Danach war es an den Händlern, sich und ihr

Anliegen vorzustellen. Von Runde zu Runde war zu beobachten, dass alle Beteiligten immer lockerer wurden und sichtbar Teile des Konzeptes aufgingen: Es herrschte ein reger Austausch, Visitenkarten wechselten ihre Besitzer und viele Kontakte wurden geknüpft. Darüber hinaus be-

**Das Konzept ging auf: Es herrschte ein reger Austausch und viele Kontakte wurden geknüpft.**



stand nach dem Speeddating die Gelegenheit, begonnene Gespräche zu intensivieren.

### Ausklang in einer Traditionsbrauerei

Die neuen Kontakte konnten am gleichen Abend direkt vertieft werden. Nach dem Speeddating ging es zu einem völlig entschleunigten Abendessen in das rustikale Ambiente der Traditionsbrauerei Schumacher in der Düsseldorfer Altstadt. Bei herzhaften Speisen und selbst gebrautem Altbier ließ sich entspannt genießen, Zeit miteinander verbringen und hervorragend networken. Den zufriedenen Gesichtern und dem positiven Feedback nach zu schließen, war es für alle ein gelungener Abschluss des neuen Formats mit experimentellem Charakter. <





Alle Hände voll zu tun: Hier konfektionieren ztv-Mitarbeiter PSI-Taschen mit Werbemittelmustern für Industriekunden.

**ztv Logistik**

# Prima Bilanz

**D**ie positive Entwicklung der PSI Messe offenbarte sich auch beim offiziellen PSI Partner ztv Logistik. Schon unmittelbar nach der Messe zeigte sich das Team rund um Vertriebsleiter Thomas Kersting höchst zufrieden, da viele qualitativ hochwertige und intensive Gespräche mit nationalen sowie internationalen Interessenten über die drei Messtage hinweg geführt werden konnten. „Nun werden bereits die ersten, ganz konkreten Anfragen bearbeitet und Kontakt mit den Interessenten aufgenommen, um ihnen die perfekte Lösung für ihr Logistikproblem bieten zu können“, so Kersting.

„Noch nie hatte ztv so viele Pakete verschickt, noch nie so viele Länder bedient und noch nie so viele Pakete eingelagert. Für ztv express war die PSI 2017 ein voller Erfolg. Dazu trug auch die steigende Internationalität der Messebesucher bei. Viele ausländische Besucher nehmen ihre Werbemittelmuster nicht mit im Koffer in den Flieger, sondern lassen sich diese bequem per ztv express an ihren Schreibtisch liefern“, ergänzt er. So wurden über 600 Pakete in über 30 Länder versandt. Zudem wurde die Nut-

zung des Einlagerungsservice für Werbemittelmuster um fast 70 Prozent gesteigert. Erstmals wurden Abholungen und Zustellungen von Messematerialien sowie deren Rücktransporte direkt am Messestand von ztv express angeboten. „Auch dieser Service wurde von einigen Ausstellern dankend angenommen“, so Kersting.

Neben den 4.000 Snackboxen, die jährlich von ztv konfektioniert und am Ende der Messe als Proviant für den Heimweg an Messebesucher verteilt werden, wurden erstmalig 2.500 Industrietaschen mit Werbemittelmustern gepackt. „Wir konfektionierten aber nicht nur für die PSI, sondern auch ein Sortiment unseres Düsseldorfer Kunden cosmopol. cosmopol betreibt einen Konzept-Shop mit einer exklusiven Auswahl an landestypischen Produkten aus über 70 Ländern, vermarktet mittels Geschenkboxen und Geschenkabos. Als erstes Unternehmen in Deutschland hat es cosmopol geschafft, sich per Crowdfunding online durch Privatpersonen zu finanzieren. Auf der Messe konfektionierten wir eine dieser Geschenkboxen – die cosmopol Gewürzreise“, so Jacqueline Maibaum vom ztv-Marketing Logistikservice. <

[www.ztv-logistik.de](http://www.ztv-logistik.de)

messegelände köln

# BOOST YOUR FITNESS BUSINESS AT FIBO: 6 – 9 APRIL 2017



**EXPERT**  
shape the  
business.

FACHBESUCHERTICKETS ONLINE UND AN DER TAGESKASSE  
internationale leitmesse für fitness, wellness & gesundheit



Othmar Fetz und Clemens Stübler: „Ein Riesenschritt nach vorn.“

dMAS

## Neues Kommunikations-Tool mit Mehrwert

# PSI Tracking Tool Gelungener Start

**M**it dem Einsatz digitalen Messe-Anfrage-Systems dMAS hat das PSI während der jüngsten Messe neue Kommunikations-Standards gesetzt. Passend zur Einführung eines Industriekundentages gab das PSI seinen Ausstellern damit ein vielfach erfolgreich erprobtes und ausgereiftes Tool an die Hand. Die online Software dient der unkomplizierten und direkten Kommunikation zwischen den drei PSI-Zielgruppen, im leichten Erfassen von Anfragen und in der Zeitersparnis beim Abarbeiten von Aufträgen. Partner ist die österreichische dMAS GmbH, selbst PSI-Mitglied und führender Softwarehersteller für das Anfrage- und Angebotswesen im Werbeartikelmarkt in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Zentraler Benefit der Scan-App dMAS Notes ist die Besucherdatenerfassung: So bietet das neue digitale Tracking Tool ein einfaches Sammeln von Kontaktdaten und einen unkomplizierten Export der Daten in das CRM (Customer-Relationship-Management) der Aussteller. Zudem macht die automatische Besuchererkennung sofort beim Scan der PSI-Messe-Badges sichtbar, ob, beziehungsweise dass es sich bei dem Standbesucher um einen Industriekunden handelt und welcher Händler ihn eingeladen hat.

### „Toller Erfolg“

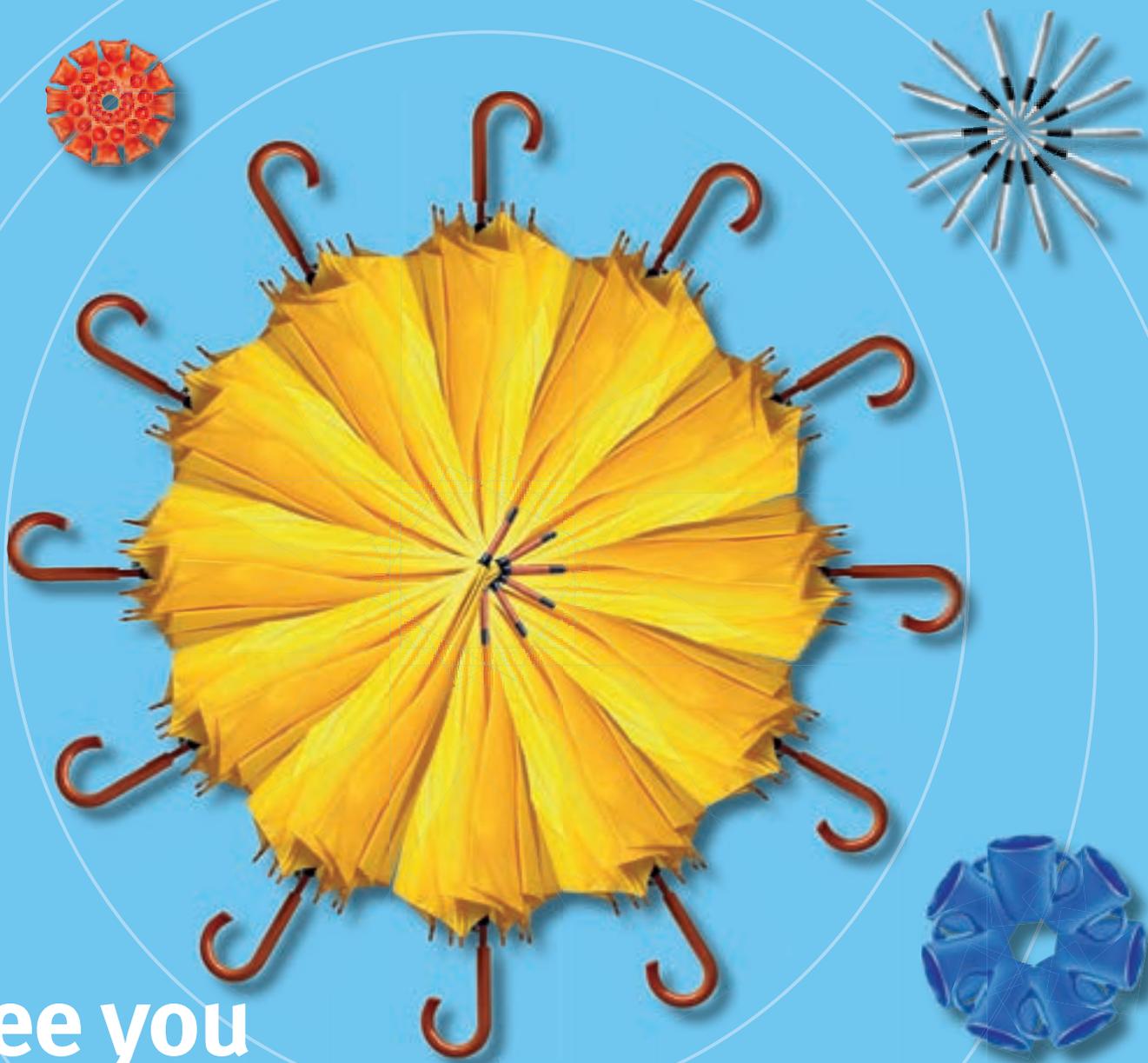
In unserem Gespräch mit zwei der drei dMAS-Macher, Othmar Fetz und Clemens Stübler, zeigten sich die beiden mit der Resonanz auf das erstmals auf der PSI einge-

setzte System „sehr zufrieden“. Stübler: „Es haben sich weit mehr Aussteller an dMAS beteiligt, als wir erwartet hatten. Wir freuen uns, dass das System so gut angenommen worden und offenbar auch auf der PSI angekommen ist. Bereits jetzt arbeiten viele Aussteller geschlossen mit dem System.“ Über das interaktive Tool wurden laut Fetz und Stübler bis Donnerstag Nachmittag rund 3.000 Interaktionen und Anfragen abgewickelt und zum Teil schon zahlreiche Angebote noch während der Messe generiert. „Die Kooperation mit PSI verlief nahezu ideal. Ich denke, wir können den dMAS Einsatz schon jetzt als tollen Erfolg für uns und das PSI bezeichnen“, ergänzt Fetz, die sich bereits auf die kommende Messe freuen.

### Anzahl der Scans gestiegen

Auch Nina Schiffhauer, Project Manager PSI, bestätigte den Einsatzerfolg von dMAS: „In der Abwicklung schon vielen Lieferanten und Händlern bekannt, wurde dMAS hauptsächlich von den Ausstellern zur Besucherdatenerfassung genutzt, aber auch von Händlern, um zu tracken, wo Industriekunden waren, um dadurch das Geschäft zwischen Hersteller-Händler und Händler-Industriekunde sowie die Angebotserstellung zu vereinfachen und anzukurbeln. Circa 50 Prozent der Aussteller haben das neue Tool genutzt, das sind 74 Prozent mehr als mit dem Scanverfahren im vorigen Jahr. Auch die Anzahl der Scans stieg um 33 Prozent. Wie bei jedem neuen Tool gibt es auch hier kleinere Anpassungsthemen, die von uns jedoch in Angriff genommen und für künftige Anwendungen optimiert werden.“

<



See you

Werbe-Welten

➤ **PSI**

9. – 11. Januar  
Düsseldorf 2018

Die europäische Leitmesse  
der Werbeartikelwirtschaft

**Promo-  
swiss**



Anregende  
Gespräche  
während des  
Empfangs.

## Schweizer Apéro bei Staedtler

Zur lieben Tradition während der PSI-Messe geworden ist der „Schweizer Apéro“. Der Verband der Schweizerischen Werbeartikelindustrie, Promoswiss, lud alle Mitglieder und Messebesucher aus der Schweiz zu diesem lockeren Treffen ein. Der Empfang bildet eine ideale Plattform, um den Verband näher kennenzulernen und sich unter Branchenkollegen über die Messeerfahrungen sowie das aktuelle Marktumfeld auszutauschen oder auf das bevorstehende PSF Forum in Zürich/Dietikon einzustimmen. Gastgeber des Schweizer Apéros war diesmal das Unternehmen Staedtler Promotional Products, das die Gäste mit original „fränkischen Tapas“ aus der Heimat Nürnberg begrüßte.

[www.promoswiss.ch](http://www.promoswiss.ch)

### André Bachmann, New Wave Neue Marke am neuen Stand

Wir sind sehr zufrieden mit der Messe, vor allem waren wertige Kunden aus ganz Europa da. Viel positive Resonanz gab es auf unseren neuen Messestand. Er ist offen, hat einen edlen Look und ist die ideale Plattform, um unsere Brands und Internationalität zu zeigen. Ein Highlight ist unsere neue Marke J. Harvest & Frost, die wir hier erstmals präsentieren. Die exklusive Kollektion bietet schicke Outfits für's gesamte Business – von Office bis Dinnerparty. Leider waren am Donnerstag nicht so viele Industriekunden da, wie wir gehofft hatten. Allerdings war es interessant, zu hören, was die Kunden suchen und wofür sie die Produkte einsetzen.



Gastgeber des Apéro war diesmal Staedtler Promotional Products, dessen Leiter Oliver Leykam (Mitte) die Gäste begrüßte. Links Promoswiss-Präsident Roger Riwar, rechts der Promoswiss-Sekretär und neue Staedtler-Mitarbeiter Adrian Schmidhäusler.

## Jubilare



### Jubilare 50:

Axel Dostmann (links) von TFA Dostmann und Patrick Schober von Wertpräsent Promotion freuten sich über die Auszeichnung für 50 Jahre Mitgliedschaft im PSI.

Folgende Mitgliedsunternehmen, die auf der PSI 2017 anwesend waren, wurden für ihre langjährige Zugehörigkeit zum PSI ausgezeichnet:

### 25 Jahre:

Allround Werbeservice  
Gustav Daiber  
ideeplus  
Inspirion  
JK Werbung  
MAPS  
ML Werbeartikel  
PRE VOX  
Sandam Benelux  
Siegrist  
The advertising  
werbemax

### 30 Jahre:

Hedi International  
Kössinger  
Schlösser GmbH  
Schülbe Werbemittel  
Snel Braber  
Wienröder

### 40 Jahre:

H&P Werbeservice  
Richartz

### 50 Jahre:

TFA Dostmann  
Wertpräsent Promotion

## Ehrennadel für langjährige Mitglieder

Die PSI 2017 präsentierte sich so jung und frisch wie eh und je. Dass auch das PSI selbst für viele Mitglieder nichts an seiner Attraktivität verloren hat, beweist eine eindeutige Zahl: Im Jahr 2016 haben insgesamt 146 Mitglieder mehrjährige Jubiläen gefeiert. Konkret ist hier die Rede von 25-, 30-, 40- und gar 50-jähriger Zugehörigkeit zum internationalen Netzwerk der Werbeartikelwirtschaft. Und das ist eine bemerkenswerte Treue, wenn man bedenkt, dass das PSI selbst erst 1962 gegründet wurde. Diese Treue wurde im Januar im Rahmen einer kleinen Feierstunde mit Sektempfang auf der Leitmesse der europäischen Werbeartikelwirtschaft gebührend gewürdigt. Zwar waren nicht alle Jubilare vor Ort. Doch die 22, die entweder als Aussteller oder Händler-Fachbesucher in Düsseldorf waren, erhielten aus der Hand von PSI Geschäftsführer Michael Freter eine Ehrennadel. Von den insgesamt neun Gold-Jubilaren waren zwei erschienen. Alle – anwesenden und nicht-anwesenden – Jubilare repräsentieren das, was Michael Freter beschrieb als „fantastische Branche, die sich fantastisch entwickelt hat“. Wie wichtig das PSI und seine Mitglieder füreinander sind, brachte der PSI Geschäftsführer abschließend auf den Punkt: „Wir haben viele groß gemacht. Sie haben uns groß gemacht.“

Zwei Fußballteams stark waren die Mitglieder-Jubilare, die auf der PSI 2017 entweder als Aussteller oder Händler-Fachbesucher präsent waren und mit der Ehrennadel ausgezeichnet wurden. Insgesamt feierten im Jahr 2016 146 Mitglieder eine mehrjährige Zugehörigkeit zum internationalen Netzwerk der Werbeartikelwirtschaft.



## Compe- tence Area



### Achim Christa, Lediberg

#### Industriekundentag stärkt Image der ganzen Branche

Die PSI ist die wichtigste Messe für uns, weil wir hier alle unsere Händler treffen und die Möglichkeit haben, über Neuheiten zu informieren. Als Lieferant sehen wir uns als Partner unserer Händler und unterstützen sie durch unser Fachwissen. Den Industriekundentag sehen wir positiv. Besonders wichtig ist es, den Händlern die Angst zu nehmen. Auf der Messe geht es nicht um Preise, hier präsentiert die Branche hoch professionell die ganze Vielfalt an Werbeartikeln. Es geht um die Stärkung des Branchenansehens und um die Stärkung des Händler-Images.

## Ein gutes Dutzend Services

Kompetenz lässt sich im Grunde genommen nur sehr schwer an einer Zahl festmachen. Die PSI Institute Competence Area macht da eine kleine Ausnahme. Sie setzt sich aus einem guten Dutzend Services zusammen, die das Spektrum des internationalen Netzwerkes der Werbeartikelwirtschaft widerspiegeln. Konzipiert als Informations- und Kontakt-Plattform bot die Area alle PSI Services, die PSI Sustainable League, das PSI Institute – Best Practice Forum, den PSI FIRST Club sowie Lounges zum Chatten und Chillen.



### Cristina Bonet, Bic Graphic

#### Industriekundentag: ein tolles Experiment

Hier auf der PSI ist es sehr geschäftig. Wir sind glücklich über die hohe Anzahl an Besuchern an unserem Stand und das gute Feedback, das wir regelmäßig bekommen. Wir haben zweifellos den Vorteil, dass unsere Marke leicht erkenntlich ist und aus der Masse der Aussteller heraussticht. Den Industriekundentag sehen wir positiv; es ist ein tolles Experiment. Unseren Kunden können wir neben zahlreichen neuen Produkten auch zwei brandneue Produktkategorien präsentieren: eine BIC®-Taschenkollektion und eine Auswahl an BIC®-Rasierern für sie und ihn.



**Foto-  
boden**

Fotoboden war Sponsor des ersten PSI Industriekunden-Tags. Auffällige Bodenaufkleber zeigten den Besuchern den richtigen Weg.

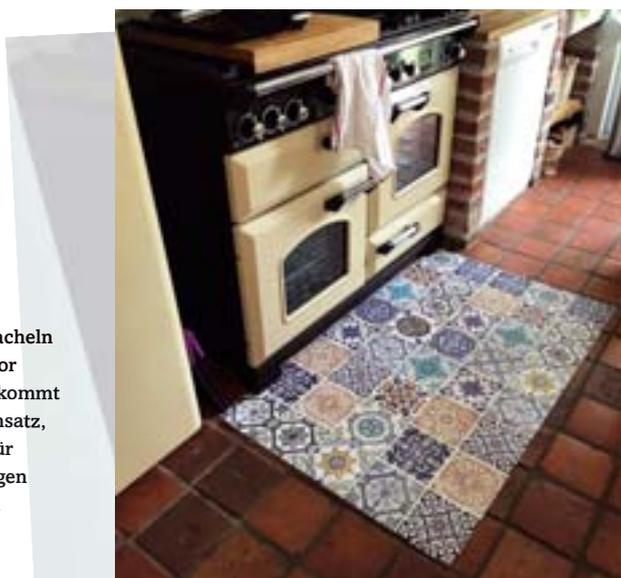
## Matten im individuellen Design

Ganz schnell ein neuer Look: Mithilfe von „Fotoboden“, dem individuell bedruckbaren und patentierten Vinylboden, können jetzt auch Eigenheime ganz individuell gestaltet werden: Zum Beispiel mit Schutzmatte im Küchenbereich oder Hunde-Schlabbermatten. Ein weiterer Vorteil: Vorbei die Zeiten, in denen Fettflecken aufwändig von Fliesen oder aus dem Teppichboden entfernt werden mussten. Fotoboden wird bei Verschmutzung einfach feucht abgewischt. Zudem erfüllt Fotoboden alle Brandschutzvorschriften und kann gefahrlos überall im Haus ausgelegt werden. Der fotorealistische Druck mit bis zu 1,8 Milliarden Pixeln je Quadratmeter ermöglicht dabei nahezu jedes Design. Dies zeigten auch die Bodenaufkleber auf der PSI 2017, bei der Fotoboden als Sponsor des ersten PSI Industriekunden-Tags Besuchern den richtigen Weg wies. Fotoboden ist ein Produkt der visuals united ag mit Sitz in Kaarst. Als Spezialist für bedruckte Böden bietet die visuals united AG Design, Druck sowie Produktentwicklung an. Weitere Infos: [www.fotoboden.de](http://www.fotoboden.de)



## Jörg Herzog, zogi Kollektionen in gekonntem Design

Unser Stand war die ganze Zeit voll belegt. Mehr geht kaum! Bei uns dreht sich wieder alles um elektronische Werbeartikel, die voll im Trend liegen. Nach der innovativen Produktlinie BASE, die Minimalismus und Individualismus gekonnt verbindet, steht auch bei den Neuheiten der Kollektionsgedanke im Vordergrund. So etwa beim Bluetooth-Speaker „Klangstoff“ und der Powerbank „Kraftstoff“, die sich in edlem, modischem Retro-Design präsentieren. Ganz stylish mit Stoff bezogen, sind sie perfekt aufeinander abgestimmt. Und schon jetzt ein Renner: Die Mütze mit integrierter, herausnehmbarer Stirnlampe, ein praktisches Accessoire für alle Outdoor-Fans.



Egal, ob Delfter Kacheln oder ein „Dinner for One“, Fotoboden kommt überall da zum Einsatz, wo gutes Design für einen zweckmäßigen Einsatz gefragt ist.



Die neue Veredelungstechnologie HXD macht das Motiv besonders und fügt ihm eine aufmerksamkeitsstarke Dreidimensionalität hinzu.



**Jan Breuer, mbw**

### Qualität und Sicherheit immer wichtiger

Zunächst mein Eindruck vom gesamten Stand: Der Dienstag war schwächer als im Vorjahr, dafür waren anschließend bei allen Firmen viel Energie zu spüren und es wurden lebhaftere Gespräche geführt. Was allen in der Choice-Gruppe aufgefallen ist: Der Kunde möchte mit gutem Gewissen werben, deshalb sind Qualität und Social Compliance auch hier auf der Messe wichtige Themen und wir haben uns auch in unseren Angeboten darauf eingestellt.

## Neue Dimensionen der Veredelung

PF Concept startet eindrucksvoll ins neue Jahr: Auf einem neuen Stand erhielten die Besucher einen klar und attraktiv gegliederten Einblick in die zahlreichen Produktwelten des Multi-Spezialisten. Unter den rund 10.000 verfügbaren Artikeln waren bemerkenswerte Neuheiten aus den Bereichen Technologie (Stichwort: Virtual Reality), Drinkware oder Premium-Marken (wie z. Bsp. Parker) vertreten. Und mit HXD präsentierte PF Concept eine neue Veredelungstechnologie, die Corporate Fashion und Werbekleidung in neue Dimensionen bringt. Dieses innovative Verfahren überzeugt vor allem durch seinen hohen Detailreichtum bei mehrfarbigen Motiven sowie einen 3D-Wow-Effekt. Auf diese Weise veredelt stehen Werbeatikel-Textilien modischen Kollektionen aus dem Fachhandel in nichts nach.

Mit HXD ist sogar eine trendige Metall-Optik möglich. Kunden haben die Wahl zwischen einem Metallic-, Chrom-, Gold- oder Silber-Finish. So wird das Logo zum glänzenden Hingucker. PF Concept bietet HXD auf fast allen Textilien aus seinem Portfolio an. Für die ideale Wirkung dieser Veredelung stehen die Servicemitarbeiter des Werbeatiklexperten gerne beratend zur Seite.

[www.pfconcept.com](http://www.pfconcept.com)



**Jukka-Pekka Kumpulainen,  
Nella Kumpulainen,  
Helsinki Woollen Sock Factory**

### Gelungene Premiere

Wir sind ein kleiner, traditioneller Familienbetrieb aus Finnland und spezialisiert auf die Produktion von Wollsocken. Es ist unsere erste Teilnahme als Aussteller auf der PSI und wir sind sehr begeistert. Hier ist wirklich eine Menge los. Unser Stand hat eine günstige Lage. Bei uns kommen einfach viele Besucher vorbei. Für uns ist es eine gelungene Premiere.



**Wojciech Pawlowski, badge4u**

### Gute Qualität der Gespräche

Obwohl die Quantität der Besuche an unserem Stand in diesem Jahr nicht ganz so gut war wie im vergangenen Jahr, sind wir mit der Qualität der Gespräche wirklich sehr zufrieden. Und das ist das Wichtigste für uns. Wenn wir die Quantität und die Qualität abwägen, dann kommen wir zu einem positiven Ergebnis. Dann hat sich unsere Teilnahme an der PSI gelohnt.



**Michael Schiffer  
Promotion**

Die Post-it®  
Fotoaktion  
sorgte für gute  
Laune am Stand.

## Fruchtbare Gespräche

Gut verlief die PSI in diesem Jahr auch wieder für die Michael Schiffer Promotion GmbH, die seit 2013 Post-it® Promotional Products in Exklusivlizenz für 3M in Europa vermarktet. „Wir sind sehr glücklich über die fruchtbaren Gespräche mit Händlern und ihren Kunden, neue Kontakte für Marketing und Vertrieb und überhaupt viele inspirierende Winddrücke von der gesamten Messe“, so Marketingleiterin Melanie Hesselmann. Die Botschaft „Für Ihre Marke: Besser das Original.“ (Englisch: Make your Brand: Look its best.), verbunden mit dem Post-it® Qualitäts-Markenversprechen fand in den Gesprächen am Stand relevante und willkommene Aufnahme. „Wir haben einige neue Anecdotes von Händlern gehört, die in Sachen Qualität keine Risiken mehr eingehen möchten. Nun stellen wir uns auf eine intensive Nachbereitung ein und gehen die neuen Projekte an, die der PSI folgen“, so Hesselmann weiter. Großen Anklang fand auch die Fotoaktion, die nochmals spielerisch an das Markenversprechen des Unternehmens erinnern sollte und für gute Stimmung am Stand sorgte. Alle Abgelichteten konnten post-wendend ihren eigenen Fotoaufsteller mit auf die Heimreise nehmen.

[www.promotion.michaelschiffer.com](http://www.promotion.michaelschiffer.com)



**Massimiliano Moro, Maxema**

### Gutes Feedback zur neuen Kampagne

In diesem Jahr sind leider weniger Besucher hier gewesen. Dafür können wir jedoch sagen, dass das Feedback der Besucher, die bei uns am Stand waren, durchweg gut war. Besonders freut uns, dass wir so tolle Rückmeldung zu unserer neuen Kampagne bekommen haben. Auch unser neues Standdesign ist sehr gut angekommen. Für mich steht das gesamte Konzept im Mittelpunkt. Das muss überzeugen. Ich denke, das ist uns gelungen.

## Neue Horizonte

Auch während der PSI 2017 präsentierte sich der Branchenintimus Klaus Beyer und langjährige Teilnehmer des skandinavischen Werbeartikelmarktes als PSI-Repräsentant an der Scandi Base in Halle 11, um Kontakte zu interessanten Herstellern, Lieferanten und Messeveranstaltern der nordischen Regionen Europas herzustellen. Im Fokus standen hierbei die qualitativ vielversprechenden Messen in Schweden, Norwegen, Finnland und Dänemark. Dazu zählen gegenwärtig die (allesamt auch für deutsche Aussteller geöffneten) Promotion Mässan des schwedischen Verbandes SBPA (Januar in Kista/Stockholm), die Nordic Profile in Jönköping/Schweden, die PWA Expo in Wanha Satama/Helsinki (Ende Januar und Ende August) sowie die ebenfalls in Finnland stattfindende „Fashion House“, die NBR (Norsk Branch Reklamerung

des norwegischen Werbeartikelverbandes und seit kurzem auch eine neue, „sehr interessante“ (Beyer) Messe im dänischen Odense: die MyVendo Fair (Anfang März). Dies ist lediglich ein Abriss der Messen, die Klaus Beyer im Portfolio hat und für die er für interessierte Partner die Betreuung, Organisation und Abwicklung einer Teilnahme übernimmt. Außerdem fungiert er seit Jüngstem auch Repräsentant bzw. Consultant bei Zogi, Halfar, Post it/Michael Schiffer und Pixika für Skandinavien. Wer mehr über den skandinavischen Markt und dessen Möglichkeiten erfahren möchte, kann sich direkt an Klaus Beyer wenden unter: Tel. +49 5824 985826, Mobil +49 172 7477262. [klaus@beyergmbh.com](mailto:klaus@beyergmbh.com)



Geballte Kenntnisse und Kontakte zum skandinavischen Werbeartikelmarkt vermittelt Branchenkenner Klaus Beyer.

**Scandi  
Base**



**Christoph Gawlytta, Myligacard**

### Tolles Feedback

Als Erstaussteller haben wir es mit unserem schönen, offenen Stand sehr gut getroffen. Auch die Nachbarn sind äußerst nett. Kompliment an dieser Stelle für die Organisation seitens PSI! Wir fühlen uns rundum gut betreut. Beeindruckt sind wir von der Resonanz für unser Produkt, die Myligacard, einer analogen App im Format einer Kreditkarte, die per raffiniertem und doch einfachen Schiebemechanismus zum Beispiel über die Spielpaarungen der Fußballbundesliga informiert. Das Prinzip lässt sich aber auch auf andere Themenbereiche übertragen. Aktuell im Programm haben wir auch Stundenplaner, Pollenflugkalender und eine Sprachkarte oder Displays für größere Veranstaltungen in verschiedenen Größen. Werblicher Mehrwert verspricht zudem die Platzierung von Produktinformationen, Anzeigen oder eines QR-Codes. Durch das tolle Feedback auf der Messe haben wir zudem weitere Anregungen erhalten.



## Schwan-STABILO

### Kreative Auszeit

Auch dieses Mal hatte sich der Schreibgerätehersteller Schwan-STABILO ein besonderes Standdesign einfallen lassen, das an sich dazu reizte, die Präsentation in Kubusform zu betreten, um sich die „Dauerbrenner“ und Neuheiten des Traditionsunternehmens einmal näher anzuschauen. Beim Stand handelte sich dabei um die kleinere Nachbildung des Firmengebäudes. Aber schon vor dem Stand setzte ein großes Tafelbild kreative Anreize zum so genannten „Adult Coloring“: ein Trend, dem das STABILO Ausmal-Set „Kreative Auszeit“ huldigt, das Erwachsenen die Möglichkeit bietet, sich beim Ausmalen künstlerischer Motive mit einer großen Auswahl an Farben des Fineliners STABILO point 88 zu entspannen. [www.stabilo-promotion.com](http://www.stabilo-promotion.com)



Peter Stelter, PF Concept

### Absolut zufrieden

Bislang sind wir absolut zufrieden mit dem Messeverlauf. Unser neues Portfolio umfasst rund 10.000 Produkte, darunter viele neue, wertige Artikel, mit denen wir Trends setzen, sei es im Bereich der Technik oder durch unsere neue, exklusive Veredelungstechnologie HXD, die Corporate Fashion und Werbebekleidung in neue Dimensionen bringt. Und dies ist nur ein kleiner Ausschnitt. Schon der starke Messebeginn stimmt hoffnungsfroh. Und auch auf den Industrietag sind wir sehr gespannt. Hier haben wir bereits vielversprechende Termine vorab fixiert, zu denen wir namhafte Firmen erwarten. Wir freuen uns auf das Treffen mit den so genannten Endkunden, um diesen einen ersten Eindruck von der thematischen Breite und qualitativen Tiefe unsres Portfolios vermitteln zu können.


**Musik**


## Unbedingt hörenswert ...

... waren die Darbietungen der Band „Trio Unbedingt“. Lead-Gitarrist, Bassist und Perkussionist sorgten gemeinsam für erlesene musikalische Akzente, sei es beim Mahlwerk-Café mit entspannenden Songs oder als Eröffnungsband der großen After Work Party am Ende des PSI-Auftakttages. Als Gitarrist und Sänger reüssierte dabei kein Unbekannter: Anselm Müller-Gastell, Sales Director bei Kicks Promotion, wurde als Künstler auf der PSI ebenso gefeiert wie auf vorherigen Branchenevents. Musik ist seit jeher seine Leidenschaft, die er neben dem Werbearbeitelgeschäft immer ausgelebt hat. Und in beidem ist er gleichermaßen professionell.

**Karin Pfrommer, Nestler**

### Technique meets design

Unsere innovativen elektronischen Produkte und Lifestyle-Artikel kommen bei den Kunden wieder sehr gut an. Alle Beratungsplätze sind durchgehend belegt. Als eines der Top-Produkte hat sich die „Soundbar“ erwiesen, unser neuer, cooler Bluetooth-Speaker in ausgefallenem Design. In diesem unserem PSI-FIRST-Produkt manifestiert sich sowohl unsere Positionierung „Technique meets design“ als auch unser Versprechen, dass bei Nestler Qualität, Preis und Leistung stimmen.





**Sektempfang:** Frank Schreiner von der JCK Holding, der Muttergesellschaft der Choice-Gruppe, begrüßte die Gäste zum Sektempfang.

## Ein Abend mit der Choice-Gruppe

Die Firmen der Choice-Gruppe FARE, Halfar, Daiber, Karlowsky, SND und mbw stehen traditionell für Qualität und Vielfalt. Das bewiesen sie auch in diesem Jahr wieder mit ihrem gemeinsamen Stand in Halle 12. Unabhängig davon, welches Unternehmen die Besucher ansteuerten – durch das verbindende Konzept hatten sie die Möglichkeit, alle übrigen Sortimente ebenfalls kennenzulernen. In der Mitte des Stands war eine stilvolle Cateringzone mit Relax- und Beratungsplätzen angesiedelt. Diese bildete am Mittwochabend eine perfekte Kulisse für den Sektempfang der Choice-Gruppe. Frank Schreiner von der JCK Holding, der Muttergesellschaft der Choice-Gruppe, begrüßte die Gäste und Messeteams zu dem Event. Im Anschluss an den Sektempfang ging es ausgelassen in ein griechisches Restaurant im urigen Stil, die Taverne Pegasos. Dort klang der Abend mit reichlich Speis und Trank aus.

**Ausgelassene Stimmung** beim Choice Abend: Rolf Daiber (links) und Kai Gminder.



**Stef van der Velde, Giving Europe**

### Drei Tage lang gut beschäftigt

Wir sind sehr zufrieden. Für uns war die PSI ausgesprochen erfolgreich. Wir hatten in diesem Jahr einen größeren Stand in einem neuen Look und mehr Besucher als das Jahr zuvor. Wie erfolgreich die Gespräche verlaufen sind, werden wir erst noch sehen. Auf jeden Fall waren wir drei Tage lang richtig gut beschäftigt. Allerdings sind wir auch sehr aktiv. Wir laden Händlerkunden aus unterschiedlichen Ländern ein und holen sie zur PSI. In diesem Jahr hatten wir verstärkt Besucher aus Südeuropa.

**14**

.....  
**Monate**  
 bleibt der  
 Werbeartikel  
 Schirm durch-  
 schnittlich bei

seinem Empfänger in Benutzung – und liegt damit noch vor Powerbanks (12 Monate). Zu diesem Ergebnis kam die Impression Study 2016 des Advertising Specialty Institute ASI.

**58 Prozent**

.....  
 britischer Marketingverantwortlicher würden gern mehr Geld für Werbeartikel ausgeben. Nur 38 Prozent dagegen für verbesserte Produktideen. Das hat eine vom britischen Verband BPMA in Auftrag gegebene Studie ergeben.

**9 von 10**

.....  
**Empfängern eines Werbeartikels** erinnern sich an das Branding, 8 von 10 an die Werbebotschaft auf mindestens einem Werbeartikel, den sie erhalten haben. Das hat die Consumer Study 2016 der PPAI (Promotional Products Association International) ergeben.

**Platz 1**

.....  
**der effektivsten Werbe-  
 kanäle** belegt laut der Consumer Study 2016 der PPAI generationenübergreifend der Werbeartikel.

**Jeder zehnte**

.....  
**Euro deutscher Werbeetats wird in Werbeartikel investiert.**

**Drei Viertel**

.....  
**der Lieferanten** (76 Prozent; Vorjahr 62 Prozent) und 67 Prozent (Vorjahr 60 Prozent) der Werbeartikelberater in Europa verzeichnen für 2016 einen Umsatzanstieg gegenüber 2015, so das PSI Branchenbarometer.

**3,47 Milliarden**

.....  
**Euro** haben deutsche Unternehmen im Geschäftsjahr 2016 für Werbeartikel ausgegeben. Diese vom GWW Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e. V. jüngst veröffentlichte Zahl bestätigt den konstant anhaltenden Trend der letzten Jahre.

# Packende Reiseideen!

JUST  
ONE  
FOR  
ALL<sup>2017</sup>

Immer eine  
Tasche in Reserve  
für mehr Gepäck!



Trolley-Tasche HEX  
56-0208615



Gehen Sie auf Entdeckungsreise im PromotionTops 2017  
oder unter [www.promotiontops.de](http://www.promotiontops.de) !

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

**INSPIRON**  
▶ TRADING IDEAS

Längst gilt die PSI Messe in der Modestadt Düsseldorf auch als Dreh- und Angelpunkt **trendiger Promotionsbekleidung**. Ob in der Freizeit, beim Sport oder der Arbeit: **Werbetextilen sind en vogue.**



## Hautnahe Werbung

Hand- und Duschtücher, wie sie bei Römer bestellt werden können, sind zu jeder Saison ein passendes und praktisches Geschenk. Sie sind vielfältig einsetzbar, ob zuhause, im Urlaub oder im Sauna- und Wellnessbereich. Zudem zeichnen sie sich bei entsprechender Qualität durch eine lange Haltbarkeit aus. Besonders effektiv werden die Tücher durch einen vollflächigen 4c-Digitaldruck. Ihr individuelles Design lässt sich bei Römer Wellness bereits ab 100 Stück umsetzen. Die Römer-Tücher sind aus 70 Prozent Baumwolle und 30 Prozent Polyester-Mikrofaser und in zwei Größen erhältlich.

PSI 51428 • Römer Wellness  
Tel +49 6541 812950  
info@roemer-wellness.de  
www.roemer-wellness.de  
<https://www.psiproductfinder.de/mjnkot>

PSI 47769 • Brumley Tex – Uwe Brumley e.K.  
Tel +49 2572 94301-0  
dennis@brumley-tex.de • www.brumley-tex.de  
<https://www.psiproductfinder.de/mzzlnt>



## Einfach und besser

Brumley Tex bietet mit dem B-Tex-Transfer den „besseren Siebdruck-Transfer für Textilien“. Mit den B-Tex-Transfers sparen die Kunden Zeit und verbessern ihre Angebotspalette. Die Vorteile des B-Tex-Transfers: Er ist haltbar auf fast allen Textilien, ein „Power-Transfer“ mit Sublistopschicht für Softshell. Er hat eine hohe Kantenschärfe, unbegrenzte Farbauswahl und kann somit jedes Kundenlogo exakt abbilden. Bei Erstbestellung gibt es zusätzliche Transfers für schnelle Nachbestellung, die überschüssigen Transfers werden anstelle fertig bedruckter Ware eingelagert. Außerdem: kein Entgittern, kein Plotten, sofort verpressen. Mehr Informationen und Gratis-Muster gibt es unter: [brumley-tex.de/b-tex-transfer/](http://brumley-tex.de/b-tex-transfer/)



PSI 42907 • Inspirion GmbH  
Tel +49 421 52270  
info@inspirion.eu • www.inspirion.eu  
<https://www.psiproductfinder.de/ndbmnj>

## Für kopflastige Botschaften

Mit dem Five-Panel-Cap Up To Date von Inspirion liegen Kunden voll im Trend. Der spannende Material-Mix sorgt für einen angenehmen Tragekomfort und macht die Kappe zum modischen Accessoire. Das Visier und das Frontsegment überzeugen in farbiger Canvas-Optik und der leichte Jersey-Stoff kommt am Hinterkopf gut zur Geltung. Dank farbig abgesetztem und größenverstellbarem Klettverschluss lässt sich die Headwear bequem an die Kopfform anpassen. Mit der Kopfbedeckung in sechs Farbkombinationen werden Mitarbeiter, Endkunden und Promoter zum Träger von Werbebotschaften.



PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG • Tel +49 7643 8010  
info@ksw24.com • www.ksw24.com  
<https://www.psiproductfinder.de/nty5nt>

## Erfrischung aus der Tasche

Ein Döschen, das in keiner (Hosen-)Tasche fehlen darf, gehört zum Angebot von Kalfany. Vor Meetings, auf Reisen oder in der Stadt, kleine Pfefferminzpastillen, Bonbons oder zum Beispiel auch Kaugummis sind immer eine willkommene Erfrischung. Viele (Marken-)Klassiker stehen zur Befüllung zur Wahl: unter anderem Kalfany Bonbons, Pulmoll-Halsbonbons, Kaugummi oder Pfefferminzpastillen. Die praktische und personalisierbare 20-Gramm-Werbedose gibt es in elf bunten Farben.

GEBEN SIE  
IHRER MARKE  
EINE **NEUE**  
**DIMENSION**



HXD steht für **H**igh Definition with an **eX**tra Dimension, eine einzigartige, neue Art der Werbeanbringung. HXD kombiniert die visuelle und hochwertige Eigenschaft eines 3D Sticks mit der Farbvielfalt und Detailtreue eines Transfers auf einem Emblem. HXD ist eine einzigartige Möglichkeit der Logoumsetzung, um Ihre Marke in Szene zu setzen.

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



PSI 45737 • Giving Europe GmbH  
Tel +49 421 5965970  
kontakt@givingeurope.de  
www.givingeurope.de  
<https://www.psiproductfinder.de/nda1nt>

## Kopfsache

Im aktuellen Sortiment von Giving Europe findet sich eine stylische zweifarbige Baseball-Cap (Schwarz/Weiß, Rot/Weiß, Grün/Weiß oder Blau/Weiß). Durch die in fünf Panels abgenähten Segmente ergibt sich eine harmonische Kugelform, die sich der Form des Kopfes gut anpasst. Der Verschluss lässt sich dank Klettband individuell verstellen. Das Material besteht aus Polyester, welches so gut wie keine Feuchtigkeit aufnimmt und außerdem reiß- und scheuerfest ist. Die Werbung wird mittels Sieb- oder Transferdruck aufgebracht.



PSI 46918 • Topkapi Tessuti S.r.l.  
Tel +39 031 563668  
info@topkapitessuti.it • www.topkapitessuti.it  
[www.psiproductfinder.de/njkyot](http://www.psiproductfinder.de/njkyot)

## Italienische Eleganz

Dieses Set von Topkapi Tessuti aus Krawatte und Schal mit smart platziertem Kundenlogo zeichnet sich aus durch italienische Eleganz. Die gewobene Jacquardkrawatte aus edlem Seidensatin koordiniert mit einem feinen Chiffonschal, ebenfalls aus Seide, passt perfekt für jeden Messeauftritt. Die hochwertigen Accessoires werden ausschließlich in Italien hergestellt und sind laut Hersteller mit Ausstatterqualität zu vergleichen. Die Mindestabnahmemenge beträgt 50 Stück.



PSI 40940 • IGRO Import- und Großhandels GmbH • Tel +49 6432 91420  
info@igro.com • www.igro.com  
<https://www.psiproductfinder.de/nzhlng>

## Abtrocknen mit Pep

Geschirrtücher müssen nicht langweilig sein, meinen jedenfalls die Designer von Igro, die eine neue Kollektion an Geschirrtüchern entworfen haben. Die frischen und frechen Druckmotive auf hochwertigen Materialien machen aus der ungeliebten Küchenarbeit ein kurzweiliges Vergnügen. Über solche Werbegeschenke, die die Arbeit versüßen, freut sich der Kunde. Reine Baumwolle in hochwertiger 170 Gramm/Quadratmeter Qualität sorgt für schnelle und gute Ergebnisse beim Abtrocknen. Die Geschirrtücher im Standardmaß 50 x 70 Zentimeter können individuell bedruckt werden.



NEVER FULLY  
DRESSED



DENIM  
PRO CAP  
MB6624

WITHOUT  
MB



## Pfiffige Idee

Eine gelungene Kombination zwischen einer Powerbank und einem herkömmlichen Notizbuch ist der türkischen Firma CPI gelungen. Das Produkt ist brandneu und kann ab sofort unter der Bezeichnung CPIBOOK bestellt werden. Mit dem gleichen Kabel lassen sich sowohl Android, als auch IOS Geräte laden. Die Abmessung beträgt 21 x 13,5 Zentimeter. Zur Auswahl stehen verschiedene Farben.

PSI 49490 • CPI Dis Ticaret Ve San. Tic. LTD.  
STI • Tel +90 212 5442138  
tolga@cpipromo.net • www.cpipromo.net  
<https://www.psiproductfinder.de/ztlinz>

## Have a Look

Neues Jahr, neuer Look, unter dieser Prämisse hat mbw die Kollektion Bodo Bär & Co aus der MiniFeet® Familie neu gestylt. Zu haben sind Shirts in zwölf starken Farben in den Größen von S bis XXL sowie dazu passende Schals. Da sollte jeder das Passende finden und wer gerne experimentiert, der mixt Schal und Shirt in unterschiedlichen Farben. Die kuscheligen Kerlchen für alle Lebenslagen kommen auf Wunsch mit T-Shirt, Krawatte oder Schal daher. Um keinen Trend zu verpassen oder eine individuelle Message in den Fokus zu rücken, können die Styles der wilden Bande natürlich individuell durch Druck veredelt werden.



PSI 42020 • mbw Vertriebsges. mbH  
Tel +49 4606 94020  
info@mbw.sh • www.mbw.sh  
<https://www.psiproductfinder.de/ngq4mj>



PSI 45471 • Promodoro Fashion GmbH  
Tel +49 211 9090000  
melanie.schuster@promodoro.de  
www.promodoro.de  
<https://www.psiproductfinder.de/yme2zg>

## Pflegeleicht und hautfreundlich

Das Highlight aus der Promodoro Kollektion 2017 ist das Poplin-Hemd für Damen und Herren, in Lang- und Kurzarmausführung, erhältlich in den Größen von XS bis 5XL. Die Poplin-Hemden sind aus einem pflegeleichten Mischgewebe hergestellt und bis 60 Grad Celsius waschbar. Eine weitere Besonderheit ist die Veredelungsmöglichkeit mit dem „Do your own Placket“-Konzept, mit dem die Knopfleiste nach Kundenwunsch gestaltet werden kann.



PSI 49888 • Reviermanufaktur GmbH  
 Tel +49 234 459303-83  
 info@reviermanufaktur.de  
 www.reviermanufaktur.de  
<https://www.psiproductfinder.de/zmrhot>

### Always in focus

Handy, Portemonnaie und vor allem Schlüssel – ohne diese 3 Dinge verlässt kaum jemand sein Zuhause. Umso interessanter ist es, so einen Alltagsbegleiter gleichzeitig auch als Werbeträger zu verwenden. Eine feine Lasergravur oder ein vollflächiger Druck ermöglichen es, den „Keykeeper“ mit persönlichem Design zu verzieren. Auf diese Art und Weise tragen Mitarbeiter und Kunden die Marke des Werbenden immer in der Hosentasche, eben „always in focus“. Durch seinen neuartigen Look zieht der individuelle „Keykeeper“ sämtliche Blicke auf sich. Der als eingetragenes Warenzeichen gesicherte „Keykeeper“ ist „Made in Germany“. Hochwertige Verarbeitung und sorgfältige Materialauswahl sowie eine Vielzahl von Oberflächen zeichnen ihn aus.



PSI 48917 • Promo-House  
 Tel +48 12 4114242  
 info1@krawaty.info • www.krawaty.info  
<https://www.psiproductfinder.de/ngrmz>

### Die Kunst des Details

Einstecktücher waren ursprünglich für praktische Zwecke gedacht. Männer verwendeten sie, um damit ihre Jacketts oder sogar ihre Schuhe zu säubern. Heutzutage dürfen Einstecktücher im Kleiderschrank des modebewussten Mannes nicht fehlen. Die Tücher sind ein kleines Detail, das jeden Anzug perfekt ergänzt, und gleichzeitig ein stilvolles Accessoire. Promo-House bietet Einstecktücher aus den feinsten und modernsten Stoffen, wie z. B. Seide, Wolle, Modal oder Kombinationen davon. Veredelt wird durch Siebdruck, Digitaldruck aber auch Handbemalung. Die Einstecktücher sind elegant von Hand gesäumt und werden einzeln verpackt angeboten.

## Ausmal-Set Ostern



**NEU!**

Ein Malerlebnis mit 3 Finelinern aus Biokunststoff und 6 Päckchen-Anhänger in Osterei-Form zum Ausmalen. Einleger individuell gestaltbar.

## Steckfigur Osterhase



**NEU!**

Die Steckfigur Osterhase aus Holz und Filz findet in der transparenten Tüte Platz. Der Einleger kann auf beiden Seiten komplett individuell bedruckt werden.



PSI 48792 • Moleskine B2B Distribution  
D/A/CH • Tel +49 40 609459900  
moleskine@exclusive-gifts.com  
www.exclusive-gifts.de  
<https://www.psiproductfinder.de/njm2zd>

## Elegant reisen

In Anlehnung an das legendäre Moleskine Notizbuch ist der Gepäckanhänger des Unternehmens mit einem elastischen Verschlussband ausgestattet und bietet innen Platz für die Angaben Name, Anschrift und Finderlohn. Er ist in klassischem Schwarz oder den auffälligen Signalfarben Himmelblau, Limettengrün oder Magenta erhältlich. Das Format: 9,7 x 6 cm, fester Einband mit abgerundeten Ecken und Verschlussband. Mögliche Veredelungsarten sind Logo-Prägung oder Siebdruck.



PSI 44972 • Invictus Vertriebs-GmbH  
Tel +43 1 8696616  
invictus@krawatten.at • www.krawatten.at  
<https://www.psiproductfinder.de/zjawnd>

## Frische und Vitalität

Invictus empfiehlt Krawatten und Tücher in der offiziell von Pantone gekürten „Color of the Year 2017“ Greenery. Das saftige Hellgrün Greenery signalisiert Frische und Vitalität und symbolisiert das Wiedererwachen der Natur im Frühjahr. Seidenaccessoires in diesem inspirierenden Farbton eignen sich bestens als dezent eingesetzte Eyecatcher, ideal für Kunden die ein modisches Statement setzen möchten. Eine breite Auswahl aktueller Dessins ist als Sonderanfertigung lieferbar, selbstverständlich auch andere Farbkombinationen. Die Individualisierung kann mittels Jacquard-Einwebung, Druck oder Etikett und Verpackung erfolgen.

## 100 Prozent Fairtrade

Das tschechische Unternehmen Sale steuert zwei Vorschläge zum Monatsthema Textilien bei. Beide Produkte – eine Küchenschürze und eine Baumwoll-Tragetasche – sind komplett aus nachhaltigen „Fairtrade organic“-Materialien hergestellt und lassen sich ganz nach Wunsch bedrucken. Wer also mit umweltverträglicher Werbung punkten will, ist hier bei Sale bestens aufgehoben.



PSI 49617 • Sale s.r.o.  
Tel +420 777 151946  
martin.kozubek@sale-ostrava.cz  
www.sale-ostrava.cz  
<https://www.psiproductfinder.de/mwu3yt>

vacu  
vin



Korkenzieher



Snackspender



Tomatenbox



Ausgießer



Kühlmanschette



Bread&Dip  
Servierschale

TOMORROW'S  
KITCHEN

RB  
Roll-Up.Bayern

Präsentations-Tische  
ab 64,50 €

inkl. Druck und Tasche

Roll-Up  
ab 24,95 €

inkl. Druck und Tasche

Individuelle  
Maßanfertigung

Franz-Aletsee-Straße 5  
86381 Krumbach  
info@roll-up.bayern



Roll-Up „Color“

in Wunsch-Ral-Farbe lackiert

4c bedruckte Brandingleiste

absolut blickdicht

B1 zertifiziert

60 cm - 300 cm Breite

Banner einfach austauschbar

Ab 117,51 €

inkl. Druck und Tasche

www.roll-up.bayern



100 %  
made in



HERKA frottier

Wir weben Vielfalt



Hohe Qualität  
Kurze Lieferzeiten  
geringe  
Mindestmengen

HERKA GmbH  
Herkaweg 1, 3851 Kautzen  
+43 2864 2317  
office@herka-frottier.at  
www.herka-frottier.at



PSI 49873 • Button-King – eine Marke der  
Heldenwerbung GmbH  
Tel +49 30 220128410  
angelo.grodzki@button-king.de  
www.button-king.de  
<https://www.psiproductfinder.de/nwjmot>

## Premium-Buttons

Button-King produziert für die Werbemittelindustrie Premium-Buttons in verschiedenen Größen und Formen. Ob rund, quadratisch oder rechteckig, Buttons bieten eine günstige und effektive Möglichkeit, bei seiner Zielgruppe permanent präsent zu sein. So lassen sie sich sehr gut an Kleidungsstücken oder auch an Rucksäcken und Caps befestigen. Alle Buttons von Button-King.de werden in Stückzahlen von 1 bis 100.000 Stück und mehr direkt am Unternehmensstandort in Deutschland hergestellt. Dadurch sind kurze Lieferzeiten und eine hohe Qualität garantiert. Optional werden dabei alle Produkte verkaufsfertig konfektioniert und verpackt versendet. PSI Mitglieder profitieren zusätzlich von besonders günstigen Konditionen und besonderem Service.



PSI 46991 • Thermopatch GmbH  
Tel +49 441 380210  
contact@thermopatch.de  
www.thermopatch.de  
<https://www.psiproductfinder.de/owm2zd>

## Farbenfroh bis ins Detail

Für mehrfarbige, detaillierte Werbebotschaften oder Firmenlogos auf elastischen Textilien wurde von Thermopatch das Flex-Colour-Transfer entwickelt. Für dauerhaft brillante Farben und beeindruckende Farbverläufe sorgt der hoch auflösende Full-Colour-Druck, sogar für originalgetreue Abbildungen von Fotos. Diese Siebdruck-Transfers sind leicht zu verarbeiten und unkompliziert zu pflegen. Flex-Colour-Transfers sind bis 60 Grad Celsius waschbar. Die Trägerfolie kann sofort nach dem Patchvorgang abgezogen werden, eine Abkühlzeit ist nicht erforderlich. Die Mindestbestellmenge beträgt 25 Stück.



PSI 46913 • Malgrado fashion & promotion  
GmbH • Tel +49 2207 704090  
s.rueth@malgrado.de • www.malgrado.de  
<https://www.psiproductfinder.de/ngiyow>

## Caps mit Kultcharakter

Caps sind die Allrounder unter den Werbemitteln, universell und zugleich auch äußerst vielseitig mit Modellen für jeden Einsatzbereich. Ab einer Stückzahl von 1.000 Stück produziert Malgrado Caps in jedem gewünschten Material, individueller Form und spezieller Farbe. Die Veredelung erfolgt je nach Wunsch als Stick, Patch, Druck oder Applikation. Zudem fertigt das Unternehmen individuelle Eigenlabel im Kundendesign. So werden aus jeder Produktion trendige und modische Accessoires.

# AUSWAHL, GESTALTUNG UND GENIEßEN

Einzigartig in Europa  
und ab jetzt lieferbar bei:

**ARACO**  
INTERNATIONAL

Kleine Anzahlen komplett nach Ihrem eigenem Design in einer hochwertigen Qualität  
Ab jetzt ist es kein Problem mehr. Es ist nun möglich über Ihren Lieferanten Reaktiv bedruckte  
Produkte zu bestellen. Diese neue Technik ermöglicht, dass Artikel aus 100 % Baumwolle  
mit einem Fullcolour Alloverdruck versehen werden können.



## SCHRITT 1: AUSWAHL

Mit welchem Produkt möchten Sie werben:

### ERHÄLTICH AB 25 STÜCK:

- ★ T-SHIRTS - 165gr/m<sup>2</sup> Jersey Baumwolle
- ★ BLUSEN - 120 gr/m<sup>2</sup> Poplin easy care
- ★ TANKTOPS - 165 gr/m<sup>2</sup> Jersey Baumwolle
- ★ HANDTÜCHER - 330 gr/m<sup>2</sup> oder 440gr/m<sup>2</sup> Baumwolle

### ERHÄLTICH AB 100 STÜCK:

- ★ TASCHEN - 165gr/m<sup>2</sup> - Jersey Baumwolle

## SCHRITT 2: GESTALTUNG

Fühlen Sie sich frei in der Gestaltung des Artikels. Es  
ist möglich die Baumwollartikel ganzflächig Fullcolour  
zu bedrucken.

- ★ Fullcolour Druck auf Vorder- und Rückseite ?
- ★ Personalisierung per Stück ?
- ★ Ärmel bedrucken oder unbedruckt lassen ?
- ★ mit eigenbedrucktem Nackenband ?

**SIE HABEN DIE WAHL !**



## SCHRITT 3: GENIEßEN

Nachdem wir die Freigabe für den Entwurf von Ihnen  
erhalten haben, wird die Produktion gestartet.  
Nach 4-6 Wochen erhalten Sie dann Ihr eigenes  
designtes Produkt.

## NEUGIERIG GEWORDEN ?

Dann besuchen Sie unsere Seite [www.araco.nl](http://www.araco.nl)  
für unsere Preise.



**NILTON'S**



PSI 45721 • Masas Metal Ambalaj  
Tel +90 444 3198  
masas@masas.com.tr • www.masas.com.tr  
<https://www.psiproductfinder.de/ytexmt>

## Dekorative Metall Dosen

Das türkische Unternehmen Masas bietet dekorative und trendige Metall Dosen. Mit den Verpackungslösungen von Masas werden Produkte gekonnt in Szene gesetzt. Außergewöhnliches Design und ein großes Angebot an verschiedenen Verpackungen machen es möglich, Produkte elegant und stilvoll zu präsentieren oder für besondere Anlässe eine ganz besondere Note zu verleihen. Alle von Masas verwendeten Materialien sind ISO 9001 und ISO 22000 zertifiziert und sind somit gesundheits- und umweltfreundlich. Durch den Rohstoff des Produkts – Weißblech – entstehen beim Recycling keine Abfälle oder Abfallprodukte.



PSI 46925 • Pins & mehr GmbH & Co. KG  
Tel +49 8233 79312-0  
info@pinsundmehr.de • www.pinsundmehr.de  
<https://www.psiproductfinder.de/zjuzmm>

## Klassischer Werbemix

Neben den Klassikern Pins, Lanyards, Schlüsselanhänger oder Einkaufswagenchips für den Einsatz auf Messe, Tagung, Kultur- oder Sport-Event findet sich bei Pins & mehr auch der Original Triggi®, der als Triggi®plus auch als Kundenbindungstool eingesetzt werden kann. Beste Umsetzung für das werbliche Motiv ist durch die langjährige Erfahrung und den Rundum-Service von Pins & mehr gewährleistet. Bei den Bayern werden zudem individuelle Promotions- und Merchandise-Artikel nach Kundenwunsch gefertigt. Nähere Infos gibt's direkt beim Unternehmen.

## Mehr an Sicherheit

Die zum Sortiment von Lumitoys gehörende ultraleichte Gürteltasche mit LEDs und zusätzlichen Reflektorstreifen ist durch ihren hohen Tragekomfort besonders für (Outdoor-) Sportler geeignet. Trotz des schmalen Schnittes bietet sie genug Platz, um beispielsweise Schlüssel oder Geld sicher hinter dem Reißverschluss zu verstauen. Das größenverstellbare, breite Flexi-Band ist mit einem großen Schnellverschluss ausgestattet, der selbst mit Handschuhen einfach zu bedienen ist. Für das absolute Mehr an Sicherheit, insbesondere bei Dunkelheit, sorgen die LEDs mit integrierten Leuchtstreifen.

PSI 46095 • Lumitoys-GmbH  
Tel +49 2331 3775450  
info@lumitoys.de • www.lumitoys.de  
<https://www.psiproductfinder.de/njayzj>



# PSI SHOWROOM



Sprechen Sie uns an.  
Wir beraten Sie gerne!

## Online Katalog, Imagerträger 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.

Jens Plass  
Project Manager PSI  
☎ +49 211 90 191-297 / ☎ -185  
✉ jens.plass@reedexpo.de

## TROCKNET SCHWEISS UND MANCHMAL AUCH DIE TRÄNEN.

UNSER MIKROFASER-SPORTTUCH SAUGT  
LOCKER DIE **DREIFACHE MENGE**  
SEINES EIGENGEWICHTS AN FLÜSSIGKEIT AUF!



- ✓ LEICHTE UND WEICHE MIKROFASERN
- ✓ SCHNELLTROCKNEND
- ✓ BESTE QUALITÄT UND VERARBEITUNG



SPORTTUCH UND BEUTEL BEDRUCKBAR.  
MAXIMALE DRUCKFLÄCHE 14 X 9 CM

OEKO-TEX®  
CONFIDENCE IN TEXTILES  
**STANDARD 100**  
A08-0261 HOHENSTEIN HTTI  
Geprüft auf Schadstoffe.  
www.oeko-tex.com/standard100

## PSI Supplier Finder 1/2017 – Jetzt Einträge aktualisieren

Der PSI Supplier Finder ist für Händler eine verlässliche Quelle bei der Suche nach geeigneten PSI Lieferanten. Wer im PSI Supplier Finder steht, wird gefunden. Das offizielle Lieferantenverzeichnis des PSI erscheint zweimal im Jahr und wird an alle PSI Werbeartikelhändler versandt. Neben Unternehmensstammdaten enthält es auch wichtige Informationen wie Warengruppen, erlangte Zertifizierungen und eine kompakte Übersicht der TOP 150 Lieferanten im PSI Netzwerk. Schon jetzt können PSI Mitglieder (Hersteller und Lieferanten) ihre Einträge in der ersten Ausgabe des Supplier Finders 2017 sichern. Noch bis 3. Mai 2017 können Einträge vorgenommen werden. Unter <https://www.psiproductfinder.de/de/account/profile> können sich PSI Mitglieder mit ihren PSI Zugangsdaten einloggen, um das Onlineformular zu bearbeiten.



## Personalien



### Außendienst verstärkt

Den persönlichen Kontakt mit Geschäftspartnern vor Ort zu pflegen, gehört zu den Service-Leistungen, die der Vim Solution GmbH seit Jahren sehr wichtig sind. Das servicestarke Unternehmensteam wird aktuell ergänzt von **Samir Halilovic**. „Mit ihm konnten wir einen branchenerfahrenen, kommunikationsfreudigen Außendienstmitarbeiter gewinnen“, so Michael Liebhaber von der Geschäftsleitung. [www.vim-solution.com](http://www.vim-solution.com)

**Vim Solution**

### Puchtler geht, Fischer kommt

Die Geschäftsführung der Giving Europe BV hat die Zusammenarbeit mit dem Geschäftsführer der Giving Europe GmbH, Michael Puchtler beendet. Wegen unterschiedlicher Auffassungen in Bezug auf zukünftige Entwicklungen haben beide Parteien beschlossen, getrennte Weg zu gehen. **Olaf Fischer** hat nun offiziell die Aufgaben von Puchtler übernommen. [www.givingeurope.com](http://www.givingeurope.com)



**Giving Europe**

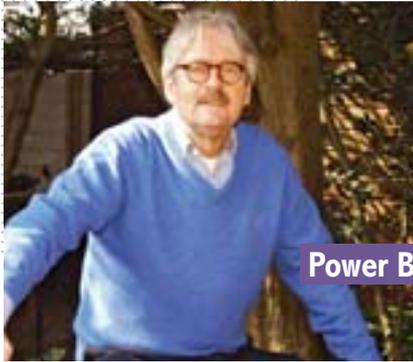


**Gunnar Sprinkmann**

Beim Drink-Safe handelt es sich um ein Flaschenschloss mit Zahlencode, das PET-Trinkflaschen verwechslungssicher und fest verschließt.

## Sicherheit beim Trinken

Die Werbemittelprofis der Gunnar Sprinkmann GmbH haben den Exklusivvertrieb für den Drink-Safe in Deutschland gestartet. Dabei handelt es sich um ein Flaschenschloss mit Zahlencode, das PET-Trinkflaschen fest verschließt und Durstige somit vor Krankheitserregern schützt. „Der Drink-Safe gibt einem ein sichereres Gefühl beim Trinken“, so Geschäftsführer Gunnar Sprinkmann. „Überall, wo Menschen zusammentreffen, gemeinsam arbeiten oder ihre Freizeit gestalten, werden Trinkflaschen genutzt und ab und zu auch verwechselt. Genau dort erfüllt der Drink-Safe seinen Zweck.“ Sicherheit bietet das Produkt durch ein Zahlen Schloss sowie durch Personalisierung: Kennzeichnet man nämlich das PET-Flaschenschloss mit seinem Namen oder einem Foto wird die eigene Trinkflasche unverwechselbar. Der Drink-Safe passt auf rund 80 Prozent der handelsüblichen PET-Flaschen und ist vor allem für die Getränkeindustrie und die Gesundheitsbranche als Werbeartikel interessant, bleibt jedoch nicht auf diese beschränkt. Mehr zum Thema finden Sie in der nächsten Ausgabe des PSI-Journals. [www.sprinkmann.de](http://www.sprinkmann.de)



Power Brands

Thomas Hendriksen

### Hendriksen neuer Gesellschafter

Power Brands begrüßt mit Thomas Hendriksen einen neuen Gesellschafter. Das niederländische Unternehmen im Besitz von Alexander van den Berg ist Hersteller von Markclip und bekannten Artikeln wie Tapler sowie Drink Tray und bereits seit 30 Jahren auf dem Markt aktiv. Power Brands hat die Produktion und den Verkauf in Polen angesiedelt, um sich am Markt stärker und flexibler zu positionieren. „Power Brands ist ein vielversprechendes Unternehmen, für das meine Kreativität, mein Wissen und meine Erfahrung genau zum richtigen Zeitpunkt kommen. Alexander und ich kennen uns schon sehr lange und unsere jeweiligen Fähigkeiten und Erfahrungen ergänzen sich gegenseitig. Ich habe vollstes Vertrauen in ihn, in die Belegschaft und in dieses Unternehmen. Es ist schlank und schlagkräftig und das Verkaufsnetz erstreckt sich über 54 Länder. Wir wollen für Händler noch viel interessanter werden, als wir es im Moment sind“, so Hendriksen. [www.powerbrands.com](http://www.powerbrands.com)

### Neue Key Account Managerin

Die CD-LUX GmbH baut ihr Key Account Management weiter aus. Ab sofort verstärkt **Eva Pletl** die Experten für süße Werbemittel bei der Kundenbetreuung in Deutschland. Sie verfügt über langjährige Erfahrung im Verkauf und zeichnet sich durch eine hohe Kunden- und Serviceorientierung aus. Künftig wird sie als Key Account Managerin für Kunden von A bis G verantwortlich sein. [www.cd-lux.de](http://www.cd-lux.de)

CD-LUX



### Neue Vertriebsleitung

Der Werbeartikelspezialist für Getränke, Bio TeaSticks sowie Kosmetik- und Hygieneprodukte, Sanders Imagetools, hat seine langjährige Mitarbeiterin **Birgit Neyer** zur Leiterin des Vertriebsteams ernannt. Geschäftsführer Stefan Fleischmann: „Seit nunmehr 16 Jahren schätzen wir sie als kompetente Ansprechpartnerin. Sie steht unseren Kunden für alle Vertriebsanliegen zur Verfügung.“ [www.imagetools.com](http://www.imagetools.com)

Sanders Imagetools



### Umfirmierung – IPPAG wird zu Prominate

Die IPPAG Global Promotions entstand vor sechs Jahren aus der IPPAC Cooperative mit der Vision, Partner aus aller Welt darauf auszurichten, Werbe- und Markenartikelprogramme mit einer klaren markengeführten Perspektive und Vorgehensweise bereitzustellen. Da IPPAG Cooperative und IPPAG Global Promotions unter demselben Namen operierten, wurde es für IPPAG Global Promotions notwendig, seine Position deutlich aufzuzeigen und die offensichtlichen Unterschiede zwischen den beiden Organisationen herauszustellen. Jetzt hat sich IPPAG Global Promotions umbenannt, um ein neues Kapitel seiner globalen Entwicklung zu markieren, und heißt von nun an Prominate. Emily Grice, Chief Client Officer, erklärt: „Wir waren auf der Suche nach einer Identität, die unsere einzigartige Präsenz rund um den Globus und vor Ort besser widerspiegelt, eine Präsenz, die es uns erlaubt, auf regionales Fachwissen und lokale Sichtweisen zurückzugreifen. Eine kühnere marktführende Identität war vonnöten im Hinblick auf die ständig wachsende Anzahl globaler Marken, die wir bedienen.“

IPPAG

[www.prominate.com](http://www.prominate.com)



Es war bereits die 18. Hausmesse der Röhrs Werbe-Service GmbH. Doch war es die letzte unter der Ägide von Horst Holzschneider, der sein Unternehmen nun der Moll-Gruppe anvertraut hat, die das für Röhrs sinnbildliche Markenzeichen des in Magenta leuchtenden Kängurus übernimmt.

## Röhrs Werbe-Service

# Das Känguru springt weiter

Branche



Übergabe im Zeichen des Kängurus (v.l.): Mirco Hässlich, Horst Holzschneider, Alex Heinecke.

**S**omit stand der diesjährige „KänguruWerbe-Tag“ unter ganz besonderen Vorzeichen, denn es war auch der Tag der Staffelübergabe des langjährigen Geschäftsführers Horst Holzschneider in die Hände der neuen Leitung, vertreten durch Mirco Hässlich, Geschäftsführender Gesellschafter der Moll Logistik GmbH und Alex Heinecke, Geschäftsführer der WER GmbH, unter dem Schirm der Moll-Gruppe, der neben den weiteren Unternehmen Koch Promotion, Aus-

tria Promotion, Presit, Hanse Promotion und Moll Promotion sich nun auch die Röhrs Werbe-Service GmbH als achte Business-Unit sich eingliedert.

### Moll-Gruppe übernimmt

„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 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“, so Horst Holzschneider, der der Moll Gruppe weiter in beratender Funktion zur Verfügung stehen wird. Die bisherigen Röhrs-Teammitglieder Ariane Lercher sowie Anja Korczak werden ein Teil des Team der WER GmbH.

### Känguru hat sich etabliert

In den vergangenen 18 Jahren hat es Horst Holzschneider geschafft, sein Unternehmen zu einem gefragten Partner der werbenden Wirtschaft in Düsseldorf und weit über die Grenzen der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt hinaus zu machen. Die gleichzeitig mit der damaligen Übernahme veranstaltete Röhrs-Hausmesse war die erste Werbeartikelmesse des Bundeslandes. Und seit 16 Jahren firmiert das Känguru als Logo des Unternehmens und hilft den Kunden auf die Sprünge. Horst Holzschneider und seinem Team ist es gelungen, das magentafarbene Beuteltier in dieser Zeit als Marke für erstklassige Werbemittel, umfassenden Service und intensive Beratung mit stetig wachsendem Erfolg zu etablieren.

### Markenkern wird übernommen

„Auf der Suche nach einem Unternehmensnachfolger habe ich extern und intern verschiedene Gespräche geführt und habe mich dann letztlich für einen Bewerber aus der Branche entschieden“, erzählt uns Horst Holzschneider. Er und Mirco Hässlich, der Leiter der Moll-Gruppe, kannten sich schon seit längerem und sind sich auf Händlerebene seither „immer sehr fair“ begegnet. Hässlich lobt denn auch die „von Anfang an sehr offene und partnerschaftliche Kommunikation“ im Zuge der Verhandlungen: „Die Seriosität des Unternehmens war uns bei der Übernahme natürlich sehr wichtig. Und hier gab es bei der Röhrs Werbe-Service GmbH eine wirklich sehr gute Basis. In der Branche gibt es unsres Erachtens wenige, die ihren Job so service- und kundenorientiert wie Herr Holzschneider machen. Deshalb sind wir auch sehr froh, dass wir heute hier mit stehen dürfen“, kommentiert Mirco Hässlich. „Das Qualitätslevel und die Unternehmensphilosophie passen absolut mit der unseren zusammen. Auch wir pflegen ein intensives, persönliches Verhältnis zu unseren Kunden und sehen uns wie Horst Holzschneider in der Konzeption in erster Linie als Berater der Kunden, nicht als Beschaffer von Werbeartikeln. Der ‚KänguruWerbeTag‘ ist eine Institution in Düsseldorf. Wir planen diesen mitsamt seinem Markenkern auch zu übernehmen“, äußert sich Hässlich.

### „Der Blick fürs Wesentliche“

Der „KänguruWerbeTag“ selbst ging nach einem erfolgreichen Geschäftsjahr erneut mit vielen Ideen und Impulsen für werbetreibende Unternehmen über die Bühne. An bekannter und bewährter Stätte, der Veranstaltungsebene im Finanzkaufhaus der Stadtsparkasse Düsseldorf, zeigten 35 Aussteller – darunter viele namhafte Markenanbieter – die Trends und Highlights des neuen Werbeartikeljahres. Zu Gast waren rund 130 Unternehmen mit circa 270 Personen, die sich unter dem Motto „Der Blick fürs Wesentliche“ ausführlich über die Qualitäten der neuen Produkte informierten, betreut vom servicestarken Röhrs-Team. In seiner Begrüßung äußerte der scheidende Chef Horst Holzschneider den Wunsch „dass das Röhrs-Känguru auch in Zukunft immer so einen prall gefüllten Beutel wie bisher bereithält“. In diesem Sinne: Auf weitere gute (Werbe-)Sprünge! <



Den „Blick für Wesentliche“ gegenständlicher Werbung schärfen die Röhrs-Lieferantenpartner beim Kunden.



Auch dazu sind Werbeartikel gut: sie bringen Licht in die Finsternis.



Branchenprofi Stefan Endter (Mitte), zuletzt bei Stelton und zuvor bei Texet, hat zu Februarbeginn bei Senator angeheuert und ist nun für die Groß-Biebereauer im Norden Deutschlands aktiv.

Am 7. und 8. Februar tagte der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) in Offenbach. Auf der Tagesordnung standen neben Berichten zur Verbandsarbeit auch Vorträge zu werbeartikelaffinen Themen. Überraschend kündigte der amtierende Vorsitzende Patrick Politze seinen Rücktritt an und gab die Wahl von Frank Dangmann zu seinem Nachfolger bekannt.



Nach erfolgter Konsolidierung und Neuausrichtung wird der GWW auch 2017 die Verbandsziele konsequent weiterverfolgen.

## GWW Jahreshauptversammlung 2017

# Geballte Informationen und eine Überraschung

**A**m ersten Sitzungstag im Achat Plaza Hotel in der imposanten Kulisse des alten Schlachthofgeländes trafen sich zunächst die Sektionen, um ihre Aufgaben weiter auszuarbeiten und die Selbstfindung des noch jungen Gesamtverbands als Interessenvertretung der deutschen Werbeartikelbranche voranzutreiben. Am Folgetag standen zunächst die Finanzen, Aktivitäten und Ziele des GWW im Fokus. Fachvorträge rundeten den prall gefüllten Sitzungstag ab.

### Wachstum und gute Finanzlage

Bereits die Berichte zur Wirtschaftslage 2015 und 2016 dokumentierten die gute finanzielle Verfassung des Verbandes, die ausreichend Spielraum für die anstehenden Projekte lässt. Entsprechend fiel die Entlastung von Vorstand und Geschäftsführung einstimmig aus. Dass der Ver-

band mit 28 Neumitgliedern auf inzwischen 320 Firmen angewachsen ist, erhöht die Durchschlagskraft der Branchenvertretung, die im Berichtszeitraum auf eine ganze Reihe erfolgreicher Vorhaben zurückblicken kann: Hierzu gehört die Zusammenarbeit mit dem Institut für Steuern in Berlin und dem ZAW, die weiter fortgeführt werden soll. Beim Besuch von Lothar Binding (MdB, Finanzpolitischer Sprecher der SPD) auf der Trend sowie in zahlreichen Gesprächen mit Politikern, Verbänden und Institutionen konnte die Branche ihre Probleme und Anliegen erläutern. Ein wichtiger Schritt war die Einbindung der Branchenpositionen in das BGA-Positionspapier zur Bundestagswahl. Zudem standen im Jahr 2016 die Konsolidierung und Neuausrichtung des Verbandes im Vordergrund. Aus den Statements des GWW-Vorsitzenden Patrick Politze und des Geschäftsführers Ralf Samuel sowie den Berichten der Vorstandsmitglieder Jürgen Geiger (AK Digitalisierung), Manfred Schlösser (AK Politische Arbeit), Ronald Eckert

(AK Qualitätssicherung) und Frank Dangmann (AK Compliance) lassen sich die folgenden Handlungsfelder und wichtigsten Ziele der künftigen Verbandsarbeit ableiten.

### Konkrete Zielsetzungen

- Schaffung von Markttransparenz durch Studien (Fortschreibung des Werbeartikel-Monitors und der Werbewirkungsstudie)
- Abwehr überzogener Compliance-Regeln unter anderem durch die Entwicklung eines Compliance-Leitfadens
- Intensivierung der Qualitätsoffensive im Sinne von „Verbandsmitgliedschaft als Qualitätssiegel“
- Optimierung der Newsweek und der Trend sowie die Mitgestaltung des neuen PSI-Messekonzepts
- Ausbau des Service- und Leistungsspektrums für Mitglieder, auch im Bereich Digitalisierung. Mitgliedervorteile durch Kooperationen und Sonderkonditionen.
- Kommunikationsmaßnahmen „Pro Werbeartikel“.
- Intensivere Zusammenarbeit mit Hochschulen
- Seminare und Schulungen
- Verstärkte Mitgliederakquise

Konkret werden die entsprechenden Arbeitskreise in allen Themenbereichen Empfehlungen und Vorschläge für das weitere Vorgehen erarbeiten. Mit besonderem Interesse verfolgten die Tagungsteilnehmer den Bericht von PSI-Geschäftsführer Michael Freter zur diesjährigen PSI Messe, die bei allen relevanten Parametern ein deutliches Plus erzielte. Im Fokus der Aufmerksamkeit stand jedoch der Verlauf des ersten Industriekudentags. Das Konzept war vom AK Messen des GWW erarbeitet worden und soll in diesem Kreise auch weiterentwickelt werden.

### Industrietag-Konzept wird diskutiert

„Wir haben uns strikt an unsere Regeln gehalten und alle abgewiesen, die keine Einladung vorweisen konnten. Es gab praktisch keine organisatorischen Probleme und keine besonderen Vorkommnisse. Allerdings müssen bei Ausstellern und Händlern noch Learnings stattfinden“, so die erste Einschätzung Freters. So müssten die Besucher besser erfasst werden, denn das Scannen der Industriekunden vereinfache das Procedere und stärke den Händler. Er befürwortete unter anderem mehr Konsequenz der Aussteller beim Pricing und ein respektvolles Miteinander der einladenden Händler. Insgesamt kann der Industriekudentag als positiv bewertet werden. Aus Sicht der Kunden ist es jedoch sehr wichtig, auf der Messe von einem Händler betreut zu werden. Dies äußerten 70 Prozent der Befragten. Auf der Basis der PSI-Befragungen sowie einer baldigen GWW-Umfrage werde man zeitnah im AK Messen die anstehenden Themen diskutieren.

### Wechsel an der GWW-Spitze

Mit einer Überraschung wartete Patrick Politze auf: Er wird zum 30. Juni 2017 sein Amt als Vorstandsvorsitzender des GWW niederlegen. „Nach elf Jahren Verbandsarbeit in GWW und BWL ist die Zeit für einen Wechsel gekommen“, sagte Politze. Seine Nachfolge wird Frank Dangmann zum 1. Juli 2017 antreten. Dangmann gehört bereits seit 2015 dem GWW-Vorstand an. Er war bis Oktober bei Lamy als Prokurist verantwortlich für den Geschäftsbereich Promotion Produkte Europa sowie das Industriegeschäft. „Wir brauchen an der Verbandsspitze eine Persönlichkeit mit Branchenerfahrung, die unsere vielfältigen Aufgaben professionell und mit objektivem Blick in Angriff nimmt. Deswegen ist die Wahl auf Frank Dangmann gefallen“, erklärte Politze die Entscheidung. Wie die Satzung bei Personalwechsel innerhalb der Wahlperiode vorsieht, hat der Vorstand den neuen Vorsitzenden gewählt, und zwar einstimmig. Bei den regulären Vorstandswahlen im kommenden Jahr wird sich Dangmann nach derzeitigem Stand der Dinge den Mitgliedern zur Wahl stellen. „Ich habe großen Respekt vor der Leistung von Patrick Politze, der einen Verband in sehr guter Verfassung verlässt und freue mich auf die Herausforderung, seine Arbeit weiterzuführen“, so der zukünftige Vorsitzende. Patrick Politze wurde zum Ehrenvorsitzenden des GWW ernannt.

### Branchenrelevantes Fachwissen

Der Nachmittag war ganz den Sachthemen gewidmet. Zunächst stellte Prof. Dr. Hans Rück von der Hochschule Worms den neuen Compliance-Leitfaden vor, der sich an Berater wie auch an die Industrie richtet. Flankierend zu allen anderen Maßnahmen soll der Leitfaden allen Marktteilnehmern Faktenwissen vermitteln und dadurch Wettbewerbsnachteile für den Werbeartikel durch überzogene Compliance-Regeln verhindern. Anschließend diskutierten Dr. Janine v. Wolfersdorff (Institut Finanzen und Steuern), Michael Pleines (Ferrero Deutschland) Torsten Sandkühler (Leiter der Steuerabteilung der BNP Paribas D-A) sowie Thomas Eigenthaler, Bundesvorsitzender der Deutschen Steuergewerkschaft (DSTG) die jüngsten Entwicklungen im Steuerrecht. Über die strafrechtlichen Folgen beim Vertrieb nicht verkehrsfähiger Produkte referierte RA Dr. Arun Kapoor. RA Thomas Roßbach (Geschäftsführer RAL Deutschland) erläuterte den Mehrwert eines RAL Gütezeichens, das auch für die Werbeartikelwirtschaft denkbar wäre. Der nachdenklich machende Vortrag von Prof. Dr. Ronnie Schöb (FU Berlin) „Die EU vor der Zerreißprobe“ beschloss die Tagung.



Patrick Politze übergibt zum 1. Juli 2017 den GWW-Vorsitz an Vorstandsmitglied Frank Dangmann.



Jürgen Geiger



Manfred Schlösser



Michael Freter



Ronald Eckert

Die Produkte, die wir hier vorstellen, haben eines gemeinsam: Sie sind nützliche wie auch ständige **Begleiter** in unserer mobilen Gesellschaft – und bieten als ansehnliche **Werbeträger** so die Möglichkeit, die transportierte Botschaft weit und lange in die Welt hinein zu tragen.

### Ducati-Traum

Die Geschichte des Unternehmens Ducati begann 1926 in Bologna in Italien. Die weltweit schönsten Motorräder sind das Ergebnis einer tiefen Verbundenheit zum Motorradrennsport und vor allem einer großen Leidenschaft. Sie bringen höchstes Können zum Ausdruck und bestechen durch ein unverwechselbares Design. Geschmeidige und flexible Linien in Verbindung mit beständiger Qualität und zeitloser Eleganz setzen einen unverwechselbaren Standard. BSC freut sich deshalb sehr darüber, dieses Konzept mit dem Ducati-Trolley umsetzen zu dürfen. Der Trolley aus robustem ABS-Kunststoff ist in drei Farben erhältlich, ca. 50 cm hoch, verfügt über vier Doppelrollen, einen in zwei Fächer unterteilten Innenraum, ein seitliches Schließfach sowie einen oberen und seitlichen Haltegriff mit praktischem Silikongriff.



PSI 48383 • BSC SPA  
Tel +39 541 811511  
garzia@bsc incentive.com  
www.bsc incentive.com  
<https://www.psiproductfinder.de/ogq2mt>

## Koffer, Taschen, Lederwaren

PSI 41853 • Frank Bürsten GmbH  
Tel +49 7673 888650  
info@frank-brushes.de • www.frank-brushes.de  
<https://www.psiproductfinder.de/mzzhod>



### Ganz in Leder

Das hochwertige Schuhpflegeset aus dem Hause Frank Bürsten, verpackt im ansprechenden schwarzen Etui aus Rindsleder, schätzen Kunden zu Hause und auf Reisen. Das Set besteht aus zwei Glanzbürsten, die mit 100 Prozent Rosshaar besteckt sind, einer neutralen und einer schwarzen Schuhcreme, zwei Poliertüchern und einem Schuhanzieher. Das edle Lederetui ist mit einem Druckknopf verschließbar. Bei diesem Schuhpflegeset werden Qualität, Optik und Nutzen zu einer Einheit miteinander verschmolzen. Auf Wunsch platziert Frank Bürsten Firmen- oder Werbelogos auf den Bürsten und/oder den Poliertüchern.



PSI 47998 • Jute statt Plastik e.K.  
 Tel +49 431 97999674  
 info@jute-statt-plastik.de  
 www.jute-statt-plastik.de  
<https://www.psiproductfinder.de/njc4nz>

## Langlebige Jute

Das Unternehmen Jute statt Plastik e.K. hat Jutetaschen kreiert, die „mehr sind als ein traditioneller Einkaufsbeutel“. Produziert werden die hochwertigen, pflegeleichten Taschen als Präsentverpackung, langlebige Einkaufstaschen oder Handtaschen für den täglichen Gebrauch. Das Modell JB1313 aus robustem Jutegewebe verfügt über 60 Zentimeter lange, rundgewebte Komfort-Baumwolltragegriffe für ein bequemes Tragen in der Hand und über der Schulter. Das Jutegewebe eignet sich ideal für personalisierte Drucke und Bestickungen.



PSI 49617 • Sale s.r.o.  
 Tel +420 777 151946  
 martin.kozubek@sale-ostrava.cz  
 www.sale-ostrava.cz  
<https://www.psiproductfinder.de/mwu3yt>

## Schmuckes Kästchen

Ein äußerst smartes Schmuckkästchen hat der tschechische Lieferant Sale im Sortiment. Die Schatulle wird nach Kundenwunsch maßgefertigt und kombiniert die Materialien Leder und Velour. Innen ist ein kleiner Spiegel angebracht.



Freizeit Rucksack   
 Doming



**Günstiger  
 gut drucken geht nicht.**

Sichern Sie sich Preisvorteile durch hauseigenen Siebdruck mit moderner Lasertechnik.

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



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

## Perfekt verstaut

Auf Reisen immer gut beraten sind Business(wo)men mit dem praktischen Kleidersack von Global Innovations. Passend für bis zu drei Anzüge oder Kostüme ist dieser Kleidersack ein absolutes Muss für alle, die viel unterwegs sind. Zusammenfaltbar zur Tragetasche bleibt die Kleidung knitterfrei und lässt sich trotzdem einfach und praktisch transportieren. Der Kunde kann seine Wunschfarbe und Veredelung selbst auswählen. Als Spezialist für Sonderanfertigungen gestaltet Global Innovations den idealen, individuellen Reisebegleiter.



PSI 41990 • Joytex GmbH & Co. KG  
Tel +49 2872 95060  
info@joytex.de • www.joytex.de  
<https://www.psiproductfinder.de/zjfmz>

## Vielseitig

Wer auf der Suche nach der idealen Werbetasche ist, wird mit Sicherheit bei Joytex fündig. Zum Beispiel bietet die beliebte Tasche Lisboa aus PP-Non-Woven Material genügend Platz für Ordner oder den alltäglichen Einkauf im Supermarkt – lange Werbewirkung inklusive. Durch ihre langen Henkel lässt sich die Tasche bequem auf der Schulter tragen. Erhältlich ist Lisboa in 22 verschiedenen Farbkombinationen. Kurzfristige Lieferzeiten sind möglich, da alle Taschen von Joytex bereits seit 30 Jahren in der eigenen Siebdruckerei in bis zu sechs Farben bedruckt werden.



PSI 43892 • Römer Präsente  
Tel +49 6541 81290  
info@roemer-praesente.de  
www.roemer-praesente.de  
<https://www.psiproductfinder.de/yzc0ym>

## Der etwas andere Reisekoffer

Auf der Suche nach einem passenden Präsent rund um das Thema Koffer oder Taschen sollte man einen Blick in das Angebot von Römer Präsente werfen. Denn da findet sich etwas Ausgefallenes: der gefüllte Reisekoffer. Mit dem Kartonagen-Koffer im Vintage Look kann es direkt losgehen, denn der Koffer ist vollgepackt bis unter den Rand: 500 Gramm Vollkornbrot, 300 Gramm Salami 1a, 45 Milliliter Senf und 40 Milliliter leckerer Apfel-Likör lassen das Schlemmer-Herz höher schlagen. Mit einem Aufkleber lässt sich eine Werbebotschaft prominent auf dem Koffer anbringen.

reisenthel.

*Keep it easy*



carrybag®



shopper M



mini maxi shopper pocket



mini maxi duffelbag



toiletbag

*easy branding  
with our  
Corporate gifts*

[thel.com/corporate-gifts">reisenthel.com/corporate-gifts](https://reisen<span style=)



PSI 45666 • Halfar System GmbH  
Tel +49 521 982440  
info@halfar.com • www.halfar.com  
<https://www.psiproductfinder.de/ntyyji>

## Neue Führungspersönlichkeit

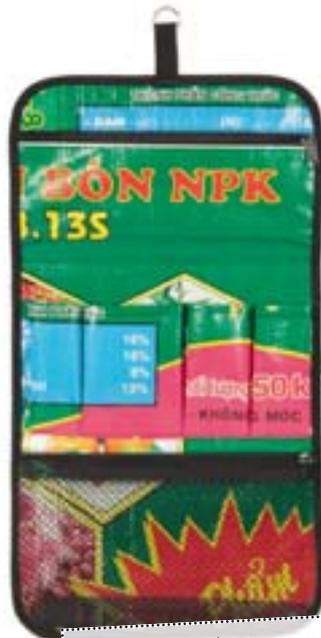
Der Taschenspezialist Halfar präsentierte zur PSI 2017 seine neue „Führungspersönlichkeit“ unter den Business-Rucksäcken: Lead, der Notebook-Rucksack. Was macht ihn zu einem der Besten im Businessaschen-Sortiment der Bielefelder? Auf den ersten Blick zeigt sich der Lead unaufgeregt – und gerade das macht ihn so aufregend. Seine Farbe: Mattschwarz. Sein Schnitt: geradlinig. Seine Verarbeitung: aufwändig. Seine Funktionalität: perfekt. Vor allem das mattschwarze TPE, also das thermoplastische Elastomer, ist prägend für das hochwertige Erscheinungsbild des Lead.



PSI 49686 • Steuber GmbH  
Tel +49 8067 8830  
Claudia.Michaelis@steuber.de • www.steuber.de  
<https://www.psiproductfinder.de/mwflzd>

## Einkaufen als Vergnügen

Bei den Einkaufskörben von Steuber sind der Vielfalt keine Grenzen gesetzt. Alle Körbe haben einen robusten Aluminiumrahmen, strapazierfähiges Gewebe, einen weich ummantelten Griff, sind faltbar und halten 15 Kilogramm Last aus. Zur Auswahl stehen Modelle mit Innen- oder Außentasche, sehr hochwertige Varianten oder Körbe mit Kühlfunktion. Auch eine strapazierfähige Tasche findet sich im Sortiment. Es sind jeweils vier Designs auf Lager, weitere Farben und Muster gibt es auf Anfrage.



PSI 49795 • Reciclage  
Tel +49 6023 943375  
info@reciclage.de • www.reciclage.de  
<https://www.psiproductfinder.de/yjfiw>

## Natur und Kultur

Zu den unverzichtbaren Sport- und Reiseaccessoires gehört zweifellos der Kulturbeutel, wie er auch zum Sortiment von Reciclage gehört. Aber es gibt hier eine Besonderheit, denn das Material ist zu 100 Prozent recycelt. Damit möchte der Anbieter nicht nur wertvolle Ressourcen schonen, sondern denjenigen, die den Umweltgedanken verinnerlicht haben, nachhaltige Produkte anbieten.



PSI 46519 • DNS Kai-Uwe Neth  
 Tel +49 30 78713388  
 berlin@dns-design.de • www.dns-design.de  
<https://www.psiproductfinder.de/nde5yt>

## Tasche zum Aufrollen

Eine Tasche braucht man immer und überall: nautiloop – die aufrollbare Tasche von DNS Design entwickelt und gestaltet, ist praktisch, handlich und nachhaltig. Mit einem Volumen von etwa 15 Litern lässt sich die Umhängetasche aufgerollt in dem smarten Gehäuse verstauen. Mit dem kleinen Alukarabiner kann der nautiloop überall angehängt werden. Auch ein im Gehäuse integrierter Chip für den Einkaufswagen ist immer dabei. Der Artikel ist die langlebige Alternative zur Plastiktüte und als individuelles Werbemittel bestens geeignet.



Sag's mit Taschen:



Taschen und Werbung – ein perfektes Paar



**HALFAR**

Starke Taschen.

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



PSI 41108 • Staedtler Mars GmbH & Co. KG  
 Tel +49 911 9365514  
 info@staedtler-promotional.de  
 www.staedtler-promotional.de  
 https://www.psiproductfinder.de/yji4zt

## Stil zeigen

Zeichen setzen, Spuren hinterlassen und dem persönlichen Stil eine exklusive Note verleihen: Der Corium Individuum von Staedtler bietet die Möglichkeit der individuellen Bedruckung feinsten Leders und erhält so ein unverwechselbares, einzigartiges Gesicht. Während die Veredelung den Füller oder Tintenroller optisch zum Unikat macht, sorgt die Haptik des Leders für ein unvergleichliches Schreibgefühl. Als Premium-präsent, das sich unter anderem ideal für Jubiläen oder als Prämie für treue Kunden einsetzen lässt, ist der Corium Individuum bereits ab einem Stück erhältlich.



PSI 44668 • R. Cermak – Minitaschenlampen  
 Tel +49 7231 106105  
 info@penlights.de • www.penlights.de  
 https://www.psiproductfinder.de/njhlyz

## Nie mehr im Dunkeln

Das hilflose Herumtasten im Dunkeln nach einem zum Beispiel heruntergefallenen Geldstück ist vorbei, wenn Magic, die Minitaschenlampe mit Schlüsselanhänger von Cermak zur Hand ist. Dieses stylische und kleine Accessoire eignet sich hervorragend zum Mitführen in der Handtasche oder am Schlüsselbund. Für gutes Licht sorgt die sehr helle, weiße Nichia LED.



PSI 43917 • Sofrie S.A.  
 Tel +33 1 43112222  
 addex@sofrie.com • www.addex.com  
 https://www.psiproductfinder.de/zty3yz

## Breit aufgestellt

Im Sortiment von Sofrie sollte jeder fündig werden, der nach einer passenden Tasche für den Transport von Notebooks, Zubehör, Sportutensilien oder Dingen des täglichen Bedarfs sucht. Zu haben ist beispielsweise das Modell 904PNG, eine Notebooktasche, die besonders durch ansprechendes Design und perfekte Funktionalität auffällt. Das trifft auch auf das Modell 902PNG zu, auch hier geht es um das sichere Verstauen von modernen Kommunikationsmitteln. Weiter erhältlich ist auch eine stylische Sporttasche, die unter der Artikelnummer 933PNG bestellt werden kann.



# HOP TOP SHOW

18., 22., 24. & 25.03.2017  
MESSEGELÄNDE ESSEN

*Passepartout*

HALLE 6,  
BEGINN 20.00 UHR

Jetzt Tickets online buchen!



**EQUITANA**  
WELTMESSE DES PFERDESSPORTS  
**2017**

[WWW.HOP-TOP-SHOW.COM](http://WWW.HOP-TOP-SHOW.COM)

Organised by  
 Reed Exhibitions





PSI 46311 • Troika Germany GmbH  
 Tel +49 2662 95110  
 d.roether@troika.de • www.troika.org  
<https://www.psiproductfinder.de/mmrhyw>

## Alles in Ordnung

Ideal für aufgeräumte Naturen präsentiert sich das Organizer-Etui namens „Alles in Ordnung“ von Troika. Kabel, Adapter und Ladegeräte, Schminkutensilien, Reiseapotheke: Das Etui organisiert den Alltag unterwegs und zuhause. Mit seinem stabilen Hardcover schützt es einfach alles, worauf man Wert legt. Reißverschluss, drei Innenfächer, sechs Elastikband-Schlaufen und die innere Trennwand sind Gestaltungsmerkmale des praktischen Begleiters. Die Werbung kann per Gravur auf der Rückseite platziert werden.



PSI 49402 • Polskie Karty Sp. z o.o.  
 Tel. +48 12 415 11 45  
 info@plasticcards.zone  
 www.plasticcards.zone  
<https://www.psiproductfinder.de/yjkyym>

## Grenzenlose Möglichkeiten

Sind Sie auf der Suche nach einem schicken Anhänger für Ihren Koffer? Dann könnten die Gepäckanhänger von Polskie Karty genau das Richtige für Sie sein. Die Gepäckanhänger aus Kunststoff sind äußerst langlebig, aber dennoch leicht. Sie sind bunt, matt, glänzend, glitzernd oder in Spotlackierung erhältlich. Die Gestaltungsmöglichkeiten für ausgefallene, witzige oder elegante kundenindividuelle Gepäckanhänger sind nahezu grenzenlos.



PSI 43917 • Sofrie S.A.  
 Tel +33 1 43112222  
 addex@sofrie.com • www.addex.com  
<https://www.psiproductfinder.de/zty3yz>

## Gut gerüstet

Wer viel unterwegs ist, sollte Reiseutensilien nutzen, die nicht nur funktional, sondern auch hochwertig sind. Solche Produkte liefert das Unternehmen Sofrie in vielen Varianten. Besonders die Lederartikel im Sortiment erfreuen sich großer Beliebtheit. Zu haben sind von der Brieftasche über Schreibmappen bis hin zu Dokumententaschen diverse Modelle in verschiedenen Ausführungen und Designs.

# TAKUINO®

Simply classy.  
Simply evergreen.



PSI 49795 • Reciclage  
Tel +49 6023 943375  
info@reciclage.de • www.reciclage.de  
<https://www.psiproductfinder.de/yjfizw>

## Der Umwelt zuliebe

Umweltprojekte kann es nach Meinung von Reciclage gar nicht genug geben. So werden Taschen und Wohnaccessoires aus Recycling-Materialien liebevoll in sozialen Projekten upcycled und von Reciclage in Form von Design und Vertrieb unterstützt. Angeboten wird unter anderem eine Lunchbag aus Plane. Echtes Kunsthandwerk mit sozialem Hintergrund ist dagegen ein Projekt in Brasilien: Bei einer Kooperative beschäftigte Jugendliche und Frauen verwerten alte Zeitungen und verwandeln diese in qualitativ hochwertige Rohmaterialien, die dann zu praktischen Präsentverpackungen für Weinflaschen verarbeitet werden.



PSI 45737 • Giving Europe GmbH  
Tel +49 421 5965970  
kontakt@givingeurope.de  
www.givingeurope.de  
<https://www.psiproductfinder.de/nda1nt>

## Für jeden Anlass

Giving Europe kann eine praktische Dokumententasche liefern, die für jeden Anlass eingesetzt werden kann. Nicht zu klassisch und nicht zu sportlich präsentiert sie sich in schlichtem Schwarz, was zu allem passt. Als Material wurde widerstandsfähiges 600D Polyester gewählt, welches so gut wie keine Feuchtigkeit aufnimmt und gut reiß- und scheuerfest ist. Die Größe (32 x 40 x 10,5 Zentimeter) ermöglicht das problemlose Verstauen von DIN A4 Formaten. Werbeanbringung wird mittels Sieb- oder Transferdruck in Szene gesetzt.

# DN®

Notebooks, diaries and much more.  
Italian made since 1930.

Giuseppe Di Natale S.p.A.  
[www.dn-dinatale.it](http://www.dn-dinatale.it)  
[dn@dn-dinatale.it](mailto:dn@dn-dinatale.it)



PSI 42907 • Inspirion GmbH  
 Tel +49 421 5227-0  
 info@inspirion.eu • www.checkin-world.com  
 www.promotiontops.eu  
<https://www.psiproductfinder.de/ndbmj>

## Leichter reisen

Das Trolley-Set Cork des Bremer Gepäckspezialisten Check.In überzeugt beim Reisen durch unbeschwerte Leichtigkeit. Die federleichten Hartschalen-Koffer aus 100 Prozent Polycarbonat sind zugleich strapazierfähig und stoßfest. Das Material bietet optimalen Schutz gegen äußere Widerstände und macht Cork zu einem robusten Reisebegleiter. Zudem ist die matte Oberfläche unempfindlich gegenüber Kratzern und Fingerabdrücken. Das dreiteilige Gepäck-Set präsentiert für Familienurlaub, Geschäftsreise oder Kurztrip die passenden Koffergrößen. Alle Rollkoffer verfügen über eine gewichtsoptimierte Ausstattung mit einem arretier- und versenkbaren Trolleygestell aus Aluminium. Dazu gehören auch beidseitige Packmöglichkeiten mit Raumteiler und Packgurt im Innerraum. Das Leichtlauf-Fahrwerk mit einem Radius von 360 Grad sorgt für grenzenlose Bewegungsfreiheit und ermöglicht ein entspanntes Manövrieren. Größtmögliche Sicherheit bei Reisen in die USA und Großbritannien bietet das TSA-Schloss. Das Trolley-Set Cork der Marke Check.In ist in vier Farben ab sofort auch bei Inspirion erhältlich.



PSI 41847 • Hardenbruch - Alexander Hein e.K.  
 Tel +49 5551 4069360  
 info@hardenbruch.de • www.hardenbruch.de  
<https://www.psiproductfinder.de/zweymm>

## Neue Serie

Wo auch immer man einchecken möchte: Mit den Taschen der neuen Impulse-Serie von Halfar reist jedermann Business Class. Bestehend aus dem Notebook-Rucksack und der neuen Roll-Reisetasche ist der Geschäftsreisende komplett ausgestattet. Die schwarzen Taschen sind hochwertig verarbeitet und werden somit zu idealen Begleitern zu Meetings, Kongressen oder auch einfach in den Urlaub. Notebook, Handy, Unterlagen, Zeitschriften, Snacks und alles, was man griffbereit haben möchte, finden in dem Rucksack einen stilvollen Aufbewahrungsort.

## Nach Belieben

Hardenbruch präsentiert hochwertige Kunstledertaschen (Made in Germany). Die Taschen eignen sich nicht nur für Werkzeuge, sondern können individuell für jegliche Art von Nutzen angepasst werden. Hardenbruch veredelt die Taschen auf Wunsch mit einer edel anmutenden Werbeprägung.



PSI 45666 • Halfar System GmbH  
 Tel +49 521 982440  
 info@halfar.com • www.halfar.com  
<https://www.psiproductfinder.de/ntyjyj>



PSI 44488 • S. R. Brothers  
 Tel +44 20 89745252  
 info@srbrothers.com • www.srbrothers.com  
<https://www.psiproductfinder.de/nmvkn2>

## Echt hochwertig

Das Unternehmen S. R. Brothers bietet eine komplette Kollektion an besonders hochwertigen Lederartikeln an. Unter anderem findet sich darin eine Tasche aus bestem Rindsleder in zwei Ausführungen: zum einen als Herren-, zum anderen als Damenmodell. Aufgrund des hochwertigen Materials und der hervorragenden Verarbeitung eignen sich die Taschen als besonders niveauvolle Werbegabe.



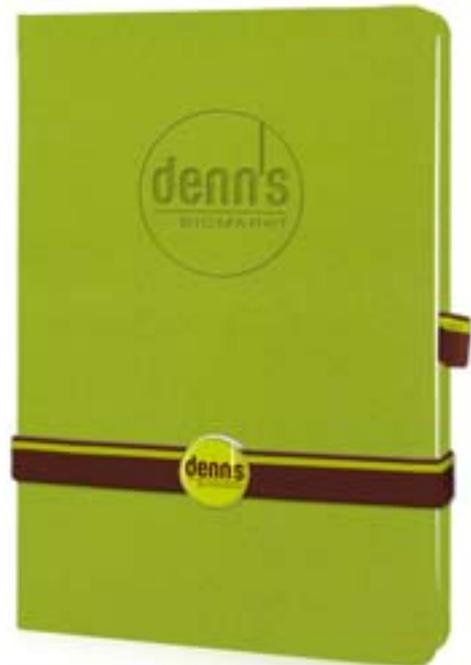
PSI 46356 • Nihao GmbH  
 Tel + 49 711 6336 541  
 stuttgart@nihao-bags.com  
 www.nihao-bags.com  
<https://www.psiproductfinder.de/mzfknd>

## Ausgefallene Designs

Die Nihao GmbH bietet die Alternative für Sonderanfertigungen von Taschen aus Lkw-Plane, die mit attraktivem Preis und gleichzeitig bewährt hohem Qualitätsstandard punktet. Ausgefallene Designs – unter anderem durch lebendige Alloverdrucke – und präzise Detailgestaltung ermöglichen eine nahezu grenzenlose Gestaltungsvielfalt. Der Werbeartikelhandel bestimmt selbst den jeweiligen Ausstattungsumfang sowie die Planenstärke und beeinflusst somit maßgeblich das anzustrebende Preisniveau.

# Lanybook®

EINZIGARTIG  
 IN AUSSTATTUNG,  
 QUALITÄT UND  
 DESIGN.



Nachhaltigkeit – ehrlich und sympathisch.  
 Notizbuch hergestellt aus Teilen des Apfels.

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

## Lediberggroup

IVORY COLLECTION  Lanybook® Castelli digital solution

Lediberg GmbH | [www.lediberg.de](http://www.lediberg.de) | [info@lediberg.de](mailto:info@lediberg.de)



PSI 48792 • Moleskine B2B Distribution D/A/CH  
 Tel +49 40 609459900  
 moleskine@exclusive-gifts.com  
 www.exclusive-gifts.de  
<https://www.psiproductfinder.de/njm2zd>

## Mit Moleskine reisen

Inspiziert vom Design des klassischen Moleskine Notizbuchs begeistert nun auch der klassische Rucksack mit den typischen Merkmalen: elegantes Schwarz mit elfenbeinfarbenem Innenfutter und abgerundeten Ecken. Der komfortable Rucksack aus wasserabweisendem Material verfügt über eine gepolsterte Rückseite, verstellbare Schultergurte mit Schnalle, zwei Seitentaschen und zwei Innentaschen. Veredelt wird auf Wunsch im 1c-Siebdruck.



PSI 41462 • Spranz GmbH  
 Tel +49 261 984880  
 info@spranz.de • www.spranz.de  
[www.psiproductfinder.de/zjqxnt](http://www.psiproductfinder.de/zjqxnt)



PSI 40807 • Gabriele Bühring  
 Tel +49 4154 79540-0  
 Vertrieb@Buehring-Shop.com  
 www.buehring-shop.com  
<https://www.psiproductfinder.de/yymynj>

## Natürlich und edel

Die Spezialisten von Spranz offerieren zum Thema zwei Führerscheintaschen der Serie Creativ Design®. Die Führerscheintasche „Nature“ aus dem nachwachsendem Rohstoff Kork ist ideal für Elektro/Hybrid oder andere aus ökologischen Gründen beworbene Fahrzeuge oder Kampagnen. Innen mit RFID hemmender Folie ausgestattet schirmt sie Karten besser vor Datendiebstahl ab. Die Führerscheintasche LaserSeries „Laser-Papers“ kommt sehr edel und haptisch anspruchsvoll daher und ist ebenfalls innen mit RFID hemmender Folie ausgestattet.

## Farbenfroh

Die Schüttelbörse „Shuffle“ von Bühring ist ein attraktives Accessoire mit lang anhaltender Werbewirkung. Die farbenfrohe Geldbörse wird projektbezogen in Indien hergestellt. Individuelle Gestaltungswünsche können hierbei berücksichtigt werden. Die Farbtöne werden mit dem Kunden abgestimmt. Auf Leder wird eine dezente Blindprägung für Werbeanbringungen empfohlen. Der indische Lieferantenpartner von Bühring ist seit 2014 durch SGS nach SA 8000 zertifiziert. Die Lieferzeit beträgt bei kleineren Mengen ca. sechs Wochen nach Muster- und Logofreigabe, abhängig von der Menge und der Verfügbarkeit der Farbe.



PSI 42811 • Boomerang S.A. (Citizen Green)  
 Tel +49 9369 9849974  
 office@citizengreen.de • www.citizengreen.de  
<https://www.psiproductfinder.de/ymjhzw>

### Als Tasche wiedergeboren

Selbst Technikorientierte achten inzwischen auf die Umwelt. Für sie ist die Notebook-Umhängetasche Reborn CGB1531 von Boomerang deshalb genau die richtige Wahl. Das Außenmaterial besteht aus 100 Prozent recyceltem PET und schont so Rohstoffressourcen. Das Innenfach ist gepolstert, eine Netzzinnentasche mit Stiftschlaufen hält den Kleinkram zusammen. Und die aufgesetzte Reißverschlusstasche verwahrt nötige Papiere. Zur Serie Reborn gehören auch noch eine Hand-Notebooktasche, ein gepolsterter Rucksack, eine Sport- und Reisetasche sowie ein zweirädriger Koffer.



PSI 46311 • Troika Germany GmbH  
 Tel +49 2662 95110  
 d.roether@troika.de • www.troika.org  
<https://www.psiproductfinder.de/mmrhwy>

### Elegantes Reiseaccessoire

Das elegante Etui für Reisedokumente von Troika kommt in Briefumschlaggröße daher und geht mit seinem Besitzer auf Entdeckungsreise. Mit Platz für Tickets, Pass, Boardingkarten und vieles mehr. Und mit einer Stiftschleife für den Lieblings-Kugelschreiber. Der Metalldruckknopf verschließt das samtweiche Material sicher. Eine Werbeanbringung wird per Gravur auf der Vorder- oder Rückseite vorgenommen, ab 100 Stück sogar kostenlos.



# OSTER SPECIALS



MY M&M'S®  
 BAG 10 g



**Bereits ab  
 3.700 Stück!**

- Ihr Bild
- Ihr Logo
- Ihre Botschaft



**MAXI**



**MIDI**



**MIDI**



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

→ 40g, 20g, 6g

*Werbewirkung  
 schmeckt!*



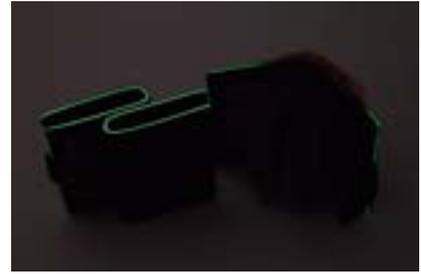
**Süße  
 Werbung**  
 Qualität + Wirkung

[www.suesse-werbung.de](http://www.suesse-werbung.de)

Service-Hotline: 07643/801-555



PSI 41650 • Selecta Signé bv  
Tel +31 186 654065  
info@selectasigne.nl • www.selecta-signe.nl  
www.leatherconcept.nl  
<https://www.psiproductfinder.de/nzm1mz>



## Leuchtende Erscheinung

Die Kartenbörse „GloWallet“ von Selecta Signé hat das gewisse Etwas. Gearbeitet in schwarzem Kuhhaut Nappa Leder mit RFID-Schutz umschließt sie zwölf transparente Kartenhüllen, hat zwei weitere Kartenfächer und eines für Führerscheinpapiere sowie ein Fach mit Reißverschluss für Münzen und zwei für Scheine, Quittungen und Tickets. Der Clou: Phosphoreszierende Streifen am Rande bringen die kleine Börse im Dunkeln zum Leuchten. Zusammengefaltet passt sie bequem in jede Hosener- oder Jackentasche.



PSI 49668 • Spindler GmbH  
Tel +49 7121 93789-0  
mail@spindler-gmbh.de  
www.werbemappen4u.de  
<https://www.psiproductfinder.de/nje0zj>

## Doppelt gut

ID Protec Keyprotector, die flexible Funkschlüsseltasche für unterwegs, schützt Keyless-Entry Autos vor Diebstahl. Die hochwertige Kunstlederhülle ist passend für alle gängigen Keyless-Go Schlüssel (z. B. auch für Keycards von Renault). Das Etui überzeugt durch die Doppelfunktion: mit zwei Innentaschen ausgestattet, bietet es in der hinteren Tasche Schutz vor dem Auslesen der Daten. Wird der Funkschlüssel in die vordere Tasche eingelegt, funktioniert Keyless-Go weiterhin. Das Etui besteht außen aus hochwertigem PU-Leder (REACH-konform) mit Thermo-Effekt, um Ton in Ton Prägungen perfekt umzusetzen. Die Werbeanbringung per Bildprägungen mit Thermo-Effekt ist auch vollflächig möglich, um z. B. Reifenprofile einzuprägen.

## Ohne Kratzer

R3D hat sich eines Problems angenommen, das so gut wie jeder kennt: Der teure Koffer ist auf der Reise arg ramponiert worden und bietet einen unerfreulichen Anblick. Mit einem Schutzüberzug, wie er bei den portugiesischen Spezialisten bestellt werden kann, gehört dieses Ärgernis der Vergangenheit an. Das Material des Gepäck-Protectors ist äußerst strapazierfähig, langlebig und pflegeleicht. Außerdem steht eine riesige Werbefläche zur Verfügung.

PSI 49331 • R3D, LDA  
Tel +351 275 331492  
tania.pereira@r3d.pt • www.r3d.pt  
<https://www.psiproductfinder.de/n2vlmm>



# IPSA

POWERED BY > PSI

## INTERNATIONAL EXHIBITION FOR PROMOTION INDUSTRY

MOSCOW, RUSSIA

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

**SPRING** EDITION  
MARCH 14-16  
2017



**AUTUMN** EDITION  
SEPTEMBER 5-7  
2017





PSI 41259 • Lehoff Im- und Export GmbH  
 Tel +49 40 5296070  
 info@lehoff.de • www.lehoff.de  
<https://www.psiproductfinder.de/odywzt>

## Robuster Reisebegleiter

Bei Lehoff ist ein 18 Zoll Trolley zu haben, der ideal ist für alle Arten von Reisen. Der Koffer ist aus ultraleichtem ABS-Material, das für Haltbarkeit und Robustheit sorgt. Die modernen Farben Fuchsia, Schwarz, Türkis, Silber und Lila sowie das sportliche Design machen ihn zu dem perfekten Reisebegleiter. Der Trolley ist ausgestattet mit vier Spinnrädern (360 Grad drehbar) und einer einstellbaren Teleskopstange mit einem Druckknopf. Das Hauptfach ist geräumig und ermöglicht es, das wichtigste Reisegepäck sicher zu verstauen.



PSI 40940 • IGRO Import- und Großhandels GmbH • Tel +49 6432 91420  
 info@igro.com • www.igro.com  
<https://www.psiproductfinder.de/nzh1ng>

## Genial für Sportfans

Ein echter Sportfan zeigt auch auf der Tribüne und vor dem Stadion, dass er zu seinem Verein steht. Nicht nur mit Mütze und Schal, sondern neuerdings auch mit einem angesagten Gym Bag von Igro. Das Top-Modell des Herstellers ist aus leichter Baumwolle, hat farbige Ecken und kräftige Kordeln. Da passt alles rein, was man beim wichtigen Spiel dabei haben möchte. Die angesagten Gym Bags werden auch außerhalb des Fußballumfelds genutzt, außerdem punkten sie mit großer Druckfläche.



PSI 49906 • Key Merchandise B.V. –  
The Bag Lab.eu • Tel +31 70 2629705  
j.houdijk@keyme.eu • www.keyme.eu  
<https://www.psiproductfinder.de/zgmynz>

## Für kreative Köpfe

Wer seine ganz persönlichen Rucksäcke gestalten möchte, sollte sich an Key Merchandise wenden. Schon ab eine Bestellmenge von 20 Stück liefert der holländische Anbieter B2B-Taschen, die in acht verschiedenen Ausführungen hergestellt werden. Das Besondere ist der Service über das Internet. Unter der Webadresse [www.thebaglab.eu](http://www.thebaglab.eu) können die individuellen Wünsche übermittelt werden, alles andere übernimmt der Hersteller. Selbstverständlich stehen erfahrene Designer mit Rat und Tat zur Verfügung.

Die Handschrift der Werbung

recycled  
**iPET Pen**



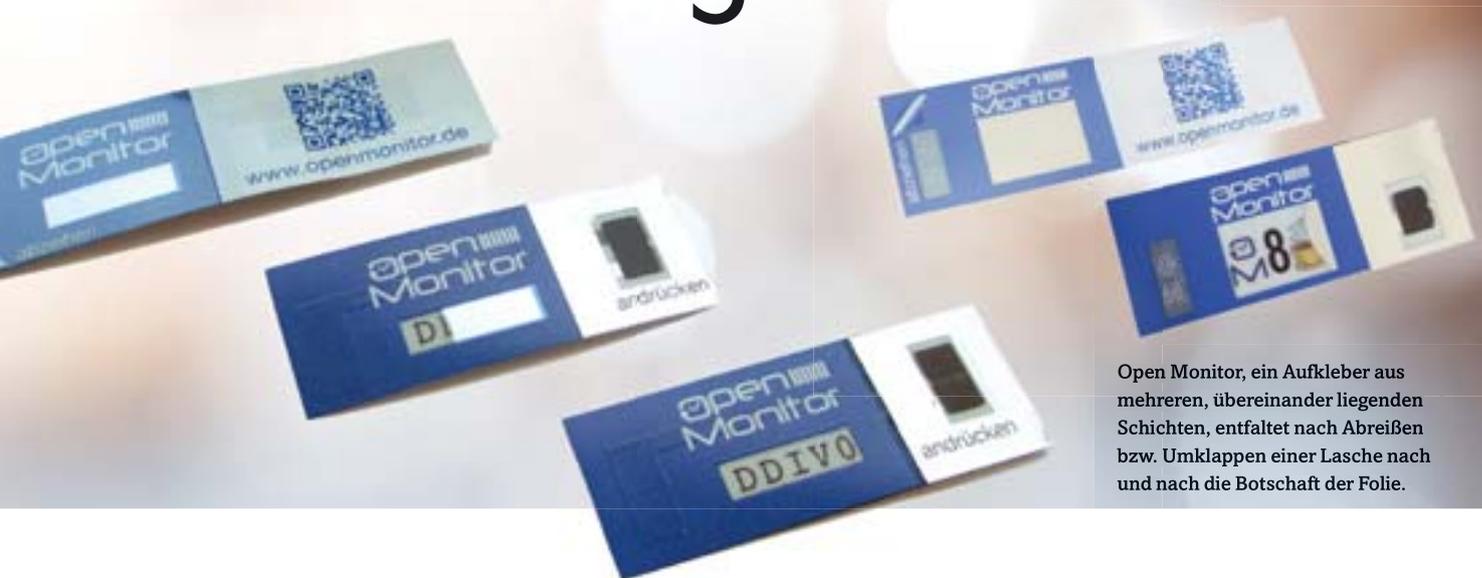
RECYCLED PET PEN transparent  
0-2260 T



Der Hightech-Aufkleber namens Open Monitor revolutioniert derzeit den Gewinnspielmarkt und entfaltet enorme multimediale (Werbe-)Potenzen. Das PSI Journal hatte das erfolgreiche Produkt in seiner letzten August/September-Ausgabe bereits vorgestellt. Nun erschließt die famose Neuentwicklung weitere interessante Anwendungsmöglichkeiten.

## Open Monitor

# „Magische“ Möglichkeiten



Open Monitor, ein Aufkleber aus mehreren, übereinander liegenden Schichten, entfaltet nach Abreißen bzw. Umklappen einer Lasche nach und nach die Botschaft der Folie.

**O**pen Monitor, ein Aufkleber aus mehreren, übereinander liegenden Schichten, entfaltet nach Abreißen bzw. Umklappen einer Lasche nach und nach die Botschaft der unteren Folie. Präsentiert wird das Produkt für den Werbemittelmarkt durch die Spezialisten des weltweit tätigen Entwicklers und Importeurs für Werbe- und Geschenkartikel, Global Innovations Germany. Durch seine „zauberhaften“ Eigenschaften verlängert Open Monitor die Werbewirksamkeit von Promotionsaktionen, indem er zeitverzögert einen Gewinncode freigeben und damit die Spannung auf z. B. vier Tage verlängern kann. Durch Abreißen oder Umklappen einer Lasche wird der Open Monitor aktiviert. Dadurch öffnet sich die Deckschicht und gibt nach und nach die Werbebotschaft frei. Der Open Monitor ist manipulationssicher, erzielt mit seinem „Zauberfeld“ eine Spannungssteigerung durch einen

sich langsam öffnenden Gewinncode. Integriert als Gewinnspiel auf Flyern, Katalogen oder anderen Printprodukten bewirkt er eine Bindung an das beworbene Produkt, an die Marke und auch an das Unternehmen selbst.

### Hohe Auflagen möglich

„Diese bereits in 137 Ländern patentierte Weltneuheit der Nanotechnologie wurde von der Universität Münster entwickelt und wird von uns exklusiv vertrieben“, so Torsten München, Geschäftsführer von Global Innovations Germany. „Der Open Monitor wird in Deutschland gedruckt. Zeitnah können Auflagen bis 100.000 Stück produziert werden. „Geplant und realisierbar sind ab Herbst 2017 voraussichtlich 500.000 Stück pro Monat. Ab 2018 sind dann auch hohe zweistellige Millionenstückzahlen pro Monat möglich“, so München weiter.

## Open Monitor Flex

Eine neue Anwendung des Open Monitor wird der „Open Monitor Flex“ sein. „Hierbei werden die hinteren Deckschichten weggelassen und der Code oder das zu bewerbende Bild nicht in den Open Monitor integriert. Anstelle dessen wird die Werbebotschaft direkt auf den Flyer oder das Werbemittel aufgebracht“, erklärt Torsten Münich. „Dabei zeigt eine Aktivierungsmeldung innerhalb von einer Minute durch die Anzeige ‚ON‘ an, dass der Open Monitor aktiviert ist. Das silberne Fenster kann bei Bedarf auch mit einem z.B. goldenen Raster realisiert werden. Das sich öffnende Fenster wurde von 5 mal 15 mm auf 10 mal 15 mm vergrößert. Der aktuelle Öffnungsmechanismus (Folie abziehen, umklappen und andrücken) wird ab Mitte des Jahres vereinfacht, so dass nur noch eine Lasche (ähnlich wie bei einer gesicherten Knopfzellenbatterie) herausgezogen werden muss.“

## Stabile Laufzeiten und Kaskadisierung

Der Open Monitor ist momentan ein „offenes System“ und damit leicht feuchteabhängig, mit einer Öffnungszeit von 3 bis 4 Tagen. „Ab Mitte des Jahres können wir exakte Laufzeiten in einem sogenannten ‚geschlossenen System‘ darstellen: zum Beispiel exakt 4 Tage“, erläutert Münich weiter. Bei der „Kaskadisierung“ besteht laut Münich „ab Herbst die Möglichkeit, mehrere Open Monitore parallel zu starten. Außerdem ist machbar, dass diese sich nacheinander automatisch aktivieren und dann größere Flächen geöffnet werden können. Eine Aktivierung im Herstellprozess ist möglich, die Vorlaufzeit ist jedoch derzeit Bestandteil der aktuellen Laufzeit von 4 Tagen.“

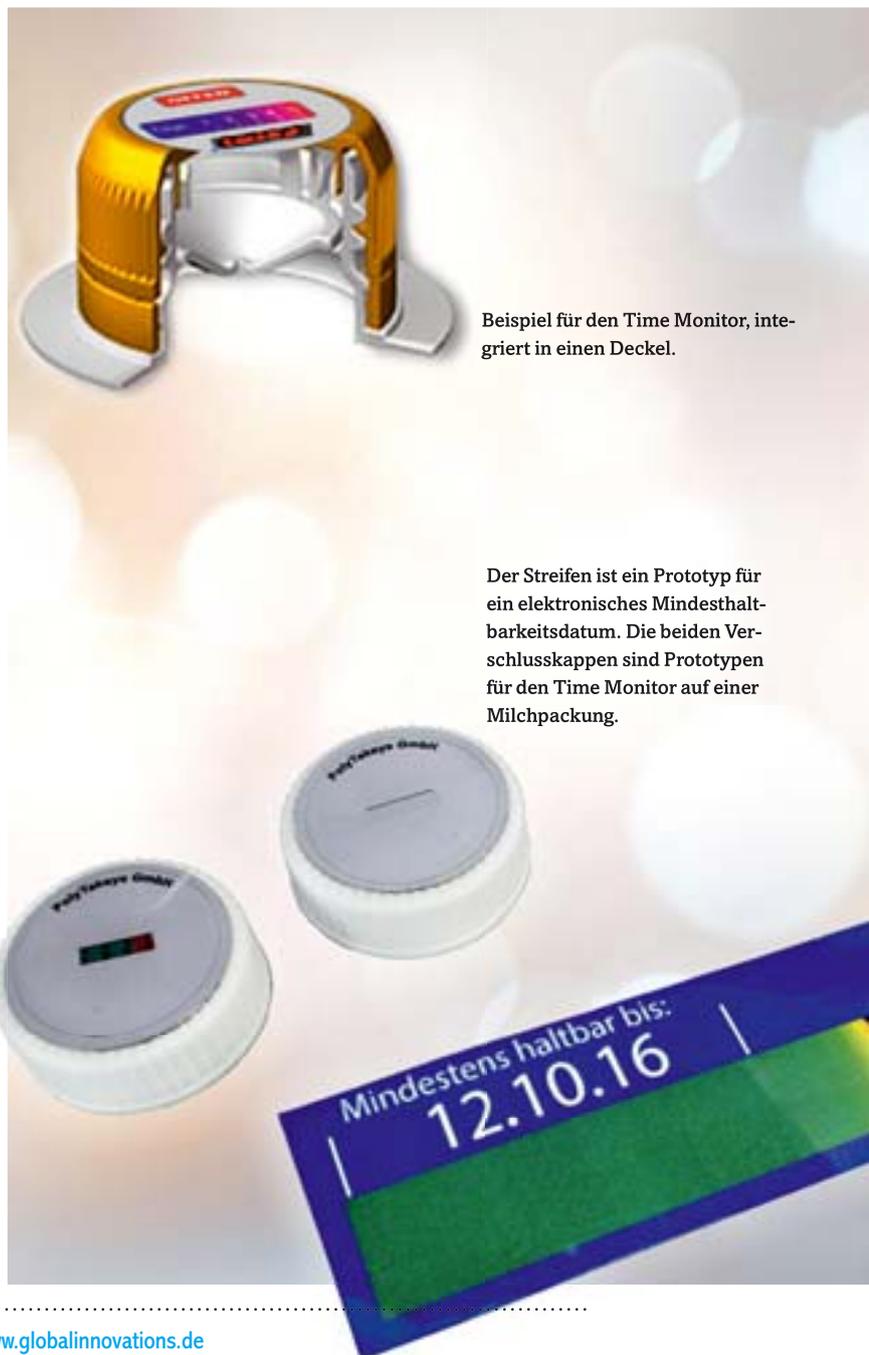
## Open Monitor Time

Die Überprüfung der Öffnungszeit ist als sogenannter Open Monitor Time der nächste Entwicklungsschritt. Dazu wird ein fertig programmierter Streifen in die Verschlusskappe eines Produktes (wie beispielsweise Milch) integriert. Der Konsument aktiviert erst mit dem Öffnen den Time Monitor und setzt eine mikrosensorisch gesteuerte Count-Down-Reaktion in Gang. Diese steuert ein sich dynamisch veränderndes Informationsfeld, das gut sichtbar z.B. im Deckel die Anbruchszeit des Produktes und die verbleibende Haltbarkeit abbildet. Der Time Monitor dient somit zur besseren Beurteilung der Haltbarkeitseigenschaften von schnell verderblichen Lebensmitteln oder Kosmetika und kann als Hilfestellung im „Wegwerfverhalten“ von Produkten verstanden werden. .

## Open Monitor Temperature

„Als weiterer Step in der Entwicklung der revolutionären Technologie ist das elektronische Mindesthaltbarkeitsda-

tum für Ende 2018 geplant. Hierbei handelt es sich um einen Temperatur-Zeit-Integrator, den Open Monitor Temperature, der in Abhängigkeit der Zeit und Temperatur die Haltbarkeit eines Produktes anzeigt bzw. überwacht. Open Monitor reagiert auf Änderungen der Lagertemperatur bzw. Kühlkette und passt seine Anzeige der Mindesthaltbarkeit entsprechend an. Der Temperature Monitor kann als Klebeetikett angebracht werden oder direkt vom Verpackungshersteller integriert werden. Die Aktivierung erfolgt beispielsweise bei der Befüllung. <



Beispiel für den Time Monitor, integriert in einen Deckel.

Der Streifen ist ein Prototyp für ein elektronisches Mindesthaltbarkeitsdatum. Die beiden Verschlusskappen sind Prototypen für den Time Monitor auf einer Milchpackung.



Karin Kaltenkirchen, Geschäftsführerin des Modehauses Marx



Ein erfolgreiches Anwendungsbeispiel des Open Monitor: ein Gewinnspiel-Flyer des „Modehaus Marx“ in Trier.

## Neue Dimensionen im Marketing

In der letztjährigen August-/Septemberausgabe des PSI Journals hatten wir bereits ein erfolgreiches Anwendungsbeispiel des Open Monitor gezeigt: Hier war er als „Auslöser“ eines Dunkin' Donuts-Gewinnspiels auf dem Werbeflyer angebracht. Die nach der Aktion durchgeführte Marktstudie bestätigte den großen Erfolg des Einsatzes von Open Monitor. Für über 80 Prozent der Befragten war die Gewinnspielaktion mit Open Monitor auf Anhieb verständlich. 76,5 Prozent haben den Flyer häufiger betrachtet als gewöhnliche Flyer. Von den Probanden, die weitere Informationen eingeholt haben, haben 64,3 Prozent den QR-Code oder den Weblink auf dem Flyer genutzt.

Hier nun ein weiteres **aktuelles Beispiel** für den Erfolg des „Zauberstreifens“ bei einem adventlichen Gewinnspiel des Modehauses Marx in Trier. Dazu wurden 6.800 Werbeflyer per Post geschickt. Der Open Monitor auf der Rückseite wurde vom Kunden aktiviert. Dadurch gab dieser zeitversetzt die vom Modehaus Marx hinterlegten Informationen frei. Im Laufe von circa zwei Tagen nach der Aktivierung wurden so dem Kunden bis zu 20 Prozent Rabatt auf die gesamte Ware für den kompletten Aktionszeitraum gewährt und an den Folgetagen des Öffnungsprozesses waren Geldgewinne möglich. Dadurch wurden via Open Monitor Mehrfachkontakte der Kunden mit einem Flyer und dessen Werbebotschaft erzielt.

Karin Kaltenkirchen, die Geschäftsführerin des Modehauses Marx, zeigt sich vom Einsatz der neuen Technologie begeistert: „Im Rahmen unserer 180-jährigen Firmengeschichte haben wir schon viele Erfolge feiern dürfen. Mit unserem Firmenjubiläum 2015 hatten wir für den Dezember bereits einen Rekordumsatz erzielt, der mit einem aufwändigen Werbebudget begleitet worden war. Im Rahmen unserer Jahresplanung 2016 wurde mir das Produkt Open Monitor als patentiertes Innovationsprodukt aus dem Werbemittelbereich von Global Innovations Germany vorgestellt, das für die Leitung von Kundenströmen sowie Kundenbindungsmaßnahmen steht. Meine anfängliche Skepsis, eine solche Werbemechanik bei unserer Kundenstruktur (25 bis 80+ Jahre) anzuwenden, wurde zerstreut – auch unsere Zielgruppe ist für diese Innovation aufgeschlossen. Was im Anschluss folgte, war völlig unerwartet. Wir haben mit weniger als 50 Prozent des Marketingeinsatzes für unsere vergangenen Advents-Aktionen den Dezember-Rekordumsatz der gesamten Firmengeschichte erreicht, konnten dabei sogar 1.100 neue Kunden generieren, von denen rund 15 Prozent Mehrfachbesuche in unserem Haus tätigten. Die Responsequote (Kunden mit Umsatz) der postalisch versendeten Flyer mit Open Monitor lag bei überraschenden 17 Prozent! Die Interaktion unserer Kunden mit der Werbebotschaft aus dem Hause Marx führte sowohl zu einer Steigerung der Anzahl verkaufter Teile pro Kunde als auch zu einer deutlichen Steigerung des Durchschnittsbons pro Kunde. Die Leistungsfähigkeit der Open Monitor Aktion war mehr als überzeugend. Zusammenfassend muss ich sagen, dass wir eine wahre Erfolgsstory schreiben durften. Ich freue mich darauf, die Aktion mit der anstehenden neuen Generation des Open Monitor im Jahr 2018 erneut durchzuführen.“

© promoswiss.ch

**P S F 1 7**

werbeartikel fachmesse

**Heustadl-Dinner  
Promoswiss Night  
Promo Swiss Awards**

**9. März 2017  
AlpenRock Dietikon  
[www.psf-forum.ch](http://www.psf-forum.ch)**

**PROMO  
SSWISS**

## Die einzige Werbeartikel-Fachmesse der Schweiz



Für Hersteller und Lieferanten  
die den **Umsatz in der Schweiz ankurbeln** wollen.  
Reservieren Sie Ihren Stand unter: [psf-forum.ch/anmeldung-preise](http://psf-forum.ch/anmeldung-preise)

Für Werbeartikel-Händler die über **Neuheiten und Trends**  
auf dem Schweizer Werbeartikelmarkt informiert sein wollen.  
Melden Sie sich als Besucher an unter: [psf-forum.ch/anmeldung](http://psf-forum.ch/anmeldung)



## Süßer Countdown

Einen werbestarken Frühlingsgruß hat CD-Lux im Programm. Der individuell bedruckte **Oster-Countdown-Kalender** ist mit feinsten Markenschokolade von Lindt & Sprüngli, Sarotti, Milka oder Ritter SPORT gefüllt und bietet gleichzeitig eine große Werbefläche – für individuelle Bedruckung mit einem Logo oder kompletter Werbung. Eine aufmerksamkeitsstarke Aktion, mit der sich Sympathiepunkte sammeln lassen.

PSI 45452 • CD-LUX GmbH • Tel +49 9971 8571-0  
 info@cd-lux.de • www.cd-lux.de  
<https://www.psiproductfinder.de/mgu2nj>



## Micx-mediale Werbung

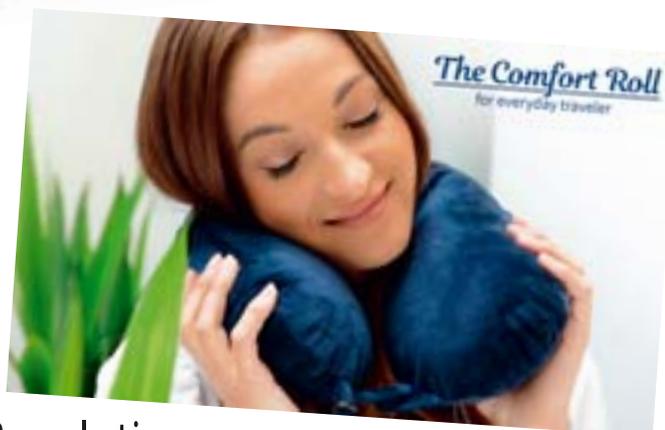
Der direkte Weg zum Kunden führt über die kreativen Profis der micx-media. Mithilfe neuester digitaler Sound-/Voice-/Video-Produkthighlights stärken die Bielefelder den Werbemittelpartnern das Produktportfolio mit überraschend raffinierter Technik in überzeugenden Werbeträgern. So hat micx-media während der PSI 2017 erneut gezeigt, wie bedeutend sich die Bewegtbild-Kommunikation als Marketingtool in Form haptischer Video-Werbeträger entwickelt hat. Die „micx-mediale“ **VIDEOboard-Produkttränge** verspricht mit neuen Umsatz- und Verkaufsimpulsen attraktive Zuwächse für den Werbemittelhandel. Auch dafür wurde das Team der micx erneut in der Kategorie „effektive Kundenkommunikation“ mit einem Award ausgezeichnet.

PSI 45899 • micx-media in concept gmbh & Co. KG  
 Tel +49 5205 99100 • info@micx-media.de • www.micx-media.de  
<https://www.psiproductfinder.de/ytvmzt>

## Vegane Bio-Bärchen

Komplett Bio und komplett vegan – die **Fruchtgummis** für Umweltbewusste aus kontrolliert biologischen Zutaten verzichten auf tierische Bestandteile. Erhältlich sind sie auch in kompostierbaren Werbetütchen. Dieses einzigartige Werbe-Highlight ist für all jene, die auch bei Werbeartikeln auf Nachhaltigkeit Wert legen. Die Fruchtgummis im Premium-Bärchendesign aus unternehmenseigener, IFS-zertifizierter Produktion erfreuen Zielgruppen aller Altersstufen. Weitere Fruchtgummiformen sowie Sonderformen, Farben und Geschmacksrichtungen auf Anfrage. Die rückstandsfrei abbaubaren Werbetütchen im Format 85 mal 60 Millimeter sind in glasklarer oder weißer Ausführung erhältlich und garantieren eine Haltbarkeit von sechs Monaten.

PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG  
Tel +49 7643 8010 • info@ksw24.com • www.ksw24.com  
<https://www.psiproductfinder.de/nmziy2>



## Komfort-Revolution

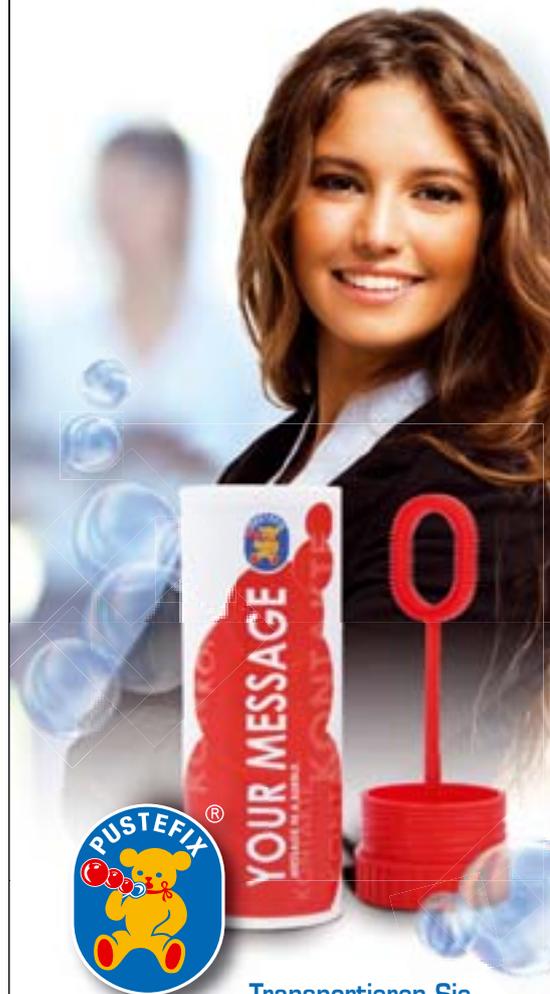
Nichts weniger als eine „Komfort-Revolution“ verspricht „The Comfort Roll – for everyday Traveler“, eine Neuheit, die Blick Art Creativ auf der jüngsten PSI-Messe vorgestellt hatte. Das famose **6-in-1-Multifunktionskissen** bietet Komfort und Entspannung überall. So setzt die Comfort Roll neue Maßstäbe, was Bequemlichkeit und Einsatz angeht und dient je nach Bedarf mal als Reise-Nackenkissen, Gurtkissen auf Autoreisen, Lordosstütze (lumbar support), Schlafkissen, Sitzkissen oder Rückenkissen. Zusammengerollt ist die Comfort Roll nur so groß wie eine Getränkedose, 130 Gramm leicht und lässt sich mit nur einem Atemzug zu einem äußerst bequemen Multifunktionskissen aufblasen. Genauso schnell kann die Luft auch wieder dosiert abgelassen werden. Bei Rückenproblemen kann die Comfort Roll aufgrund ihrer Form auch zur Entspannung der Rückenmuskulatur als Sitz- oder Rückenkissen im Büro oder auch zuhause verwendet werden. Der samtig-weiche, hautfreundliche Velours-Bezug lässt sich abnehmen und waschen. Mehr Infos unter: [www.the-comfort-roll.de](http://www.the-comfort-roll.de)

PSI 49882 • Blick Art Creativ GmbH • Tel +49 611 89088-0  
arabe@blick-art.de • www.blick-art.de  
<https://www.psiproductfinder.de/mjg5mj>

**SUCCESS**  
MESSAGE IN A BUBBLE

## SCHENKEN SIE EIN LÄCHELN.

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



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



SCAN ME!

## Seifenblasen Made in Germany

Telefon +49 (0)7071 - 78898  
[www.success-werbung.de](http://www.success-werbung.de)  
[info@success-werbung.de](mailto:info@success-werbung.de)

## Veganer Botschafter

Weniger ist mehr: Clever Snack, der **Fruchtriegel** aus dem Hause Schwartau, kombiniert leckere Früchte und knackige Nüsse. Jeder Riegel enthält nur sechs Zutaten und wird ohne Zusatz von Zucker produziert. Perfekt für alle Werbenden, deren Zielgruppen auf eine bewusste Ernährung für Zwischendurch Wert legen. Bei Jung ist der vegane Clever Snack ab sofort mit individualisierbarer Werbebänderole in vier Sorten verfügbar: Maracuja, Kirsche, Brombeere und Banane.

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



recycled  
**PET Pen**

## Nachhaltig schreiben

Mit dem **Recycleed PET PEN** zeigt uma jetzt, dass das Ende der Plastikflasche doch noch nicht das Ende sein muss. „Upcycling“ nennt sich dieser Prozess. Dazu werden alte PET-Flaschen gesammelt, gewaschen und zerkleinert. Das daraus entstandene Rohmaterial rPET wird dann als Granulat eingeschmolzen und in Form gegossen: So entsteht aus einer 0,5 l PET-Flasche ein Recycleed PET PEN: stabil, langlebig und attraktiv – so schreibt man (mit) Nachhaltigkeit heute. Der komplette Produktionsprozess wird in Europa umgesetzt. Das, was die Nutzer also zukünftig in Händen halten, ist nicht nur ein schicker Kugelschreiber, sondern auch ein beeindruckendes Beispiel, wie man die Rohstoffe auf unserer Welt sinnvoll weiterverwerten kann. Den Recycleed PET PEN gibt's in den verschiedensten Farben von gedeckt bis transparent. Besonders auffällig ist dabei der Stopfen, der sich als Farbkontrast vom restlichen Gehäuse absetzt und wie auch der Clip und der Schaft als aufmerksamkeitsstarker Werbeträger dienen kann.

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

## Anhänglicher Werbeträger

**Bottle Bag** – das ist die clevere Werbetüte zum Anhängen mit integrierter Lochstanzung. 70 mal 135 Millimeter ist das individuell bedruckte Werbetütchen groß und eignet sich daher zum Anhängen an einen Flaschenhals oder eine Türklinke. Als Standardfüllung bietet MAGNA sweets Gummibärchen und Fruchtgummi Standardsonderformen aus ihrem Sortiment, köstliche Seeberger Cashewkerne, Seeberger Rauchmandeln oder geröstete Erdnüsse. Andere Füllungen sind möglich. Die Tütchen, gefüllt mit jeweils zehn Gramm, können ab 3.600 Stück bestellt werden.

PSI 41617 • MAGNA sweets GmbH • Tel +49 8146 9966-0  
info@magna-sweets.de • www.magna-sweets.de  
<https://www.psiproductfinder.de/ywymyd>





## Grüne Akzente

Ihren „Grünen Daumen“ beweisen können die Kunden beim neu-entwickelten magnetischen Pflanzholz der emotion factory aus dem Schwarzwald. Vielfältige und frei wählbare Pflanzensamen, eine Substrattablette und das Pflanzholz aus naturbelassenem, in Europa produziertem Ahornholz – schon ist das **Miniaturgärtchen** perfekt. Mit dem Magnet lässt sich das Grün an jeder magnetischen Fläche befestigen und ist so ein bunter Hingucker. Zum Werbebotschafter wird das Pflanzholz letztlich durch die Laserung des Würfels und durch die umliegende, individuell gestaltbare Banderole. Das Pflanzholz gibt's auch in rund und findet so beispielsweise auf Schreibtischen und Fensterbänken ein schönes Plätzchen.

PSI 41016 • emotion factory – Heri-Rigoni GmbH  
Tel +49 7725 93930 • info@emotion-factory.com • www.emotion-factory.com  
<https://www.psiproductfinder.de/nzmzod>



## Frische Kräuter auf Naturvlies

Keine Erde, dafür natürliche, unbehandelte Hanffasern als Wachstumsvlies kommen beim **Naturvlies Kräuter** von multiflower zum Einsatz. Die Kresse-Samen werden einfach auf das angefeuchtete Vlies gestreut und können dann wachsen. Im Pergaminbeutel sind das Naturvlies und die Samentüte ansprechend verpackt. Der Werbeeindruck in das Standardmotiv oder eine individuelle Gestaltung des Headers ist bereits ab 250 Stück möglich.

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

## Perfekt für „moderne Nomaden“

SIGG Hot & Cold ONE mit einhändig bedienbarem Top ist die perfekte Trinklösung für unterwegs. Die bewährte doppelwandige Isolierung in Kombination mit der praktischen Ein-Hand-Verwendung macht die SIGG Hot & Cold ONE zur **perfekten Flasche** für „moderne Nomaden“. Der Verschluss sorgt für den unverkennbaren SIGG-Look und wurde für Menschen entworfen, die formschönes Design lieben und stets in Bewegung sind.

PSI 49099 • SIGG Switzerland AG • Tel +41 52 7286330  
corporategifts@sigg.com • www.sigg.com  
<https://www.psiproductfinder.de/otc4yj>



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

**BECHER / CUPS**

**NEU: DER CUP-KONFIGURATOR!**

**60 verschiedene Varianten möglich!**  
Edelstahl-Körper, doppelwandig & vakuumisoliert

www.linotex.com

www.linotex.com

PSI No.44455

www.linotex.com

**SICHERHEITSMESSER / SAFETY KNIVES**

**12 GRAMM WERBEWIRKSTOFF. SCHON PROBIERT?**

Das extra leichte **SECUMAX 145** ist wie unsere anderen **Sicherheitsmesser** auch ein nachhaltig wirkender Werbeträger: hochwertig, innovativ, vielfältig einsetzbar, mit reichlich Platz für Ihre **Markenbotschaft**. Die typischen Symptome beim Empfänger: Freude. Testen Sie selbst.

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

ENJOY SAFETY  
MADE IN SOLINGEN

**martor**

PSI No.40111

www.martor.com

**EINKAUFWAGENLÖSER / KEY CHAIN**

**Baby, für Dich**  
**99,- €**  
für 200 Stück Einkaufswagenlöser mit Eigenwerbung!

Gültig bis zum 30.04.2017 und nur für PSI-Mitglieder.  
Alle Preise zzgl. 19% MwSt. - Anbieter: Pinky AG,  
Sommerberger Straße 16, D-98744 Oberweißbach  
info@pinky.de, ☎ +49 (0) 36 705 - 6 5000

**Einkaufswagenlöser.de**

PSI No. 49467

www.einkaufswagenlöser.de

**SPIELWAREN / TOYS**

Die neue Schlüssel-Anhänger Collection von Semo.

**Wilde Gesellen**

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

**TRIGON Deutschland GmbH**  
Kränkelsweg 28 · D · 41748 Viersen · Tel. 0 21 62 - 53 008 - 0  
Fax - 53008 - 20 · E-mail: info@semo.de · www.semo.de

PSI No. 44970

www.semo.de

**SCHLÜSSELANHÄNGER / KEY FOB**

Besuchen Sie uns auf der **HAPTICA® live '17** in Bonn Standnummer **H, B 26**

**DER ORIGINAL TRIGGI®**

**Pins & mehr GmbH & Co. KG**  
Lechstrasse 10,8 · 86415 Mering / Germany  
Fon: +49-8233-79312-0  
info@pinsundmehr.de · www.plnsundmehr.de

PSI No. 49467

www.pinsundmehr.de

**WERBEANBRINGUNGEN & VEREDELUNG / PROMOTIONAL LABELLING & FINISHING**

SPEZIAL-BRANDING	SIEBDRUCKEREI
ANGELIEFERTE ARTIKEL	STICKEREI AUFNÄHER
SOFORT-ARTIKEL LAGERPROGRAMM	IHRE MOTIVE AB KLEINEN MENGEN

**CHW-MOTIVFABRIK.DE**  
sticken · drucken · veredeln  
Tel. 0 26 89/29 09 - 0

PSI No. 10965

www.uljoe.de

PSI No. 49654

www.fabuprint.de

**WERBELUPEN / MAGNIFYING GLASSES FOR PROMOTION**

**Zeckenkarte mit Lupe**

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



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

**VORSICHT ZECKEN**



PSI No.47814

www.lupenmaxx.de

**WERBE- UND PROMOTIONMATTEN / ADVERTISING AND PROMOTION MATS**



Promotionmatten in brillanter Druckqualität und neuer Farbintensität ziehen alle Augen auf sich und adeln jeden Anlass. Neugierig? Eintauchen auf [www.promotion-mats.eu](http://www.promotion-mats.eu)

**KLEEN-TEX**

PSI No.43358

www.promotion-mats.eu

# TOP-PRODUKTTHEMEN IM PSI JOURNAL

Genießen Sie Ihre Freizeit ob zwischendurch oder nach getaner Arbeit. Ihre Werbeartikel zu den Themen Lifestyle, Wellness, Gesundheit & Messer, Werkzeug, Sicherheitsprodukte kommen in der Mai Ausgabe des PSI Journals zur rechten Zeit und verführen zum Entspannen!



- Ausgabe **05** 2017

**LIFESTYLE, WELLNESS UND GESUNDHEIT und MESSER, WERKZEUGE, SICHERHEITSPRODUKTE**

Redaktionsschluss: 17.3.2017  
Anzeigenschluss: 6.4.2017
- Ausgabe **06** 2017

**USB, POWERBANKS UND SMARTPHONE ASSESOIRES und FESTE UND EVENTS**

Redaktionsschluss: 14.4.2017  
Anzeigenschluss: 5.5.2017
- Ausgabe **07** 2017

**WEIHNACHTEN UND GESCHENKSETS und PORZELLAN, GLAS UND TISCHKULTUR**

Redaktionsschluss: 17.5.2017  
Anzeigenschluss: 6.6.2017
- Ausgabe **8/9** 2017

**SCHREIBGERÄTE UND BÜRO und SPIELWAREN, PLÜSCH- UND BABYARTIKEL**

Redaktionsschluss: 23.6.2017  
Anzeigenschluss: 4.8.2017

## STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS

**Telefonische Auskunft auch sonntags von 17 - 18 h**08.30 - 17.30  
www.psp.de

Unser Auftraggeber ist seit etwa 25 Jahren erfolgreich im gesamten Werbemittelgeschäft tätig (kleine charmante Ideen bis zu internationalen Shop-Lösungen). Das Unternehmen ist Full-Service-Anbieter, Direktimporteur und hat einen hervorragenden Ruf auch bei internationalen Großkunden. Wir suchen den

## Vertriebsprofi (m/w)

**(Perspektive: Geschäftsführung und  
Unternehmensnachfolge mit Beteiligung)****Werbemittel/Shop-Lösungen  
Rheinland-Pfalz**

Die gesuchte Persönlichkeit hat bereits mehrere Jahre nachweislich erfolgreich vergleichbare Produkte oder Dienstleistungen vertrieben (Marketingenerfahrung ist von Vorteil), hat Spaß an der Erschließung neuer Märkte und Kunden und will unternehmerisch tätig sein. Eine sukzessive Beteiligung am Unternehmen gemeinsam mit einem weiteren langjährig im Unternehmen tätigen Mitarbeiter ist vom Gründer des Unternehmens nach einer angemessenen Einarbeitungsphase absolut gewollt. Deshalb setzen wir einen guten finanziellen Leumund und die Bereitschaft zu einem Umzug voraus.

Die Gesellschaft ist seit vielen Jahrzehnten ein „guter Name“ im Markt, schuldenfrei und verfügt über eine hohe Eigenkapitalquote. Das Team – insbesondere auch für die erfolgreiche Abwicklung der Projekte – ist langjährig erfahren und motiviert.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung, deren vertrauliche Behandlung zugesichert wird (Beachtung von Sperrvermerken ist selbstverständlich), mit tabellarischem Lebenslauf, Handschriftenprobe, Zeugniskopien, Angaben über Einkommensvorstellung und frühestmöglichem Eintrittstermin unter Kennziffer 48462 an die

**Personalberatung PSP****Porges, Siklossy & Partner GmbH**

Colmantstraße 36 • D-53115 Bonn • Telefon +49(0)228 650091 • bewerbung@psp.de  
Belgien • England • Frankreich • Luxemburg • Niederlande • Österreich • Polen  
Rumänien • Schweiz • Skandinavien • Spanien • Ukraine • Ungarn

## Vertriebsassistent im Innendienst

Wir sind ein **international tätiges Unternehmen** im **Bereich Werbeartikel** und suchen zum nächstmöglichen Termin **eine/n Vertriebsassistent/in** für die Auftragsbearbeitung in Vollzeit, 40 Stunden.

Sie sprechen fließend Deutsch und Englisch und der Einkauf von Werbeartikeln, sowie die Verhandlung mit Kunden und Lieferanten gehören bereits zu Ihrem Berufsalltag? Dann könnten dies Ihre zukünftigen Aufgaben sein:

Unterstützung des Vertriebs als Backoffice, von der Kundenanfrage, Produktsuche inkl. der Angebotserstellung und gesamten Auftragsabwicklung bis hin zur Rechnungsstellung.

Sind Sie **teamfähig** und **sicher mit dem PC**, die **Office Programme** gehen Ihnen einfach von der Hand, dann erwartet Sie eine interessante Position in einem netten Team.

Die Stelle ist ab sofort zu besetzen und unbefristet.

Bitte schicken Sie uns Ihre aussagekräftigen **Bewerbungsunterlagen nur per Email:**

b.paschke@gkhandelsplan.de

**GK HANDELSPLAN  
DIE KUNDENMACHER**

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 (w/m)

**Mit den Aufgaben:**

- Sie vermarkten mit Engagement und Spaß unsere erklärungsbedürftigen Dienstleistungen und Produkte, wie z.B. Messestandflächen
- Sie gewinnen neue Kunden über das Telefon, in der Face to Face Kommunikation und über Social Media Kanäle
- Sie definieren die Neukundenstrategie für ihren Zielmarkt und analysieren die Wettbewerbsmärkte
- Sie verfolgen Angebote konsequent nach und bringen diese Abschluss
- Sie generieren neue Leads und erkennen frühzeitig Marktentwicklungen
- Sie sind verantwortlicher Ansprechpartner für Topmanager und Entscheider aus unterschiedlichen Branchen

**Ihr Profil:**

- Erste Vertriebsenerfahrung und eine abgeschlossene Ausbildung/Studium
- Ein hohes Maß an Kommunikations- und Kontaktstärke sowie Verhandlungs- und Durchsetzungsvermögen
- Sie sind zielorientiert, hartnäckig und lieben den Wettbewerb
- Sie möchten gerne beraten und verkaufen, arbeiten gerne im Team und denken unternehmerisch
- Sie wollen über exzellente Beratungsleistung entsprechende Verkaufserfolge erzielen
- Sie besitzen sehr gute rhetorische Fähigkeiten
- Versierte PC Kenntnisse, insb. MS Office, idealerweise Erfahrung im Umgang mit CRM-Systemen sowie gute Englischkenntnisse
- Sie sind zeitlich flexibel und können daher Ihre Prospects und Kunden während Dienstreisen und Veranstaltungen persönlich ansprechen

**Unser Angebot:**

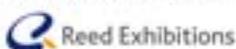
- Keine Langeweile! Ein attraktives, abwechslungsreiches Aufgabengebiet in einem dynamischen, erfolgreichen Unternehmen
- Umfassende Einarbeitung, selbstständiges und eigenverantwortliches Arbeiten sowie attraktive Rahmenbedingungen
- Ein Team mit Wohlfühlfaktor, Spaß, Leidenschaft und Professionalität

Bei Neueinstellung ist die Position zunächst auf 24 Monate befristet

**Haben wir Ihr Interesse geweckt?**

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

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





**Sie suchen int. Vertriebspartner/Distributoren?  
Sie wollen Ihr Unternehmen expandieren?  
Sie suchen qualifizierte Vertriebspartner und/oder  
Distributoren im internationalen Umfeld?**

**Das PSI Netzwerk unterstützt Sie dabei! Wie?**

**Kontaktieren Sie uns, wir beraten Sie gern!  
+49 211 90191 - 600 / verlag@psi-network.de**

**Weitere Stellenangebote  
finden Sie unter  
[www.psi-network.de/joboffer](http://www.psi-network.de/joboffer)**



FullService, Shoplösungen und kurze Wege - seit 2004 bietet die Quadro GmbH aus Vechta mehr, als nur Werbeartikel, Werbetechnik oder Corporate Fashion.

Unsere Kunden und 18 Kollegen wollen mehr und wir werden diesen Wunsch erfüllen.

Vielleicht sogar mit Ihrer Unterstützung!

Wir suchen einen erfahrenen

### **Vertriebsprofi (m/w)**

Idealerweise sind Sie schon seit einigen Jahren in der Branche tätig. Zu Ihren Aufgaben gehören u.a. die Kundenbetreuung, Kundenanfragen jeglicher Art, Angebotserstellung – mit eigenen kreativen Ideen, Abwicklung von Aufträgen. Selbstverständlich sind Sie auch für die Kundenpflege und Erweiterung verantwortlich.

Interesse? Es erwartet Sie ein moderner Arbeitsplatz, ein motiviertes Team und viel mehr ...

Richten Sie bitte Ihre Bewerbung, mit Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins an:

**Ingo Malinowski | 0163 8344404 | [ingo@quadro24.de](mailto:ingo@quadro24.de)**

**Quadro** ✘

QUADRO GmbH  
Lange Straße 2d  
49377 Vechta-Langförden  
[quadro24.de](http://quadro24.de)

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 für eine nachhaltige Kundenberatung, unterstützt 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 zählen Sicherheit im Abschluss genauso zu Ihren Stärken, wie einen ergebnisorientierten, strukturierten Arbeitsstil und Teamfähigkeit
- 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](mailto:Bewerbung@reedexpo.de) - [www.reedexpo.de](http://www.reedexpo.de) - [www.psi-network.de](http://www.psi-network.de)

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

### PSI Händler / Distributor

PSI No. 17429	2Cool Promos powered by Boundless Network INC, UNITED STATES	www.2coolpromos.com
PSI No. 17463	a-b-a Inh. Ruth Bühler, SWITZERLAND	www.a-b-a.ch
PSI No. 17464	Abelanani Creations c.c., SOUTH AFRICA	www.abelanani.com
PSI No. 17486	AFFICHAGE URBAIN SA, BELGIUM	
PSI No. 17497	AIKE OÜ, ESTONIA	www.aike.ee
PSI No. 15636	A&M Kreativfabrik GmbH, AUSTRIA	
PSI No. 15530	ARAP Relatiegeschenken BV, THE NETHERLANDS	www.arap.nl
PSI No. 17434	Arcadia Corporate Merchandise LTD, UNITED KINGDOM	www.arcadiaonline.co.uk
PSI No. 17452	Askon Werbung und Marketing e.K. Inh. Agnes Büchler-Zeise, GERMANY	www.askron.net
PSI No. 17478	Athlex Sportwear Inh. Markus Kolloch, GERMANY	www.attentive.nl
PSI No. 17495	Ballard Finland Oy, FINLAND	www.ballard.fi
PSI No. 17418	Best Promo Brands, S.L., SPAIN	www.bpbrands.com
PSI No. 17416	Bureau-Cart Ltcl., UKRAINE	www.buzokza.ua
PSI No. 17409	Caplife SPRL, BELGIUM	www.caplife.be
PSI No. 17471	Claudia Hirt Textiler Gastronomiebedarf Inh. Claudia Weber, GERMANY	
PSI No. 17500	contact Werbegeschenke Wiegers e.K. Inh. Godehard Wiegers, GERMANY	www.contact-weregeschenke.de
PSI No. 13937	Creon Promotion AB, SWEDEN	www.creon.se
PSI No. 17417	Crystal Galleries Limited, UNITED KINGDOM	www.crystalgalleries.co.uk
PSI No. 17421	Cuurts & gut Werbemittel-Agentur Inh. Lydia Cuurts, GERMANY	www.cuurtsundgut.de
PSI No. 17493	dailrade EKSPON SIA, LATVIA	www.eksponbirojs.lv
PSI No. 17433	der.werbeartikel. Inh. Eva Schneider, GERMANY	www.derwerbeartikel.de
PSI No. 8036	DUO - Revfi & Rottenbiller GmbH, GERMANY	www.duo-werbemittel.de
PSI No. 17427	Eindruck e.K. Inh. Stefan Bittel, GERMANY	www.werbeartikel-spion.de
PSI No. 17442	Eurex Stepan Matousek, CZECH REPUBLIC	www.eurex.cz
PSI No. 17466	Euro Gifts SRL, ROMANIA	www.eurogifts.ro
PSI No. 17489	Evroetalon LLC (Oasis), RUSSIAN FEDERATION	www.oasiscatalog.com
PSI No. 17465	Fanshops.be BVBA, BELGIUM	www.tophanz.com
PSI No. 12716	Firebrand Promotions Ltd., UNITED KINGDOM	www.firebrandpromotions.co.uk
PSI No. 1078	Flasbeck KG, GERMANY	www.flasbeck.de
PSI No. 17491	Forest Promotions Ltd, UNITED KINGDOM	www.forestpromotions.co.uk
PSI No. 17488	Gifting Ideas Pvt Ltd, INDIA	www.giftingideas.com
PSI No. 17411	Glücksconcept Inh. Emanuel Berrones, PORTUGAL	www.glucksconcept.com
PSI No. 17446	Goldenberg Group LLC, ESTONIA	www.kingjivabrik.ee
PSI No. 17425	Goodie Merchandising SL, SPAIN	www.goodie.es
PSI No. 15945	Gopromo Inh. Monique Goebegebuure, THE NETHERLANDS	www.gopromo.nl
PSI No. 17440	GSG Great Sport GmbH, GERMANY	www.greatsports.de
PSI No. 17438	Heartlands Business Gifts Ltd, UNITED KINGDOM	www.heartlandsbusinessgifts.co.uk
PSI No. 6627	Hera-Werbemittel Ralf Zwick, GERMANY	
PSI No. 17443	Hero Profile A/S, NORWAY	www.heroprofil.blogspot.com
PSI No. 17412	HOLDING PARTNERS CHOICE & IVOO LTD, CAMEROON	www.hpcicameroun.com
PSI No. 17458	Horka Overgssel BV, THE NETHERLANDS	www.horka.nl
PSI No. 17454	Hummel Design + Printmedien Inh. Hans-Peter Hummel, GERMANY	www.hummel-dp.de
PSI No. 17420	HYLIGHTS SARL, LUXEMBOURG	www.onboard.lu
PSI No. 17423	ICKONE SARL, FRANCE	www.ickone.com
PSI No. 17436	Ignite Incentives Ltd, UNITED KINGDOM	www.igniteincentives.co.uk
PSI No. 13561	In Extremis Pub. e Marketing Lda., PORTUGAL	www.inextremis.pt
PSI No. 17462	Ink Design Solution inh. Raluca Rotaru, ROMANIA	
PSI No. 17437	INNOVATION 1st LTD, UNITED KINGDOM	www.innovation1st.com
PSI No. 17422	IWS Warenhandel und Stickdienst Inh. Irene Maurer, AUSTRIA	www.stickdienst.at
PSI No. 15365	J.A.N. Promotion GmbH, AUSTRIA	www.jan-promotion.at
PSI No. 17477	Jepp Promotional Products Inh. Niels Weiland, THE NETHERLANDS	www.jepp.cc
PSI No. 17472	jump Sales & Marketing Service GmbH, GERMANY	www.zahnpromo.shop
PSI No. 17445	K6 EUURL, FRANCE	www.k6-objet.com
PSI No. 15883	Kirchhoff Prima Werben Inh. Paul W. Kirchhoff, GERMANY	www.prima-werben.de
PSI No. 14511	Kirsten Promotions Inh. Franz Kirsten, GERMANY	www.kirsten-promotions.de
PSI No. 17474	Klein en Sterk Inh. Sietske Jansen, THE NETHERLANDS	www.kleinsterk.nl
PSI No. 17484	Kopierladen Inh. Martina Karnath, GERMANY	www.kopierladen-berlin.de
PSI No. 17431	Korhammer Design GmbH, GERMANY	www.korhammer-design.de
PSI No. 17481	Logomotif.lu sarl, LUXEMBOURG	www.logomotif.lu
PSI No. 17444	Louter Promotion Marcel Louter, THE NETHERLANDS	www.louterpromotions.nl



Wir freuen uns über folgende neue Mitglieder im PSI Netzwerk:

We are looking forward to welcome the following new members to the PSI network:

PSI No. 17476	Loyalty Makers BV, THE NETHERLANDS	www.loyaltymakers.nl
PSI No. 17460	Lubicom Piotr Lubiejewski, POLAND	www.lubicom.pl
PSI No. 17456	Machsport GmbH, AUSTRIA	www.mach-sport.com
PSI No. 17428	match & more GmbH, GERMANY	www.matchandmore.de
PSI No. 17459	MCS Kick & Rush SA, BELGIUM	www.mcs-group.com
PSI No. 12209	Media Werbung e.K. Inh. Tobias Wieggers, GERMANY	www.media-werbung.de
PSI No. 17414	MegaB Promotional LLC, GEORGIA	www.megab.ge
PSI No. 6361	METHODAN ApS, DENMARK	www.metodan.dk
PSI No. 17424	mkdruckdesign.at Marcel Körbler, AUSTRIA	www.mkdruckdesign.at
PSI No. 17449	Museion-Versand GmbH, GERMANY	www.museion-berlin.de
PSI No. 17447	neunzehn77.com GmbH, AUSTRIA	www.neunzehn77.com
PSI No. 17451	OGG Finland Inh. Mika Nitovuori, FINLAND	www.ogg.fi
PSI No. 17469	Outstanding Branding LTD, UNITED KINGDOM	www.outstandingbranding.co.uk
PSI No. 17499	Papier Ludwig GmbH & Co. KG, GERMANY	www.palu-wetzlar.de
PSI No. 3976	Parnass Presentreklam Sweden AB, SWEDEN	www.parnass.se
PSI No. 17430	PIMENNO OY, FINLAND	www.pimennenno.fi
PSI No. 17415	Polimorf, Marc Simon, GERMANY	www.polimorf.de
PSI No. 17480	Print Options Co. Limited, MALTA	www.printoptions.com.mt
PSI No. 17487	Profil&Reklam HB, SWEDEN	www.profilreklam.se
PSI No. 17439	Proforma Marketing Consiere LTD, UNITED KINGDOM	www.proforma.com
PSI No. 17498	Promo Expo LLC, AZERBAIJAN	www.depromo.az
PSI No. 17475	PromoBee Rene Kerkhof, THE NETHERLANDS	www.promobee.nl
PSI No. 17448	Qlick Promo International BV, THE NETHERLANDS	www.qlickinternational.com
PSI No. 17432	Qualitekna s.r.l., ITALY	
PSI No. 9153	Raab Siebdruck GmbH, GERMANY	www.raabsiebdruck.de
PSI No. 5086	Roupez Profil Collection AB, SWEDEN	www.roupezprofile.se
PSI No. 15430	Sagapao s.r.l., ITALY	www.sagapao.com
PSI No. 17473	schrema werbung KG, GERMANY	www.schrema.de
PSI No. 17467	shirts and more Ljiljana Turina, GERMANY	
PSI No. 17450	SIA Swangifts LTD, LATVIA	www.swangifts.lv
PSI No. 4298	Sierhuis Relatiengeschenken B.V., THE NETHERLANDS	www.sierhuis.nl
PSI No. 17426	Silvia Bruin Relatiengeschenken, THE NETHERLANDS	www.silviabruin.nl
PSI No. 17457	SJ RegaloEmpresas Promociones Publicitarias SL, SPAIN	www.regaloempresas.com
PSI No. 17483	SMS Schenken macht Spass GmbH, GERMANY	www.schenkenmachtspass.com
PSI No. 17413	Sourcing Box Limited, UNITED KINGDOM	www.sourcingbox.co.uk
PSI No. 17492	Staples Finland Oy, FINLAND	www.staples.fi
PSI No. 17482	TG Organizasyon Danismanlik Ve Ins Malz Dic Ltd, TURKEY	
PSI No. 10147	Tim Design GmbH, GERMANY	www.timdesign.info
PSI No. 13325	Time Control John Zisis, GREECE	www.timecontrol.gr
PSI No. 17468	TU Agenda Comercial S.L., SPAIN	www.tuagendacomercial.com
PSI No. 17470	TYKE exclusivas promocionales S.L., SPAIN	www.tyke.es
PSI No. 17435	U name it Promotion Ltd, UNITED KINGDOM	www.urnameitpromotions.co.uk
PSI No. 5748	Die UKW Vertriebs GmbH, GERMANY	www.dieukw.de
PSI No. 17419	Uppermost Business Gifts Ltd, UNITED KINGDOM	www.uppermost-business-gifts.co.uk
PSI No. 17494	USBfactory SARL, SWITZERLAND	
PSI No. 17455	Vaja's Manufacturers Limited, KENYA	www.vajas.com
PSI No. 15445	Vos en Setz B.V., THE NETHERLANDS	www.vosensetz.nl
PSI No. 17441	Wallex AB, SWEDEN	www.wallex.se
PSI No. 17453	Watch-it Vop, THE NETHERLANDS	www.watch-it.nl
PSI No. 17408	WEBCOM & ASSOCIES SAS, FRANCE	www.webcom-lesite.com
PSI No. 17461	Werbartikel MAX Inh. Matthias Axmann, GERMANY	www.werbartikel-max.de
PSI No. 17501	Werbetechnik Spiegl Inh. Kevin Spiegl, AUSTRIA	www.ws-folie.at
PSI No. 17410	Wild at Art Design Inh. Birgit Bertz, GERMANY	www.wild-at-art-design.com
PSI No. 14807	WIMMESBERGER GmbH, AUSTRIA	www.wimmesberger.at
PSI No. 17479	ZaaKado BV, THE NETHERLANDS	www.zaakado.nl
PSI No. 17485	ZIP Office Solutions Ltd, IRELAND	www.zipoffice.ie

Neue Mitglieder | New Members

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

### PSI Lieferant / Supplier

PSI No. 49867	Alpha Art Gifts LLC, UNITED ARAB EMIRATES	www.alphaartuae.com
PSI No. 44336	I. Arbeid Uurwerken B.V., THE NETHERLANDS	www.arbeid-uurwerken.nl
PSI No. 49903	B & D Textiles GmbH, GERMANY	www.bd-textiles.de
PSI No. 49907	Bag Factory Capitalist LT, UAB, LITHUANIA	www.bagfactory.eu
PSI No. 49901	bizy.Cards Inh. Borys Chibisov, GERMANY	www.bizy.cards
PSI No. 49882	Blick Art Creativ GmbH, GERMANY	www.blick-art.de
PSI No. 49873	Button-King ist eine Marke der Heldenwerbung GmbH, GERMANY	www.button-king.de
PSI No. 49910	CPR GmbH, GERMANY	www.mein-werbekondom.de
PSI No. 44115	DELTA SAS, FRANCE	www.delta-import.com
PSI No. 49896	Dreamseat Europe Andreas Egger, AUSTRIA	www.dreamseat.eu
PSI No. 49869	Ellevu SRL, ITALY	www.ellevuurl.it
PSI No. 49878	Firma Emidas Jake Trzesczynski, POLAND	www.emidas.pl
PSI No. 49898	GAMAX S.L., SPAIN	www.gamax.es
PSI No. 49880	Inkcups Now Corporation, UNITED STATES	www.inkcups.com
PSI No. 49895	Joylu Sport S.L., SPAIN	www.joylu.com
PSI No. 43010	KERAMIKOS Ltd, UNITED KINGDOM	www.mugsgalore.co.uk
PSI No. 49872	Landgarten GmbH & Co. KG, AUSTRIA	www.landgarten.at
PSI No. 48040	Maceis Corporate Services Ltd., UNITED KINGDOM	www.maceis.com
PSI No. 49892	Maxili SAS, FRANCE	
PSI No. 49889	Meltem Tekstil Sanayii ve Ticaret Kollektif Sirketi Huseyin Aras ve Ortagi, TURKEY	www.meltemteksil.net
PSI No. 49886	Modern Forms Marcin Bosek, POLAND	www.modernforms.eu
PSI No. 49879	multiScout GmbH, GERMANY	www.multiscout.de
PSI No. 49902	PIXSWEET B.V., THE NETHERLANDS	www.pixsweet.com
PSI No. 49874	PNT Production GmbH VINAYAK, GERMANY	
PSI No. 49891	PPIB Services SAS, FRANCE	
PSI No. 49900	Prime Guest GmbH, GERMANY	www.primeguest.de
PSI No. 49893	Printspaul GmbH & Co KG, GERMANY	www.printspaul.com
PSI No. 49894	Ram Promotions Ltd, UNITED KINGDOM	www.rambranding.com
PSI No. 49871	Reflects LTD. Branch Office Germany, GERMANY	www.reflects.hk
PSI No. 49888	Reviermanufaktur GmbH, GERMANY	www.reviermanufaktur.de
PSI No. 49897	Royalumbrella In One Day Pawel Szlafka, POLAND	www.royalumbrella.pl
PSI No. 49881	Schwarz Company Inh. Werner Schwarz, GERMANY	www.schwarz-company.de
PSI No. 49904	Illuminated Apparel Serious Enterprises Limited, UNITED KINGDOM	www.illuminatedapparel.co.uk
PSI No. 49885	SIL.AN PROMOZIONI S.R.L., ITALY	www.silanpromozioni.it
PSI No. 49890	Smartwares Safety & Lighting GmbH, GERMANY	www.smartwaresgroup.com
PSI No. 49899	Solo Invest Spain S.L., SPAIN	www.sols.es
PSI No. 49908	Stikbox Ltd, UNITED KINGDOM	www.stikbox.com
PSI No. 49906	The Bag Lab.eu Key Merchandise B.V., THE NETHERLANDS	www.keyme.eu
PSI No. 49877	Butterfly Effect The Important Man Ltd, ISRAEL	www.butterfly-e.eu
PSI No. 49905	the markeTEArS, THE NETHERLANDS	www.themarketears.com
PSI No. 49887	Unique Books Ltd, UNITED KINGDOM	www.uniquebooks.london
PSI No. 46516	USB-FlashDrive.com Product Expectations Ltd., UNITED KINGDOM	www.usb-flashdrive.com
PSI No. 48651	Venter-Glocken GmbH, GERMANY	www.venter-glocken.de
PSI No. 49868	Voyager Blue LTD, UNITED KINGDOM	www.voyager-blue.com
PSI No. 49884	Nordic Bagdesign Wasa Asian Trading Ltd, FINLAND	www.bagdesign.fi
PSI No. 49909	WM Sport® Inh. Wolfgang Mackewicz, GERMANY	www-wm-sport.de
PSI No. 49876	Wottoline S.A., SPAIN	www.wottoline.es
PSI No. 49883	YOUNG GENERATION Merchandising GmbH, GERMANY	www.younggeneration.de

**INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS**

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page			
44291	Araco International B.V.	051	49003	PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	029, 053, U3/IBC
PSI Partner	AUMA e.V.	095	47182	PSP Porges, Siklóssy & Partner GmbH	088
45452	CD-LUX GmbH	021	49862	Reisenthal Accessoires GmbH & Co. KG	063
45619	CLIPY Artur Begin, S.L.	U2/IFC	48720	Roll-up Bayern	049
42819	Gustav Daiber GmbH	005, 045	43053	Strimaxx & Friends GmbH	061
PSI Partner	EQUITANA - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	067	44970	SUCCESS - Dr. Rolf Hein GmbH & Co. KG	083
PSI Partner	FIBO - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	027	10965	TRIGON Deutschland GmbH (ehemals SEMO Deutschland GmbH)	003, 086
41734	Giuseppe Di Natale S.p.A.	069	41848	Uljö e.K. Christa Hümmerich	086
47893	GK Handelsplan GmbH	088	48950	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	077
45666	Halfar System GmbH	065	44281	Vacu Vin - IIC Deutschland GmbH	049
41016	Heri-Rigoni GmbH	047		VICTORINOX AG	002
46235	Herka GmbH	049		Beilage / Insert (*Teillauflage / part circulation)	
42907	Inspirion GmbH	041	48792	Exclusive Gifts B2B GmbH Official Moleskine B2B Distributor	*
PSI Partner	IPSA - Institute of Professionals in Specialty Advertising	075	46626	Global Innovations Germany GmbH & Co. KG	
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co. KG	U4/OBC		PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	07			
46131	KHK GmbH	007			
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	087			
42438	Lediberg GmbH	071			
44455	LINOTEX GmbH	086			
47814	Lupenmaxx GmbH	087			
40111	MARTOR KG	086			
42020	mbw® Vertriebsges. mbH	053			
40660	PF Concept Deutschland GmbH	043			
49467	PiNkey AG	086			
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	086			
42332	prodir S.A.	001			
PSI Partner	PROMOSWISS Verband der Schweizerischen Werbeartikelindustrie	081			

**FRÜHBUCHER AKTION**  
Jetzt Frühbucher-Vorteile sichern!

# PSI Media Guide 2017

**DOWNLOAD**  
[psi-network.de/mediadaten](http://psi-network.de/mediadaten)

Reed Exhibitions

## Realsatire

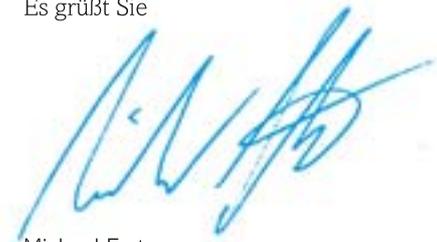
# R

ealsatire, wo immer man hinschaut. Wenn es nicht so traurig wäre, müsste man den ganzen Tag vor Lachen am Boden liegen. DT bringt jeden Tag eine neue Folge auf Twitter. In Deutschland wird ein Satiregedicht gegen Erdogan mitsamt Autor inquisitorisch vor Gericht gezerrt. Satire oder Beleidigung? Eine deutsche Richterin traut sich nicht zu entscheiden und verbietet einen Teil des Gedichtes. Das wird nur noch durch das Agieren von Unternehmen getoppt. Einen Höhepunkt dieses Fehlverhaltens bietet der Abgasskandal des Automobilkonzerns Volkswagen in Verbindung mit der Politik. 12 Millionen Euro Abfindung für eine Frau, die 13 Monate gearbeitet hat, um Licht in den Skandal zu bringen. Von einer Partei (der SPD) im Aufsichtsrat mit genehmigt, die gleichzeitig die Reduzierung von Managergehältern fordert. Und im öffentlichen Sektor dürfen Mitarbeiter nicht einmal mehr einen Kaffee annehmen. Realsatire zum Weinen.

Richter treffen keine klaren Entscheidungen mehr, Gesetze werden nicht ausgeschöpft. Und Unternehmen machen ihre eigenen Gesetze. Sie sind oft härter und schärfer als europäische Gesetze. Und unnötiger als 100 Jahre alte, verstaubte Paragraphen. Und jeder definiert für sich. Das Ganze wird unter dem nebulösem Begriff Compliance zusammengefasst, der im Kern das Einhalten von Gesetzen fordert, nicht aber die Definition von überflüssigen neuen Gesetzen und Regeln in Unternehmen.

Diese Compliance-Regelungen schaffen Unsicherheit und generieren mehr Schaden als Nutzen. Schaden für hocheffektive und hocheffiziente Marketinginstrumente. Schaden für den Werbeartikel. Der deutsche Professor Hans Rück, Spezialist für Compliance, sieht Werbeartikel klar als Werbeträger, die legale und legitime Marketinginstrumente darstellen und nichts in einer Korruptionsdebatte zu suchen haben. Aus diesem Grund haben wir im GWW einen Leitfaden für den Umgang mit diesem Thema entwickelt. Jeder Einzelne von uns sollte dazu beitragen, den Werbeartikel in die Ecke zu stellen, wo er hingehört: ins Marketing.

Es grüßt Sie



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



79

**Au**

Aufträge

49

**In**

Internationalität

# FAKTOR AKQUISE

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

ERFOLG  
DURCH  
MESSEN  
.DE



**AUMA**

Die deutsche  
Messewirtschaft



## Nachhaltigkeit lohnt sich

Ein ganzheitliches Konzept in Sachen Nachhaltigkeit schützt zum einen die Umwelt, schont Ressourcen, dokumentiert soziale Standards und hilft ganz nebenbei sich von der Konkurrenz abzugrenzen. So befassen sich laut PSI Branchenbarometer beispielsweise über 55 Prozent der Lieferanten des PSI Netzwerks mit den Themen Nachhaltigkeit und dem dazugehörigen Qualitätsmanagement. Dass sich ein achtsames Verhalten gegenüber der Umwelt langfristig lohnt, setzt sich auch mehr und mehr im Bewusstsein der Konsumenten fest. Grund genug, das Thema ins Zentrum unserer kommenden Produktschau zu rücken. Der zweite Themenschwerpunkt präsentiert werbestarke Produkte aus dem Bereich von Süßwaren und Kulinarischem.

**Bitte denken Sie schon jetzt an das Produktthema der Ausgabe Mai 2017 mit den Themengruppen „Lifestyle, Wellness und Gesundheit“ sowie „Messer, Werkzeug und Sicherheitsprodukte“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 17. März 2017 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail [hoechemer@edit-line.de](mailto:hoechemer@edit-line.de).**

## PSI FIRST Awards verliehen

50 neue Werbeartikel wurden auf der der PSI 2017 im Rahmen des PSI FIRST Clubs vorgestellt – und auch in diesem Jahr haben die Messebesucher wieder ihren Favoriten gewählt. Nun wurden die drei Gewinner bei einem festlichen Dinner im Innside Düsseldorf Hafen mit dem People's Choice Award ausgezeichnet. PSI Journal zeigt die Highlights eines feierlichen Abends.



## Beeindruckende Produktion

Die BDW VIP-Band e.K. aus dem schwäbischen Reichenbach an der Fils nahe Stuttgart offeriert unter dem Label „Securticket.com“ Kontrollarmbänder, Lanyards, Buttons und Zubehör für Veranstaltungen aller Art.



„Made in Germany“ bedeutet bei dem seit über 20 Jahren erfolgreichen Unternehmen vor allem schnelle, qualitativ tadellose Produktion. Dabei sind sowohl hohe Auflagen bis 250.000 Stück als auch Kleinstserien in kürzester Zeit versandfertig. Wir konnten uns direkt vor Ort davon überzeugen.

## 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](http://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

### Key Account Kunden

**Key Account Manager:** Armin Cyrus,  
[armin.cyrus@reedexpo.de](mailto:armin.cyrus@reedexpo.de)

### Cross Media Sales

**Sales Manager:** Senija Menzel,  
[senija.menzel@reedexpo.de](mailto:senija.menzel@reedexpo.de),  
Karsten Böhme  
[karsten.boehme@reedexpo.de](mailto:karsten.boehme@reedexpo.de)

**Sales Executive:** Thomas Passenheim,  
[thomas.passenheim@reedexpo.de](mailto:thomas.passenheim@reedexpo.de)  
Alexandra Rymanova,  
[alexandra.rymanova@reedexpo.de](mailto:alexandra.rymanova@reedexpo.de)

### Regionale Kontakte

**Belgien und Frankreich:** Reed Exhibitions ISG Belgien und Frankreich  
Alexandre Graziani,  
[agraziani@reed-export.fr](mailto:agraziani@reed-export.fr)

**Italien:** Reed Exhibitions ISG Italy s.r.l.  
Luigi Quadrelli  
[luigi.quadrelli@reedexpo.it](mailto:luigi.quadrelli@reedexpo.it)

**Spanien:** GPE S.L.  
Olga Pons,  
[gpe@gpexpo.com](mailto:gpe@gpexpo.com)

**Türkei:** Istexpo  
Ismail Sezen,  
[ismail@istexpo.com](mailto:ismail@istexpo.com)

**UK:** Reed Exhibitions ISG UK  
Daniel Cordock,  
[daniel.cordock@reedexpo.co.uk](mailto: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](http://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.



# PSI SUSTAINABILITY AWARDS

## 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.

**Jetzt teilnehmen.**

Mehr Informationen unter [www.psi-awards.de](http://www.psi-awards.de)



Fotos: © Behrendt und Rausch | © fotolia.de

# Oster-Giveaways Neu 2017!

Am 16. April  
ist OSTERN

!!!



Oster-Sixpack



*Lindt*



Osternest



Gubor Osterhase



Ostersäckchen