

PS1

JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

März 2018

57. Jahrgang



Optimale Performance

Wolf Creemers
Giving Europe

Trends & Brands

Trendfarbe Violett
Renaissance der
Schreibkultur

Product Guide

Koffer, Taschen, Lederwaren
Textilien, Caps, Accessoires

PF Concept

Zukunftsorientiertes
Katalogkonzept



PSI 2018 SPECIAL

Samsonite



Ein Statement für den professionellen Business Auftritt

Das setzen Sie am besten mit Business-Taschen aus den Kollektionen ZALIA WOMEN, PRO DLX 5 MEN und CLASSIC CE.

PSI NEUHEITEN 2018



Zalia Bailhandle



Pro DLX Bailhandle



Classic CE Laptop Backpack 15,6"



Classic CE Laptop Bag 15,6"



Pro DLX Backpack 3V



Editorial

Digitales, Qualität und PR-Arbeit

Seine Mitglieder auf die Zukunft vorzubereiten und sie dorthin mitzunehmen, ist für Branchenverbände Aufgabe und Daseinsberechtigung zugleich. Der Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft in Deutschland (GWW) wird in der kommenden Legislaturperiode – gerade wurde der Vorstand neu gewählt (S. 66) – drei Themen in den Vordergrund seiner Arbeit stellen: Digitales, Qualität und Öffentlichkeitsarbeit.

Ein Arbeitskreis bearbeitet bereits seit fast zwei Jahren die Thematik Digitales und hat jüngst erste Ergebnisse vorgelegt. Ziel der Aktivitäten ist es, Datenflüsse und Datenaustausch in der Branche zeitgemäß zu gestalten. Keine leichte Aufgabe bei der Vielzahl von Artikeln, der Vielzahl von Anbietern, national und international, und mehreren tausend Händlern und Beratern im Markt. Aber was bis jetzt auf den Weg gebracht wurde, kann sich sehen lassen und zeigt, dass die Branche sich hier dringend weiter professionalisieren muss.

Neu hinzugekommen ist eine Qualitätsoffensive. Auch hier wurden schon seit einem Jahr Vorarbeiten geleistet. Jetzt ist das Ziel formuliert: Ein Gütesiegel soll etabliert werden, das dem Industriekunden in Bezug auf Gesetzeskonformität und Nachhaltigkeit Sicherheit garantiert. Eine zu schaffende Gütegemeinschaft soll als Ziel auch den Teilnehmern klare Wettbewerbsvorteile am Markt verschaffen.

Ein drittes Feld der GWW-Arbeit wird sich mit der Öffentlichkeitsarbeit für den Werbeartikel beschäftigen. „Pro Werbeartikel“ heißt der Arbeitsauftrag. Gezielt sollen Meinungsbildner und Meinungsträger in Politik, Medien und Gesellschaft künftig über Brancheninteressen und Wirkung des Werbeartikels informiert werden. Erster Schritt wird dabei sein, eine professionelle Datenbank zu erstellen, damit Informationen künftig zielgenau an Adressaten gesendet werden können. Ein diesbezüglicher Arbeitskreis formiert sich gerade.

Drei Themenfelder, die jeweils eine große Herausforderung sind, wenn man in Rechnung stellt, dass alle Arbeit ehrenamtlich erbracht werden muss. Nötige Ausgaben für technischen Support, Beratung durch Externe und Medialeistungen sind aber budgetär abgesichert. Hinzu kommt, dass dies alles neben der Alltagsarbeit eines Gesamtverbandes geleistet werden muss. Deshalb leite ich auch an dieser Stelle gerne die Bitte des GWW weiter, dass sich möglichst viele an der Arbeit beteiligen und noch mehr Unternehmen als bisher dem Verband beitreten sollen – der Vorteil in dieser Gemeinschaft ist garantiert.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

DNA

is in the detail.

D - module

C - module

A - module

B - module



—
Change your DNA.
Create your own DNA pen choosing among over 60 interchangeable A-B-C-D modules.
Play on dna.prodir.com

DNA.
Identity pen.

Pagani Pens SA
Prodir Division

Prodir GmbH
Hotline: 06762 - 4069-0

—
prodir.com
open.prodir.com

Personality pens.
Swiss made.

prodir®



**VORRÄTIGEN FARBEN INKL. DRUCK
INNERHALB 14 TAGEN**

**INDIVIDUELLES DESIGN
AB 500 STÜCK**

TASCHEN AUS PLASTIKFLASCHEN

Faltbare Taschen aus 100 % recycelten
Plastikflaschen, mit dem Global
Recycling-Standard zertifiziert. Bequem,
stark und umweltfreundlich!



INSPIRATION



**RECYCLE
BAGS**

WWW.RECYCLEBAGS.EU

Zonnehorst 16 | 7207 BT Zutphen | The Netherlands
+31 (0) 575 515 455 | info@recyclebags.eu

Powered by
SL BAGS



TRENDS & BRANDS

4

PSI 2018 SPECIAL

8

MARKTFORSCHUNG

40

PRODUCT GUIDE

Koffer, Taschen, Lederwaren

42

BRANCHE

Unternehmen, Ereignisse, Märkte

62

GWW Jahreshauptversammlung 2018:

Die Zukunft im Blick

66

Kaldenbach Group – [kuadra:t] Hausmesse

68

wmm 2018: Neuheiten, Trends, Know-how

70

PRODUCT GUIDE

Textilien, Caps, Accessoires

72

UNTERNEHMEN

PF Concept: Neues Katalogkonzept 2018

84

Giving Europe: Wolf Creemers im Gespräch

86

PRODUCT GUIDE

Innovative Produkte

88

MYPSI

96

MEINUNG

102

VORSCHAU – IMPRESSUM

104



PSI 2018:

Innovation und Inspiration

8

Werbeartikel als Lifestyle in Szene zu setzen – das macht den Charakter der PSI aus. Auch in ihrer 56. Auflage. „In vielen Bereichen beobachten wir so etwas wie eine haptische Revolution“, war eine der abschließenden Aussagen von PSI Geschäftsführer Michael Freter. In einem großen „PSI 2018 Special“ haben wir Impressionen und Stimmen, frische Ideen und Innovationen der europäischen Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft zusammengetragen.

GWV: Die Zukunft im Blick

66



Am 1. Februar hatte der GWV (Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft) zu seiner Jahreshauptversammlung nach Hanau geladen. Neben verbandsinternen Themen sowie Vorstandswahlen standen die Ergebnisse der verschiedenen Arbeitskreise auf der Agenda.

PF Concept: Neues Katalogkonzept

84

PF Concept war einer der größeren Aussteller der PSI 2018. Der Werbemittelspezialist hatte jedoch nicht nur mehr als 200 Produktneuheiten im Gepäck, sondern auch ein zukunftsorientiertes Katalogkonzept. Wir stellen das mehrteilige Konzept vor.



„Optimale Performance“

86

Seit 1. Dezember 2017 ist Wolf Creemers neuer Geschäftsführer des niederländischen Werbeartikellieferanten Giving Europe und folgt damit Stef van der Velde. Wolf Creemers sprach mit uns über seine Beweggründe, zu Giving Europe zu gehen und über die Zukunft des Unternehmens sowie der Branche.



Frische Ideen in Plüsch!

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

NEU!

SEMO Soft Minis

Die neue
softige Mini-
Collection
von SEMO



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



Das Farbunternehmen **Pantone** hat gesprochen. Die „Farbe des Jahres“ 2018 ist Ultraviolett. Und zwar nicht irgendein Ultraviolett, sondern, wie es das Farbinstitut auf seiner Homepage pantone.com selbst ausdrückt, ein „dramatisch provokativer und nachdenklicher Violetton, der Originalität, Einfallsreichtum und visionäres Denken kommuniziert“. Aus Marketing-Sicht ist die Farbe Violett durchaus interessant, sagt 99designs, weltweit agierender Online-Marktplatz für Grafikdesign. So verbinden wir mit Violett etwa Kreativität, Individualität, Luxus, Vornehmheit. Nach Aussage von 99designs haben wir keine wirklichen negativen Assoziationen mit Violett.



Auch die PSI hat den einen oder anderen violetten Akzent gesetzt – und dabei gleich auch noch eine Neuheit präsentiert: eine Trinkflasche aus Silikon, die sich im leeren Zustand auf Westentaschengröße bringen lässt. Farblich griffen die Aussteller der PSI dann gleich noch einen weiteren kreativen Trend des Jahres 2018 auf. Laut dem „Creative Trends Report“ von Shutterstock sind lebendige Pastellfarben sehr angesagt.

NEU

JETZT KATALOG
ANFORDERN!

SÜßE OSTERPRÄSENTE IN PREMIUM-QUALITÄT!



Lindt Mini-Eier
6er-Set



Großes Osternest
mit Schokolade von Lindt



Werbewürfel
mit süßer Füllung



Milka
Osternest mit Schokolade
von Milka



Lindt
Werbe-Osterei
mit süßer Füllung



Ritter Sport
Quadretties
in Präsentbox



Lindt
Lindt Herz
in Präsentbox



Die Experten für Süße Werbemittel:

Mehr Begeisterung. Mehr Möglichkeiten. Mehr Service.

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

CD LUX



Renaissance der Schreibkultur

Mit Hand zu schreiben, ist in. Mega-in. Dabei erlebt nicht nur die Kalligrafie eine wahre Renaissance. Auch neue Trends boomen – sei es „Handlettering“, also die Kunst, Wörter schwungvoll schön zu schreiben, „Sketching“, das Erstellen visueller Notizen, oder das sich zunehmender Beliebtheit erfreuende Bullet Journaling, eine Mischung aus handgeschriebener und skizzierter To-do-Liste, Notiz- und Tagebuch.

Allen gemeinsam ist der Minimalismus der benötigten Materialien: **Stift und Notizbuch**. Die PSI 2018 bot auch dafür reichlich und vielfach hochwertige Produktideen. Werbeartikel als Lifestyle in Szene gesetzt – das machte auch in diesem Jahr wieder den Charakter der PSI aus.



myrtle
beach

JAMES &
NICHOLSON



Made with 100%
Organically Grown Cotton
Certified by CU853836

daiber

Hotline: +49 7432/7016-800
www.daiber.de

Textilien gehören seit Jahren zu den am schnellsten wachsenden Produktsegmenten auf der PSI. In diesem Jahr war die Halle 10 als beeindruckender Hotspot werblicher Mode und Accessoires eines der Highlights der Messe. Schicke Kollektionen und mitreißende Shows, aber auch viel Information rund um Veredelung und Einsatz von Werbetextilien bestimmten das Bild der Halle.



Immer wieder ein Erlebnis: Der PSI CATWALK setzt Promotionwear attraktiv in Szene.



Über 200 Aussteller zeigten auf der PSI 2018 ihre aktuellen Sortimente, die inzwischen weit über Shirts, Caps, Schals, Krawatten und Co. hinausreichen. Hinzu kam ein umfangreiches Programm, das auf neu konzipierten Sonderflächen alle denkbaren Veredelungsmöglichkeiten präsentierte sowie umfangreiches Hintergrundwissen vermittelte. Ein weiterer Schwerpunkt war die nachhaltige Herstellung und Verarbeitung im Textilsektor. Der mittlerweile schon traditionelle PSI CATWALK mit professionellen Shows und sympathischen Models rundete die spektakuläre Messeinszenierung des Themas Werbetextilien ab.

Trends und Möglichkeiten

Mit einem signifikant erweiterten Textilangebot hat die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft das riesige Spektrum des aufstrebenden Produktsegments aufgezeigt. Denn die Werbeartikelindustrie profitiert von allen neuen und gängigen Trends, die die schnelllebige, krea-

Halle 10 der PSI als Modezentrum der Werbeartikelbranche

Textile Erlebniswelten



tive Modebranche im Rekordtempo hervorbringt. Für den schnellen Überblick über das Textilangebot der PSI leistete der Hallenfaltplan mit entsprechenden Piktogrammen den Besuchern gute Dienste, um sich auf die erstmals angebotene „Textile Discovery Tour“ mit neuen Präsentations- und Informationsformaten zu begeben. Zusätzlich gab es Infos im Messekatalog und auf der PSI-Webseite. So gelangte der Händler auf kürzestem Weg zu den gesuchten Lieferanten und wurde überdies mit Informationen zu den wichtigsten Programmhightlights versorgt. Premiere feierte etwa der Walk of Cotton, der einen Exkurs mit allem Wissenswerten rund um das Thema Baumwolle bot.

Siegeszug der Baumwolle

Entlang eines Baumwollpfades auf einer der zahlreichen Sonderflächen erzählte Rainer Schlatmann, Redakteur der Bremer Baumwollbörse, vom Siegeszug der Pflanze, die uns täglich in Form unserer Kleidung begleitet: „Gezeigt werden die Wachstumsstadien und die unterschiedlichen Qualitäten der Baumwolle aus verschiedenen Ländern und der weite Weg vom Sämling bis zum fertigen T-Shirt“, fasst der Experte in aller Kürze zusammen. Dabei erzählte der Walk of Cotton von der Baumwollpflanze, einem nachwachsenden und biologisch vollständig abbaubaren Rohstoff. Dank immer weiter entwickelter Anbaumethoden konnte der Ertrag seit den 1950er Jahren auf gleicher Fläche nahezu verdreifacht werden. „Die Anbaufläche hingegen hat sich seit fast 70 Jahren weltweit nicht vergrößert“, hat Schlatmann recherchiert. Zugenommen haben jedoch die Anforderungen an die Faserqualität: „Eine bestimmte Festigkeit, Farbe, Feinheit, Gleichmäßigkeit sind nur einige Parameter, die von der Textilindustrie nachgefragt werden“, so der Experte, der auf die hohe Qualität der langstapeligen Giza-Baumwolle aus Ägypten oder der Pima-Baumwolle aus den USA verweist, die besonders feine Garne ergeben. In diesem Zusammenhang ist Bedingung, dass Saatenforschung und Landwirtschaft beständig gute Arbeit leisten, um das Naturprodukt entsprechend den gewachsenen Anforderungen zu züchten. Neben Ägypten und den USA gehören zudem Indien, China, Pakistan, Brasilien sowie Usbekistan, die Türkei, Australien, Turkmenistan und Burkina Faso zu den wichtigsten Anbauregionen der Welt. Mit der Herstellung von Baumwolle sind weltweit jährlich rund 250 Millionen Menschen in 80 Ländern beschäftigt.

Praxisforum zu Fair Trade und Fair Wear

Direkt auf der Fläche des Walk of Cotton informierten neben Rainer Schlatmann auch weitere Textil-Experten wie Lina Pfeifer (Global Organic Textile Standard, GOTS), Birgit Jussen von Quality Matters sowie Heike Hess vom Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft, in Vor-

trägen und Workshops über die gesamte Baumwoll-Lieferkette. Neben landwirtschaftlichen Anbaumethoden und Umweltschutz bildete auch das Thema Nachhaltigkeit mit Aspekten des sozialen Handelns wie etwa gerechten Arbeitsbedingungen und fairer Entlohnung einen Schwerpunkt: „In jüngerer Vergangenheit hat in der Textilindustrie in Sachen Nachhaltigkeit ein Umdenken stattgefunden, einhergehend mit einem Trend zu qualitativ hochwertigeren Produkten. Hier möchten wir textiles Know-how vermitteln, mit dem sich der Werbeartikelhändler in die Lage versetzt, Fair Wear entsprechend kompetent zu verkaufen“, resümiert Stefan Roller-Aßfal, Leiter der Akademie für Textilveredlung und Kooperationspartner des PSI. „In puncto Nachhaltigkeit, insbesondere im Bereich der Werbetextilien, ist aber immer noch reichlich Missionarsarbeit vonnöten, um das Thema noch stärker ins Bewusstsein der Kunden zu bringen“, ergänzt der Textilfachmann. Auf der PSI konnte Rainer Schlatmann indes bereits deutliche Fortschritte ausmachen: „Der Markt verlangt natürlich auch nach Transparenz, nach Rückverfolgbarkeit von Themen. Interessant ist, dass wir hier auf der PSI intensiv über das Thema Nachhaltigkeit sprechen, auch im Werbemittelsegment insgesamt, was sehr erfreulich ist“, so der Redakteur der Bremer Baumwollbörse zum leicht gewachsenen Nachhaltigkeits-Bewusstsein innerhalb der Werbetextilbranche. Laut Stefan Roller-Aßfal sei die Textilbranche im Allgemeinen beim Thema Nachhaltigkeit jedoch schon erheblich weiter.

Vielfältig: Riesiges Angebot

Das breit gefächerte Angebot an Werbetextilien konzentrierte sich in der Textile Area in Halle 10. Aussteller wie zum Beispiel Triuso, ApparelScout, Wille, Aglika Trade, Printfield, Dogibear Promotions, ABER Textil+Design und Sport Böckmann zeigten hier ihr Sortiment – mit vielen interessanten Variationen und Neuheiten: „Wir setzen vor allem auf Funktionsbekleidung, die Werbemittelhändler auch stückweise ab Lager bestellen können, sowie auch von Partnern gelabelte Sonderproduktionen“, so Kristin Kremin, Head of Product Development & Sales bei Fifty Five. „Meine Lieblingsprodukte im Sortiment derzeit sind die in Orange, Grün und Schwarz erhältlichen Regenjacken, extrem leicht, superdünn, fast schon transparent, waserdicht und perfekt zu verstauen“, so Kremin zur jüngsten Produktneuheit im Portfolio. Bei Falk & Ross freute man sich über



Kristin Kremin,
Fifty Five



Rainer Schlatmann,
Bremer Baumwollbörse



Didier Collignon,
Falk & Ross



Christian Schink,
Cameo Laser



das große Interesse an veredelten Schuhen der Eigenmarke SG: „Ganz neu ist die selbst produzierte SGT-Linie, speziell hergerichtet für die individuelle Direkt-Veredelung mittels Digital- oder Transferdruck sowie per Stick auf textiler Oberfläche“, so René Weiß, Head of Sales Deutschland und Schweiz bei Falk & Ross. „Hier auf der PSI zeigen wir zudem unsere neue Kollektion an Naked Shirts, Tribel and V-Neck Shirts und die Baseball-Shirts in neuestem Style mit Dreiviertelarm“, ergänzt Didier Collignon, Group Chief Sales Officer. Hier und natürlich auch bei Brancheninsidern wie Gustav Daiber, Lynka, Tee Jays, Karlowsky Fashion, Halfar System, FARE, Club Crawatte, Matterhorn, Araco International oder PF Concept wurde König Kunde auf seiner Suche nach Neuheiten sowie bewährten Textilklassikern fündig und bestens beraten.



Jan Hebbecke,
Hebbecke

Kreativ: Individuelle Veredlungsmöglichkeiten

Erst durch die Veredelung wird aus einem Textil ein Werbeartikel. Für die Initiatoren der PSI Grund genug, den verschiedenen Veredelungsverfahren 2018 eine Hauptrolle im Messeprogramm einzuräumen – mit großem Erfolg: Zahlreiche Interessierte ließen sich an den fünf Praxisinseln von Druckmaschinenherstellern, Anwendern und Veredelungsexperten demonstrieren, wie vielfältig die Möglichkeiten der

Individualisierung auf Textilien sind. In Live-Demonstrationen wurde erklärt, wie Motive und Schriften auf die Textilien gelangen. So demonstrierten beispielsweise Maprom und Hebbecke an der Siebdruck-Insel das Veredelungsverfahren in seinen einzelnen Schritten. Jan Hebbecke, Technischer Leiter von Siebdruckmaschinenhersteller Hebbecke: „Im Karussellverfahren werden die vom Kunden gelieferten Substrate mehrfarbig veredelt, wobei unser Hauptgeschäft in der Bedruckung von T-Shirts liegt“, so Hebbecke, der gemeinsam mit Charlie Taublieb alle Hände voll zu tun hatte, um die mit einem glamourösen Kussmund veredelten Give-aways am Stand umzusetzen.

Stick: hochwertig und langlebig

Wie eine Stickmaschine funktioniert, welche Rolle Garne und Software spielen und wie das individuelle Motiv auf das Textil gelangt, zeigten ZSK Stickmaschinen, Melco International, Madeira Stickgarne und Männel Textile Kennzeichnungen an der Praxisinsel Stickerei. Dabei spielen vor allem die unterschiedlichen Qualitäten der Garne und die Garnvielfalt die Schlüsselrolle: „Polyesterfäden und Viskosefäden haben eine ganz unterschiedliche Aussagekraft hinsichtlich der Optik: Viskose glänzt durch eine sehr hohe Farbbrillanz und bringt eine große Lebendigkeit in den Stick hinein, wohingegen Polyesterfäden den großen Vorteil haben, besonders langlebig zu sein. Daher werden sie überall dort eingesetzt, wo die Teile beim Waschen und Tragen stark strapaziert werden“, erläutert Jens Zeuke, Sales-Manager der Madeira Garnfabrik. Dabei lassen sich nicht nur Logos und Slogans, sondern auch detailreiche Bildmotive umsetzen: „Der Stick hat die Optik eines hochwertigen Drucks und erlaubt auch die Umsetzung kleinster Details, alles auf der Grundlage einer grafisch vernünftigen Vorlage seitens des Kunden“, weiß Zeuke.



Jens Zeuke, Madeira

Wirtschaftlich: Laser- und Transferdruck

Cameo Laser und Trotec beweisen an der Station für Laserbeschriftung, dass die Vorteile vor allem in der Wirtschaftlichkeit liegen: „Insbesondere Jeansstoff, Softshell und Fleece lassen sich per Laser hervorragend veredeln. Auch hier gilt, dass wir im direkten Verfahren ohne Verbrauchsmaterial oder Werkzeuge zu einem beständigen, edlen Eindruck gelangen, alles ohne Nachbearbeitung“, erklärt Christian Schink, Fachberater Lasertechnik von Cameo Laser. Keine Fragen offen blieben auch an der Praxisinsel für Transferdruck: Dabei stellte Mimaki seinen für die kostengünstige Produktion hochwertiger textiler Anwendungen entwickelten Rollen-Sublimationsdrucker vor, ideal für den qualitativ hochwertigen Transferpapier-Sublimationsdruck von Kleinserien und eingesetzt für Mode-Anwendungen, Sport- und Schwimmbekleidung sowie Schuhe. Bei diesem Druckverfahren wird der Farbstoff in den Trägerstoff, in der Regel synthetische Fasern, eingedampft, sublimiert, wofür Transferpapiere und -folien sowie Spezialtinten verwendet werden. Neben dem Sublimationsverfahren für fotorealistische Druckmotive zeigte etwa IVM SignTex, wie die Verarbeitung von Flock- und Flexmaterialien funktioniert und erklärte die Anwendung von Plotter- und Print and Cut-Technologien: „Mit ziemlich wenig Aufwand, lediglich mit Hilfe eines Plotters, mit dem Vinyl-, Flex- oder Flockfolie geschnitten wird, und einer Transferpresse lassen sich auch Einzelstücke und kleine Printauflagen realisieren und Textilien aus Baumwolle und Polyester-Mischgewebe auf schnelle und einfache Weise veredeln“, fasst Marius Malewski, Anwendungstechnischer Berater bei IVM, zusammen. Dank in-

novativer Digitaldrucktechnologien sind auch Einzelstücke und kleine Printauflagen inzwischen in der Produktion möglich. Schließlich klärte Kornit Europe an der fünften Praxisinsel über moderne Inkjet-Druckmaschinen auf und zeigte, wie Mass Customization im Digitaldruck umsetzbar ist.

PSI CATWALK: Mitreißende Shows

Weite Wege und müde Füße sind eine Nebenwirkung großer, schöner Messen wie der PSI. Entsprechend intensiv ist das Tagespensum für PSI-Besucher auf seiner Suche nach den vielen Stecknadeln im kreativ inszenierten Werbe-Dschungel. Dementsprechend willkommen war die Pause am stets bestens besuchten CATWALK in Halle 10. Der PSI CATWALK bot eine perfekte Inszenierung mit choreographischer Action. Täglich vier Mal präsentierten professionelle weibliche und männliche Models auf einer dieses Jahr ebenerdigen Fläche flotte Mode und Accessoires der Textil-Aussteller, darunter die textilen Highlights von Gustav Daiber, Club Cravatte, Matterhorn, Araco International, Falk & Ross, Lynka, Tee Jays, Karlowsky Fashion, Halfar System, FARE, Fifty Five oder PF Concept. Doch nicht nur saloppe Schals, funktionell wie modisch herausragende Oberteile oder etwa kreativ gestaltete Socken, sondern auch launig präsentierte Arbeits- und Sicherheitskleidung fanden den elegant und sportlich beschrifteten Weg ins Herz der Kundschaft. <



Stefan Roller-Abfalg,
Akademie für
Textilveredelung



Marius Malewski, IVM



An den Praxisinseln wurden die verschiedenen Textilveredelungsverfahren anschaulich präsentiert.



Folker Stachetzki, Graphic Designer & Marketing Brother

Hochfrequentierte Performance

Wir bedrucken hier am Stand von Falk & Ross die neue Schuhkollektion unseres Standpartners – mit Hilfe unseres extra dafür ausgelegten Digitaldrucksystems. Wir zeigen im Praxisbeispiel, was in diesem Bereich möglich ist. Die Bedruckung von Schuhen ist ein noch relativ junger Markt, der aber extrem wächst, weil die Marge sehr hoch ist. Vor ein paar Jahren waren es noch zwei, aktuell sind es rund zehn Hersteller, die diesem Trend folgen. Es ist möglich, auf alle Materialien zu drucken, die die wasserbasierende Tinte absorbieren. Da wir mit Hitze trocknen, muss das Material allerdings eine Temperatur von 160 Grad Celsius aushalten. Neben Textil eignet sich vor allem auch Leder. Wir hatten bereits am ersten Messetag reichlich Besucherzuspruch, so dass wir mit unserem Messeauftritt sehr zufrieden sein können.“

Harald Nonn, Key Account Manager Epson

Flexibel dank Direktdruckverfahren

Beim Direktdruck handelt es sich um eine Inkjet-basierende Lösung, die Farbbilder inklusive einem Weiß-Unterdruck auf farbigen Shirts direkt auf den Baumwollstoff druckt. Der Mindestbaumwollanteil sollte 50 Prozent betragen. Je höher der Baumwollanteil, desto höher die Druckqualität. Dies ist aber auch abhängig davon, wie viel Weißtinte untergedruckt und wie viel Farbtinte auf das Shirt aufgebracht wird. Solch ein Druck ist in der Regel bis zu 30 Waschgänge beständig, je nach dem, für welchen Einsatz das Shirt gedacht ist. Der Preis hängt letztlich vom Bedarf an Tinte für den gewünschten Auftrag ab. Die Vorteile dieses Druckverfahrens: Es kann direkt auf den Stoff gedruckt werden, weiße Shirts können ohne Vorbehandlung direkt veredelt werden und farbige Shirts sind nach Vorbehandlung mit Weißtinte auch farbig bedruckbar. Und das alles, ohne auf ein Sieb angewiesen zu sein. Damit sind wir also erheblich schneller und flexibler.



Sabrina Samoa Krobath, Geschäftsführerin Samoa

Megatrend Nachhaltigkeit

Wir bieten Regenponchos in verschiedenen Ausführungen an und zeigen hier neue Modelle sowie diverse Tragetaschen, die aus vollständig biologisch abbaubarer, zertifizierter genfreier Maisstärke bestehen. Wir sind sehr zufrieden mit dem bisherigen Verlauf der Messe und hätten gerne noch mehr Personal hier am Stand gehabt. Man merkt also ganz deutlich, dass der Trend immer mehr zu nachhaltigen, biologisch abbaubaren Werbemitteln geht.



Ivana Zulj Knezevic, Director Umbra Design

Fokus auf Qualitätsprodukten

Unser Fokus liegt nicht auf Massenfertigung, sondern auf Qualität – und Textilien, die wir selbst auch gerne anziehen würden. Daher darf man nicht alles auf den Preis reduzieren. Werbung sollte wertgeschätzt werden, daher wertig sein und durchaus auch ein paar Cent mehr kosten dürfen. Dann hat man auch langlebige, hochwertige Produkte, die der Kunde mehrere Jahre tragen kann. Daher produzieren wir in Kroatien, in der EU. Ich bin seit 15 Jahren auf der PSI und kann daher gut einschätzen, dass der erste Messetag nicht der Maßstab ist. So hatten wir nach einem mäßig besuchten Vormittag plötzlich bis abends einen sehr starken Kunden-Andrang mit vielen deutschen, aber auch skandinavischen Kunden. Alles bestens also.

Patrick Polaniok, Geschäftsführer Alta Seta

Neues Messekonzept

Nach vielen Bestandskunden am Vormittag hatten wir später auch viele Neukunden bei uns am Stand. Unser neues Messekonzept hat viele Besucher angelockt. Unter den Neukunden waren auch viele Holländer, die großes Potenzial erkennen ließen. Angesichts der guten Kundenqualität war unser Auftritt ein voller Erfolg. Was uns auffällt: Die Besucher wirken viel entspannter als in den Vorjahren und bringen mehr Zeit mit für die Beratung. Neben Bewährtem wie Krawatte, Tuch und Schal haben wir neuerdings Hammam-Badetextilien im Sortiment, perfekt geeignet für die Bewerbung von Wellness-Themen wie Entspannung und Entschleunigung.



David Johansson, Geschäftsführer Tailor

Nachhaltiger Businessdress

Aktuelles Highlight in unserem Portfolio sind die neuen Anzüge in Schwarz, Grau sowie Navy, hergestellt aus recyceltem Polyester, ein absolut nachhaltiges Produkt für Damen und Herrn. Mit der PSI sind wir sehr zufrieden, wir hatten bereits am ersten Messetag mehr als 100 Kunden hier am Stand, einen guten Mix aus deutschem und internationalem Publikum.

Rein grammatikalisch betrachtet gibt es zu dem Adjektiv „international“ keinen Komparativ. In der Werbeartikelbranche schon. Da lautet die Steigerungsform PSI. Denn die PSI konnte auch in diesem Jahr ihre Internationalität noch einmal steigern: auf 58 Prozent.



PSI 2018 steigert Internationalität

Werbeartikel ohne Grenzen



Ilmpremieren warten traditionell mit einem roten Teppich auf. Wer zur PSI kam, betrat die Messehallen – zumindest über den Eingang Nord – über einen Läufer der besonderen Art: In zehn Sprachen wurden die Besucher begrüßt. Und das war nur ein Ausschnitt dessen, was auf den Gängen und an den Ständen in vier Hallen zu hören war. Kein Wunder, schließlich reiste über die

Hälfte der Besucher, genauer gesagt 58 Prozent, aus dem Ausland an. Jeder siebte kam sogar aus Übersee. Ob aus Europa, Afrika, Asien oder den USA: Für Werbeartikelhändler, -berater und Agenturmitarbeiter ist die PSI der erste große Pflichttermin im neuen Jahr, um frische Ideen, neue Kontakte und Partnerschaften für den eigenen Markt mit nach Hause zu nehmen. Und dafür wurden teilweise auch sehr lange Anreisen in Kauf genommen. Knapp 20

Stunden reine Fahrzeit für die 1.700 Kilometer lange Strecke mit dem PKW von der weißrussischen Hauptstadt Minsk nach Düsseldorf oder ganze 13 Stunden Flugzeit für 9.390 Kilometer Luftlinie zwischen Pailles auf Mauritius und der nordrhein-westfälischen Metropole – die PSI rief und Besucher aus aller Welt kamen, um internationale Lieferanten unter einem Dach zu treffen. Damit präsentierte sich die 56. Auflage der europäischen Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft als wahrhaft globaler Treffpunkt und stellte einmal mehr unter Beweis, dass der Werbeartikel wirklich international ist und Nationen verbindet. Fast 90 Länder zeigten in Düsseldorf Flagge und machten die Messe für drei Tage zum Mittelpunkt der Werbeartikelwelt. Damit setzte die PSI nicht nur eine neue Bestmarke, sondern auch spürbare Akzente für einen dynamischen Start ins neue Geschäftsjahr. 17.342 Besucher kamen in die nordrhein-westfälische Landeshauptstadt. Damit bewegte sich diese Zahl nahezu auf dem hohen Vorjahresniveau (2017 wurden 18.094 Besucher registriert).

Polen und die Niederlande wieder besonders stark

Bunt war auch das Fahnenmeer der Hersteller und Lieferanten: 925 Aussteller aus 37 Nationen präsentierten ihre Produktvielfalt. Traditionell stark vertreten waren einmal mehr Werbeartikelunternehmen aus Polen (82), den Niederlanden (75), der Türkei (56) und Italien (41). Die Liste der Top Ten-Länder komplettierten Aussteller aus Spanien, Großbritannien, Österreich, Frankreich, Belgien und Schweden. Erfreulich war dabei neben der Vielfalt der Herkunftsländer (weit über den europäischen Kontinent hinaus) auch die Bandbreite der Aussteller – von großen Importeuren und Vollsortimentern sowie namhaften Marken, die seit Jahren die PSI bereichern, bis hin zu kleinen Nischenanbietern, die zum ersten Mal in Düsseldorf ausgestellt haben. Alle gemeinsam wollten die Möglichkeiten



Viele lachende Gesichter waren auf dem Empfang des britischen Branchendienstleisters Sourcing City zu sehen. Die PSI 2018 bildete eine gute Gelegenheit, sich in zwangloser Runde locker und ausgesprochen fröhlich auszutauschen.

nutzen, die die PSI Messe als Europas führende Leistungsschau bietet: Werbeartikel größeren Kreisen der werbetreibenden Wirtschaft zu erschließen. Der Werbeartikel nimmt dabei eine unverzichtbare Funktion wahr.

Auch Verbände zeigten Flagge

Möglichkeiten, größere Kreise der werbetreibenden Wirtschaft 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. Sie präsentierten sich wie gewohnt einträchtig und nebeneinander auf einer Standfläche innerhalb der zum festen Bestandteil der PSI gewordenen International Area. Diese war nach einem Jahr

in Halle 11 bei dieser PSI wieder in Halle 9 angesiedelt. Auf dieser Sonderfläche konnten Besucher mit Vertretern der Branchenverbände aus Belgien (BAPP), den Niederlanden (PPP) und Polen (PIAP) in Kontakt treten. Aus Russland mit dabei waren die IAPP sowie die IPSA Messe, die größte Veranstaltung rund um den Werbeartikel in Russland, die seit vier Jahren mit PSI kooperiert. Als globaler Unternehmensverbund war die IPPAG (International Partnership for Premiums & Gifts) in der International Area vor Ort.

Top 10 der internationalen Aussteller (nach Ländern):	
Land	Anzahl Aussteller
Polen	82
Niederlande	75
Türkei	56
Italien	41
Spanien	27
United Kingdom	26
Österreich	23
Frankreich	21
Belgien	19
Schweden	18

Top 10 der internationalen Besucher (nach Ländern):	
Land	Anzahl Besucher
Niederlande	1.483
Belgien	699
Österreich	593
Italien	586
Schweiz	494
United Kingdom	462
Frankreich	413
Spanien	401
Schweden	385
Tschechien	353



BAPP-Geschäftsführer Erich Cormann



BAPP-Vorsitzender Michel Deboudt

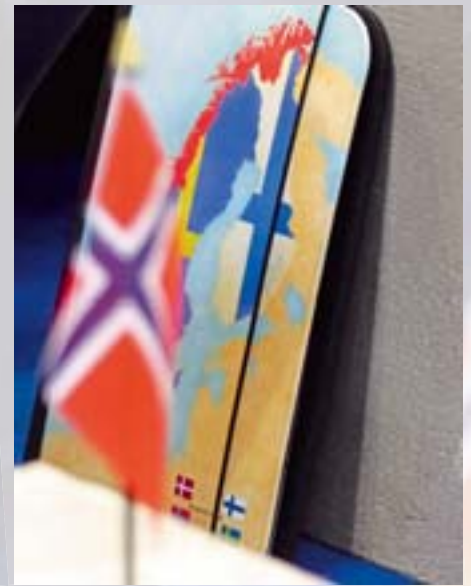
Zur ersten „Belgian Night“ hatte der belgische Branchenverband BAPP geladen und zahlreiche Landsleute waren gekommen. Innerhalb der PSI After Work Partyzone trafen sich Freunde und Geschäftspartner zu einem fröhlichen Get-together mit leckeren Drinks und kulinarischen Köstlichkeiten. Zum feierlichen Teil des Abends hieß dann BAPP-Geschäftsführer Erich Cormann alle Gäste herzlich willkommen. Anlass dieses zeremoniellen Rahmens war die Verleihung der „Product Media Advisor of the Year 2017 Awards“. Bereits zum dritten Mal wurde dieser vom Magazin Promo-Biss und BAPP initiierte Preis vergeben. Dieses Jahr in zwei Kategorien: dem Product Media Advisor of the Year Award „classique“ und – als Premiere – der Product Media Advisor Challengers of the Year. Mit dem „Klassik-Award“ ausgezeichnet wurden Pasco Gifts (Gold), Gemaco (Silber), Pronel und Van Bavel Enjoy Giving (Bronze). Den neu geschaffenen „Challenger-Award“ erhielten Magnus Business Gifts (Gold), Sky-O (Silber) sowie Amahé und Square Nuts (Bronze).

Die Organisation hat neben zahlreichen europäischen auch Mitglieder aus Australien, Dubai, Indien, Mauritius, Mexiko, Neuseeland, den Philippinen, Singapur, Südkorea und den USA. Innerhalb der International Area waren zudem auch der ukrainische Branchenverband AVIRSU sowie eine ganze Bandbreite spanischer Repräsentanten vertreten. Neben dem Branchenverband FYVAR präsentierten sich auch der Verband der Werbeartikelimporteure, -großhändler und -hersteller (aimfap) und IFEMA Feria de Madrid, der führende Messeplatz in Spaniens Hauptstadt.

Mehr als nur International Area

Die internationale Präsenz war jedoch keineswegs auf die International Area beschränkt. Direkt an die Sonderfläche schloss sich die ScandiBase an, traditionell Heimat der skandinavischen Repräsentanten. Neben dem schwedischen Branchenverband S.B.P.R. war auch die Promotionmässan aus Stockholm vertreten. Dazu gesellten sich die Messen PWA aus Helsinki und MYVENDO aus Dänemark. Fester Bestandteil im Rahmen der ScandiBase war selbstredend einmal mehr Branchen-Urgestein Klaus Beyer – durch seine langjährige Messtätigkeit in diesem Raum ausgewiesener Kenner des skandinavischen Werbeartikelmarktes. Immer wieder gern als kompetente Station gewählt wurde die PromoAlliance, zu der sich vor sechs Jahren der amerikanische Branchendienstleister ASI (Advertising Specialty Institute), der britische Dienstleister Sourcing City und das PSI zusammengeschlossen hatten. Über die Halle 9 hinaus konnten in Halle 12 weitere internationale Treffpunkte angesteuert werden. So bildete auch in diesem Jahr der britische Branchenverband BPMA gemeinsam mit Ausstellern aus dem Vereinigten Königreich den UK Pavilion. Bereits legendär ist der PromZ Pavilion. Absoluter Magnet war auch 2018 wieder die längst mit Kultstatus versehene Holland Bar.





Blick über den großen Teich

Einen interessanten Einblick in den US-Werbeartikelmarkt gewährte Timothy Andrews, Präsident und CEO des Advertising Specialty Institute (ASI), im Rahmen der Pressekonzferenz zur offiziellen Messeeröffnung. Für das abgelaufene Geschäftsjahr rechnet das ASI mit Umsätzen von 22,9 Milliarden US-Dollar. Ein Plus von rund drei Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im Ranking der Top-Seller auf Platz 1 liegen Textilien, speziell T-Shirts und Caps. Doch auch Virtual Reality-Produkte stehen bei amerikanischen Empfängern hoch im Kurs, was sicherlich damit zu tun hat, dass dafür in den USA Studierende eine zentrale Zielgruppe darstellen. Ein interessanter Absatzmarkt für Werbeartikel ist auch das Gesundheitswesen. Durch die Legalisierung von Marihuana in einigen US-Bundesstaaten würden sich, so Timothy Andrews, neue Absatzmärkte erschließen. Zunehmend stark nachgefragt werden im Land der unbegrenzten Möglichkeiten nachhaltige Produkte, auch wenn die USA, das gab der ASI-Präsident unumwunden zu, in Sachen umweltfreundlicher Artikel noch weit hinter Europa zurücklagen. Allerdings gewänne dieser Aspekt einen immer höheren Stellenwert. So würde auch mehr und mehr auf die gesamte Wertschöpfungskette geschaut, die nachvollziehbar sein sollte. Gerade „Millenials sind sehr aufgeschlossen, was Werbeartikel anbelangt, aber ebenso sensibel, wenn es um die Einhaltung ökologischer und sozialer Standards geht“, so die Erfahrung Timothy Andrews'. Damit folgen junge Amerikaner einem Mega-Trend, der auch das Bild der diesjährigen PSI im wahrsten Sinne des Wortes nachhaltig prägte. Wie gesagt: Der Werbeartikel ist international und verbindet Nationen. <



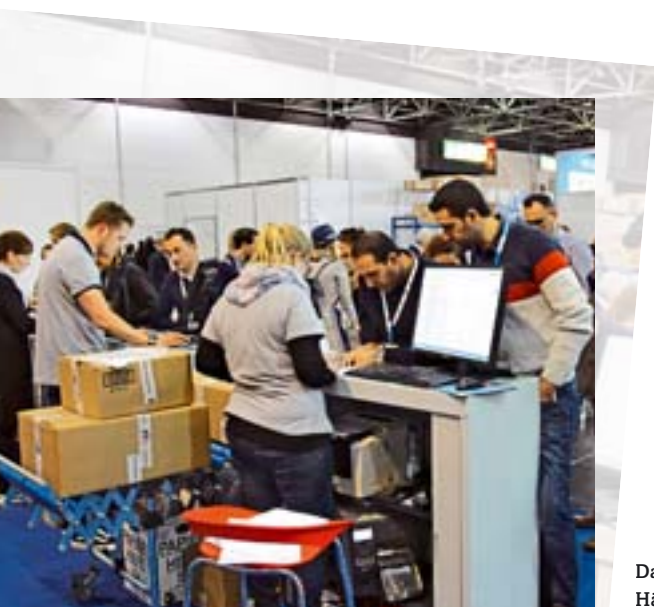
Durchweg heitere Gesichter gab es beim Empfang der British Promotional Merchandise Association (bpma). Die Gastgeber Gordon Glenister (r.), Director General der bpma, und bpma-Chairman Graeme Smith (l.) konnten zahlreiche Freunde und Geschäftspartner begrüßen, darunter auch PSI Geschäftsführer Michael Freter. Bei einem gepflegten Bier oder einem guten Gläschen Wein ließ sich das Werbeartikeljahr 2018 gut und ganz entspannt beginnen.


Xindao


Treff zum Plausch bei Xindao
(v.l.): Viola Proietti, Albert van
der Veen, Michael Freter.

Schwungvoller Start ins Werbejahr

Mehr als 25 Jahre ist Xindao als zuverlässiger Qualitätslieferant außergewöhnlicher und zeitgemäß designter Werbeartikel erfolgreich am Markt – und ebenso treuer Aussteller auf der PSI, die dem niederländischen Lieferanten und seiner internationalen Ausrichtung als Anlaufpunkt der europäischen Fachbranche stets als willkommener und schwungvoller Start ins Geschäftsjahr dient. Der chinesische Name des Unternehmens hat in der Landessprache zwar viele Bedeutungen, aber für Xindao selbst drückt die Übersetzung „Neue Richtung“ die Philosophie der Niederländer am besten aus. Und auf der PSI positioniert man sich Jahr für Jahr aufs Neue auf dem Weg in eine dreidimensional werbewirksame Zukunft. Natürlich dient der jährlich aufs Neue aufwendig gestaltete Stand auch zur Pflege langfristiger Kundenbeziehungen. Deshalb kommt auch das gesellige Beieinander nicht zu kurz, wenn man dort abends nach intensiven Messtagen in lockeren Runden zusammenkommt, um losgelöst vom Geschäftsalltag über dies und das zu plaudern. Auch PSI Geschäftsführer Michael Freter und PSI Key Account Manager Viola Proietti ließen sich am gastfreundlichen Xindao-Stand für einen Plausch mit Xindao CEO Albert van der Veen blicken. **www.xindao.com**



Das Team der ztv Versandstation hatte auch diesmal alle Hände voll zu tun, um den Andrang zu bewältigen.


ztv

Sammeln und schicken

Einen im wahrsten Sinne des Wortes unbeschwerten Rundgang über die Messe bot auch in diesem Jahr wieder die PSI Versandstation. In Halle 9 war erneut die Anlaufstelle des PSI-Kooperationspartners und Logistikexperten ztv aus Krefeld aufgebaut, um die Messebesucher von deren gesammelten Mitbringseln zu entlasten. Das Team der ztv Versandstation hatte auch diesmal alle Hände voll zu tun, um den Andrang zu bewältigen. Doch wie bei den vergangenen Messen schon bestens erprobt, liefen Verpackung und Versenden von Produktmustern und Katalogen dank professioneller Koordination wieder wie am Schnürchen. Einfacher und bequemer (und dank Sonderkonditionen auch kaum günstiger) kommen die auf der Messe zusammengetragenen Materialien nicht in die heimischen Büros der Werbemittelprofis. **www.ztv-logistik.de**



90 Jahre jung

Man mag es kaum glauben, denn das Unternehmen kommt mit seiner innovativen Kollektion an Werbeartikeln stets jung daher: Der niederländische Spezialist für haptische Werbung Lensen Toppoint begeht 2018 sein 90-jähriges Bestehen – und leitet das Jubiläumsjahr als gerngesehener Stammgast auf der PSI mit einem beeindruckenden Auftritt ein. Seit 1928 agiert das Unternehmen aus Bergentheim auf dem dynamischen internationalen Markt mit einer ständig erneuerten eigenen Strategie und versorgt die werbende Wirtschaft mit immer neuen Kreationen an aufmerksamkeitsstarken Produkten. Mit eigenen Handels- und Produktionsstätten in den Niederlanden, Deutschland und Polen entwickelte sich Lensen Toppoint über die Jahre zu einem führenden Anbieter für Werbeartikel und Schreibgeräte auf dem europäischen Markt (seit 2002 als Teil der schwedischen börsennotierten New Wave Group). Als zuverlässiger Großhandelslieferant setzten die Niederländer auch auf der jüngsten PSI ihre bemerkenswerten „Duftmarken“ in Form einer ausgewogenen wie nachhaltigen Kollektion und spezifischem Service.

www.toppoint.com

**Lensen
Toppoint**



Lensen Toppoint war auch im Jubiläumsjahr wieder mit einem beeindruckenden Auftritt auf der PSI dabei.

**ISZ
Sektion
Werbe-
artikel**



Gruppenbild mit Dame und guter Laune (v.l.): Daniel Jeschonowski (Senator), Oliver Leykam (Staedtler), Klaus Broghammer (Schneider), Dirk Peppmüller (Faber Castell), Christiane Wellner (Schwan STABILO), Xavier Canton (burger pen) und Manfred Meller (Geschäftsführer ISZ).

Informeller Austausch

Der Klassiker wie Dauerbrenner, ja schon fast ein pars pro toto für den Werbeartikel, ist der Kugelschreiber. Dass dieser aber immer wieder neu erfunden wird, davon legt die PSI Jahr für Jahr Zeugnis ab. Denn hier sind die führenden Schreibgeräteexperten des internationalen Markts fast allesamt vertreten. Wie schon in der vergangenen Jahren nahmen die Vertreter der Sektion „Werbeartikel“ im ISZ (Industrieverband Schreiben, Zeichnen, Kreatives Gestalten e.V.) die Gelegenheit ihrer gemeinsamen Präsenz wahr, um sich anlässlich der Messe zu einem informellen Austausch zu treffen. Dieses „Gipfeltreffen“ fand denn auch vor der Standkulisse des Gastgebers burger swiss pen statt, welche die Silhouette des Mont blanc abbildet. Bei dem Gespräch ging es um die derzeitige Entwicklung bei den Werbeschreibgeräten – und natürlich auch um's Get-together im Kreise von Partnern, die sich die Erfolge gegenseitig gönnen.



CHOICE

Wieder ein Blickfang:
Der CHOICE
Gemeinschaftsstand.



Sektempfang am Gemein-
schaftsstand: Frank Schrei-
ner (3.v.l.) von der JCK
Holding läutet den gesell-
igen Abend im Kreise der
CHOICE-Familie ein.



Nach einem anstrengenden wie erfolgreichen
Massetag lässt es sich gut feiern.

The Art of Success

Die unter der Ägide der JCK Holding und dem bereits geläufigen Label CHOICE partnerschaftlich verbundene Gruppe der sechs Lieferanten Gustav Daiber, Fare, Halfar, Karlowsky Fashion, mbw und SND stellte ihren gemeinsamen Auftritt auf der PSI diesmal unter das griffige wie nachvollziehbare Motto „The Art of Success!“. Wie schon beim Preview vergangenen November gewissermaßen als „Vorgeschmack“ serviert waren nun alle die farbenfrohen und spannenden Neuheiten mit großem Erfolgspotenzial am Gemeinschaftsstand zu sehen und unmittelbar auszutesten. Der eigens von den CHOICE Schwestern hierzu aufgelegte „Novelties“ Katalog mit einer Fülle modischer wie sportlicher Promotiontextilien von Daiber, hochwertiger Markenbekleidung für Gastronomie und Hotellerie von Karlowsky Fashion, funktional wie gestalterisch überzeugenden Produkten zu den Themen Schirm (Fare Schirmwerk), Werbekeramik (SND Porzellan Manufaktur), Taschen (Halfar) und sympathischen Werbemitteln mit Charme (mbw) fand denn auch großen Anklang beim Händlerpublikum. Wie immer waren die Gäste der Partner mit Schmankerln und Getränken bestens versorgt.

Auch auf der PSI 2018 lud CHOICE zum traditionellen Sektempfang am Stand zum Ende des zweiten Messetages, dem ein gemeinsames Abendessen, der so genannte „CHOICE Familienabend“, zusammen mit Gästen folgte. Mit anregenden Gesprächen und herzhafter Küche stärkte man sich diesmal in der Düsseldorfer Brauereigaststätte „Zum Schiffchen“ für den Abschlusstag.

Tailor – Premiere auf der PSI 2018

Die PSI 2018 geriet für die Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG zum vollen Erfolg. Nach einjähriger Pause durften sich Geschäftsführung und Mitarbeiter des Schreibgeräteherstellers aus dem Schwarzwald über viel positives Feedback und regen Besucherandrang an drei aufregenden Messetagen freuen. In frischem Design und modernem „Outfit“ präsentierte sich das Traditionsunternehmen dem breiten Fachpublikum 2018 mit einem hellen, einladenden Messestand und wartete mit allerlei Neuheiten und Highlights für Kunden und Besucher auf. Besonders gefragt beim internationalen Publikum waren die Produktneuheiten 2018 – allen voran der „Tailor“. Aber auch die Neuheiten „Snooker“ und „Tecto“ entpuppten sich als wahre Besuchermagneten. Das i-Tüpfelchen zur PSI-Rückkehr war für die Schreiberexperten jedoch die Teilnahme am PSI FIRST-Wettbewerb. Erstmals in der annähernd 120-jährigen Firmengeschichte präsentierte Klio-Eterna mit dem besonderen Schreibgerät „Tailor“ ein absolut neues Produkt, das auf der Messe Premiere feiern durfte.

Mit „Tailor“ bekommt Individualität eine neue Dimension. Formgebung, Design, Positionierung der Druckflächen, Farbgebung, Materialien und Veredelung können – im Rahmen der technischen Möglichkeiten – selbst definiert und konfiguriert werden. Kundenindividuelle Strukturen, wie beispielsweise das Logo oder Markenzeichen, werden geprägt oder erhaben in die Oberfläche des Kugelschreibers eingearbeitet und so sichtbar und fühlbar gemacht. Farben, Oberflächen, Materialien und Veredelungstechniken verleihen eine zusätzliche persönliche Note. So entsteht auf ganz besondere Weise ein gänzlich individuelles Schreibgeräte-Unikat zum Preis eines Standardprodukts.

www.klio.com



Maren Vargel, Multiflower

Ordentlich Betrieb

Schon vom ersten Tag können wir Positives berichten und hatten am Stand ordentlich Betrieb bis 16 Uhr. Erfahrungsgemäß ist aber der zweite Messetag der wichtigste für uns. Bislang sind alle Neuheiten toll angenommen worden – was uns sehr freut, denn wir entwickeln unsere Produkte ständig mit viel Herzblut weiter. Im vergangenen Jahr generierten wir über die PSI fünf große Aufträge. Aktuell bin ich bis jetzt auch recht optimistisch. Wir lassen uns vom letzten Tag gern noch überraschen.



**Klio-
Eterna**

Die zweite Auflage des bei seiner Premiere mit Spannung erwarteten Industriekundentags verlief deutlich gelassener. Zwar gab es noch immer kritische Stimmen, doch erlebten die ausstellenden Hersteller und Lieferanten seitens des Werbemittelhandels einen spürbar professionelleren Umgang beim „Handling“ mit den Endkunden.

Industriekundentag 2018

Herausforderungen angenommen



Wie alle Branchen wandelt sich auch die Welt gegenständlicher Werbung. Sich ändernde Rahmenbedingungen schaffen neue Voraussetzungen, denen sich auch die Werbeartikelwirtschaft nicht verschließen kann.

Wer reagiert, kann schon zu spät dran sein. Agieren ist gefragt, Aktion, doch allerdings kein blinder Aktionismus. In diesem Sinne war die Entscheidung des PSI zu einem kontrollierten Zugang von Industriekunden zur Messe eine Entscheidung mit Weitblick, die Herausforderungen der Zukunft anzunehmen und der dreidimensionalen Werbeform weitere Potenziale zu erschließen.

Besser vorbereitet

Was auf kleinerer, regionaler Ebene (GWW Newswatch, Roadshows, Hausmessen) schon längst Gang und Gäbe ist, funktioniert auch auf einer so großen Branchenveranstaltung wie der PSI, Leitmesse und Schaufenster der europäischen Werbeartikelwirtschaft. Das hat sich – trotz einiger Startschwierigkeiten – schon beim ersten Industriekundentag im vergangenen Jahr gezeigt. Zwar verzeichneten die Veranstalter diesmal weniger Industriekunden, doch hat sich der Umgang damit schon ein Stück weit normalisiert und auch weiter professionalisiert. So zeigte



Direkt im Eingangsbereich und auf der Galerie vor der Halle 9 sowie am Eingang Ost waren die Counter platziert, an denen die teilnehmenden Händler ihre Industriekunden erwarteten.



sich der Industriekundentag diesmal denn auch deutlich entspannter, was wohl auch daran lag, dass viele Berater und Händler noch besser vorbereitet in die Gespräche mit ihren Lieferanten und Kunden gingen. Auch die Lieferanten zeigten sich in der überwiegenden Zahl bestens auf den dritten Tag vorbereitet.

Gezielt geführt

Wie im vergangenen Jahr gab es Händler-Counter als Anlauf- und Präsentationsmöglichkeiten für die Industriekunden in den Eingangsbereichen Nord und Ost der Messe. Andere Werbemittelberater wählten aber auch die Option, ihre Kunden direkt im Eingangsbereich zu empfangen, um den „geführten“ Messerundgang direkt zu starten. Insgesamt zu beobachten war, dass einladende Händler diesmal gezielter zu Werke gingen, ihre Kunden gewissermaßen „an die Hand“ nahmen oder ihnen konkrete Anlaufstellen beim Gang über die Messe nannten, damit diese in der reichen Menge multisensorischer Werbepotenziale nicht den Überblick verlor bzw. den Blick fürs Wesentliche behielten.

Nachhaltig Kunden binden

Ein Beispiel dafür ist das Unternehmen S+P Werbeartikel, dessen Geschäftsführer Daniel Meffert bilanziert: „Die Resonanz auf unsre Einladungen war sehr gut. Zwar hatten wir in diesem Jahr weniger Kunden zu Gast, dafür aber war die Qualität gewachsen. Da wir in der Nachbarschaft

ansässig sind, war die PSI auch ein willkommenes ‚Heimspiel‘. Wo sonst als hier können wir unsren Kunden ein besseres Verständnis für den Werbeartikel – seine Bandbreite, seine Effizienz, seine Qualitäten und seinen Preis – vermitteln und seine wie unsre Professionalität wirken lassen? Zusammen mit den Kunden entwickeln wir noch vor Ort Ideen. Auch diesmal hatten wir zusammen sehr schöne Gespräche mit den Großen der Branche. So ist dieser Tag für uns auch immer mit einem Gewinn an Beratungskompetenz verbunden und dient somit auch spürbar als nachhaltige Kundenbindungsmaßnahme. Es lohnt sich, sich hier als Dienstleister des Werbeartikels darzustellen, den Servicegedanken herauszustellen und Kunden damit für den langfristigen Einsatz haptischer Werbung zu begeistern. Das beweisen uns die sehr positiven Reaktionen im Nachgang der Messe. Wir sind erneut sehr zufrieden! Kleiner Kritikpunkt: Das digitale Messeabfragesystem dMAS funktionierte zwar besser, ist aber nach unserer Erfahrung noch optimierungsbedürftig.“

Servicekompetenz herausstellen

Auch Ralf Hesse, Geschäftsführer der m.e.s Marketingservices, hatte in diesem Jahr weniger Anmeldungen an Industriekunden zu verzeichnen, verwies aber auch auf die Kontaktpflege zu wichtigen Kunden wie auf die Möglichkeit, neue Kundenkontakte zu knüpfen und als Händler auf der PSI zu zeigen, dass es sich bei der Branche um mehr handelt als „die bunte Werbewelt“. Dabei sei „die Beratungs- und Servicekompetenz des professionellen

Händlers gefragt, zusammen mit seinen Kunden neue Ideen für wirksame Marketingkampagnen zu sammeln“, so Hesse, der allerdings noch Optimierungsbedarf beim Endkundentag sieht, um allen Interessen gerecht werden zu können. „Hier ist ein weiterer Dialog zwischen Messteilnehmern und Organisatoren notwendig.“ Organisatorischen Nachbesserungsbedarf sieht auch Hans-Joachim Evers von Evers Werbemittel, sowohl bei den Positionierungen der Counter als auch bei dMAS, das „noch immer Probleme bei der Übertragung der Informationen“ bereite. Was den Industriekundentag betrifft, hätte sich Evers mehr Response für den Aufwand erwünscht. Allerdings konnte er viele wichtige Kunden auch persönlich begrüßen.

Beeindruckende Potenziale

Sicherlich ein wesentlicher Punkt pro Industriekundentag sind die außergewöhnlichen Impressionen, die Besucher



und Marketingentscheider werbetreibender Unternehmen hier empfangen. Nirgends sonst tritt die Branche internationaler, strukturierter und auch optisch professioneller auf als hier in Düsseldorf: Beeindruckende wie phantasievolle Standpräsentationen, klar gegliederte Themenbereiche, einfallsreiche Aktionen und ein Messeveranstalter, der durch seine zahlreichen Services und Angebote dem Werbeartikel eine Schaubühne wie keine andere schafft: All dies bietet beste Voraussetzungen, dem Endkunden die Leistungsfähigkeit haptischer Werbung überzeugend nahezubringen und zu verdeutlichen. Und viele Händler, die mit der Zeit gehen, haben die Möglichkeiten ergriffen, vor allem auch das Besondere in dieser Vielfalt herauszustellen.

Daniel Meffert,
S+P Werbeartikel

Mehr Professionalität

So auch Hans Thiele, Geschäftsführender Gesellschafter der top display International GmbH aus Hamburg. Er nimmt sich die Zeit für einen ausführlichen Eindruck, den wir als Beispiel für ähnlich professionelle Herangehensweisen hier wiedergeben: „Die PSI Messe ist sichtbar im Wandel in allen Bereichen. Gefühlt, sinkende Aussteller- und Besucherzahlen einerseits und deutlich reduzierte Produktpräsentationen zugunsten von mehr Professionalität und weniger Neuvorstellungen von Produkten waren erste Eindrücke, die sich im Verlauf der drei Tage für uns und unsere Industriekunden vielerorts bestätigt haben. Insgesamt war die Stimmung aber zuversichtlich. Auffällig zurückhaltend waren Art und Umfang von Aktionen in den Gängen und auf den Ständen. Das Ergebnis war eine wesentlich geringere Hektik. Dadurch konnten die Gespräche in Ruhe bis zum Ende geführt werden. Stark im Auftritt waren Themen der Nachhaltigkeit, technische Produkte und die Weiterentwicklung von Schreibgeräten.“



Manche Händler führten ihre Industriekunden-Gäste gezielt über die Messe, um ihnen einen Überblick zu verschaffen. Hier Daniel Meffert als „Werbeartikelführer“ (Mitte) im Kreise einer Kundengruppe.



Am Counter von Crimex sorgte eine Paint-Brush-Aktion für zusätzlich Aufmerksamkeit.



Ralf Hesse, m.e.s. Marketingservices

Erfolg durch persönliche Begleitung

Mit dem Verlauf der drei Tage zeigen sich Thiele und Team insgesamt „sehr zufrieden“: „Mit einer gemeinsamen guten Gesprächsvorbereitung und Themen-Schwerpunktsetzungen bei vielen Herstellerpartnern haben wir unsere Ziele erreicht. Mit unserem 7-köpfigen top display Team konnten wir die Geschäftsbeziehungen zu unseren Partnern vertiefen, viele Details über Neuheiten erfahren und detailliert besprechen, wie unsere Zusammenarbeit in den nächsten Monaten aussieht. Wie im Vorjahr haben wir auch dieses Jahr die Gelegenheit genutzt, eingeladene Industriekunden auf der Messe persönlich zu begleiten. Der Erfolg dieser Maßnahme hat viele Facetten, die sich für alle Beteiligten auch deutlich im Tagesgeschäft zeigen und nachhaltig positiven Einfluss auf die Entwicklung der Zusammenarbeit haben. Hervorzuheben sind die Vielzahl der Anfragen und bereits erfolgten Auftragserteilungen auf der Messe sowie die ausnahmslos positive Resonanz unserer Kunden zum Ablauf des Tages insgesamt und an den von uns besuchten Ständen.“

„Organisation schon deutlich verbessert“

Dennoch sieht Thiele „die weitere Entwicklung des Industriekundentages differenziert“ und hat auch kritische Anmerkungen: Obwohl sich die Organisation des Industrie-

kundentages schon deutlich verbessert zeigte, sei hier auf Veranstalterseite „noch viel Luft nach oben“. Als „besonders unvorteilhaft“ merkt Thiele an, „wenn Aussteller am Industriekundentag bereits vor 16 Uhr anfangen, ihren Stand abzubauen und damit ihr Desinteresse am Kunden demonstrieren. Dieser vorzeitige Aufbruch ist auch dann nicht zu entschuldigen, wenn der Besucherandrang bereits stark abebbt. Erwähnenswert ist darüber hinaus, dass auch heuer nicht alle Aussteller die Preissensibilität am Industriekundentag verstanden haben und dementsprechend vorbereitet waren.“ Sicherlich bedenkenswerte Punkte, die aber als Anregung zu weiteren Optimierungsmöglichkeiten dienen sollten. Alles in allem aber erwies sich der Industriekundentag als ein Tag, der sich in vielen Punkten bereits bewährt hat, dessen Potenzial indes noch lange nicht ausgeschöpft erscheint und sich deshalb noch weiter entwickeln wird. Wir dürfen also weiterhin gespannt sein – positiv gespannt.

<



Hans-Joachim Evers,
Evers Werbemittel



Hans Thiele, top display

Anfang dieses Jahres war die Cybergroup das erste Mal mit einer eigenen Kundenlounge auf der PSI vertreten. Ein internationales Sales Meeting mit dem globalen Team im Vorfeld leitete die Messetage ein, die dann von Kundenorientierung und Service geprägt waren.

Cybergroup International GmbH

Erfolg mit Kundenlounge auf der PSI



Gruppenbild des internationalen Sales Meetings vor der PSI 2018.

Highlight Social Media

Ein Highlight war sicherlich auch die Social Media-Arbeit des Unternehmens. Die Cybergroup berichtete nicht nur durchgehend in allen sozialen Netzwerken direkt vom Tagesgeschehen, sondern führte auch Interviews mit ausgewählten Partnerlieferanten. Diese liefen während der drei Messetage auf einem Bildschirm in der cyber-Lounge, aber auch direkt auf dem YouTube-Kanal der firmeneigenen Messe-Website und wurden zudem fleißig auf Facebook und über das Intranet direkt mit den daheimgebliebenen Kollegen geteilt. An den Abenden überraschte die Cybergroup mit jeweils einem ganz besonderen Kundenevent. An einem englisch- und einem deutschsprachigen Abend durften Kunden und Mitarbeiter zusammen in einer coolen Eventlocation im Industrielook, kochen. Nach all diesen Highlights war das Feedback sowohl von Seiten der Kunden als auch der Lieferanten mehr als positiv. <

Un Kooperation mit dem Partnerlieferanten Reflects richtete das Unternehmen auf 27 Quadratmetern eine stylische Lounge und gleichzeitig einen entspannten Rückzugsort vom Messetrubel ein. In der Lounge konnte dann bei leckerer Vollverpflegung und in ruhiger Atmosphäre gesprochen und geplant werden. Außerdem diente sie als Ausgangsort, um am Donnerstag mit Kunden die Neuigkeiten der Messe zu erkunden. Für das Wohl der Gäste war dann auch per Rundum-Service gesorgt, der im Vorfeld und während des Messebesuchs für einen kundenorientierten, reibungslosen Ablauf sorgte, verschiedene Goodies, Informationen rund um die Messe, eine eigene „cyber-Zeitung“ sowie ein firmeneigener Shuttle Service inklusive. Zudem standen die Neuheiten der Partnerlieferanten auch als Muster in der Lounge bereit, sodass die Kunden direkt einen Überblick während der Gespräche mit ihrem Key Account erhielten.



Besonderes Highlight der Cybergroup-Messeteilnahme war die eigens eingerichtete Kundenlounge.

www.mycybergroup.com


**Schneider/
Heri-Rigoni**


Martin Solbach, Jüscha GmbH
Zu 100 Prozent zufrieden

Die PSI ist nach wie vor eine der wichtigsten Messen für uns. Hier treffen wir unsere Händler und haben die Möglichkeit, unser Sortiment umfangreich zu präsentieren. Insbesondere in diesem Jahr, vor dem Hintergrund unseres 40-jährigen Jubiläums, waren wir sehr auf die Resonanz auf unsere neuen Kollektionen gespannt. Wir sind zu 100 Prozent zufrieden. Viele Kontakte, gute Gespräche und eine positive Stimmung. Der Industriekundentag war durch die Vorbereitung unserer Händler ebenfalls positiv. Die Möglichkeit mit Händlern und Industriekunden gemeinsam über unsere Produkte und Leistungen zu sprechen, hat sich wieder als sehr positiv herausgestellt.

Würdiger Auftritt vor internationalem Publikum

Schon Tradition hat der Gemeinschaftsstand von Schneider Schreibgeräte und Heri-Rigoni, den Experten für Stempelschreibgeräte. Wir besuchten den Stand und baten um ein Statement. Armin Rigoni, Geschäftsführer von Heri-Rigoni: „Was die Organisation und die Rahmenbedingungen angeht, läuft auch diesmal alles bestens. Leider hatten wir bislang weniger Kontakte als in den Vorjahren. Allerdings können wir bei den Besuchern aus dem europäischen Ausland einen wesentlichen Zuwachs verzeichnen. Jetzt geht es darum, die Kontakte aufzubauen und dadurch dauerhafte Kunden zu gewinnen. Um einiges ruhiger verlief dagegen der Industriekundentag, an dem weit weniger Endkunden bei uns am Stand waren.“ Klaus Broghammer, Verkaufsleiter von Schneider Schreibgeräte: „Auch bei uns hat von der zur Verfügung gestellten Infrastruktur her alles gepasst. Ähnlich wie bei unserem Standpartner gab es im vergangenen Jahr deutlich mehr Industriekundenkontakte, doch wir plädieren nach wie vor für diesen Tag und halten die Entscheidung der PSI zum Konzept des kontrollierten Zugangs für Endkunden für richtig. Es kann der Branche letztlich nur nützen und weiteres Potenzial generieren. Auch die PSI als solche ist für uns vor allem als große und internationale Plattform und europäische Leitmesse mit dem Standort Deutschland sehr wichtig. Nirgends anders können wir uns vor internationalem Fachpublikum mit all unseren Stärken so eindrücklich und würdig präsentieren.“



Klaus Broghammer (Schneider Schreibgeräte) und Armin Rigoni (Heri-Rigoni, emotion factory).

Welches Drucksystem kommt dem Wunsch des Kunden nach individuellem Design am besten nach und arbeitet dabei noch zuverlässig und wirtschaftlich? Die Antwort konnten PSI-Besucher am Stand von ESC in Halle 9 finden.

ESC Europa-Siebdruckmaschinen-Centrum GmbH & Co. KG

Drucksysteme für personalisierte Werbemittel



Gut platziert: der Stand von ESC in Halle 9.

Der Trend zur Individualisierung von Produkten ist ungebrochen. Und wie die Werbung am besten aufs Produkt kommt, war auch auf der jüngsten PSI unmittelbar erlebbar. Zum Beispiel beim Experten für Siebdruckmaschinen ESC. Verena Volland vom ESC-Team: „Beim Direktdruck auf Werbeartikeln kommen vor allem kleinformatige Drucksysteme wie die Mimaki Flachbett-Inkjetdrucker der UJF-Serie ins Spiel.“

Leistungssteigerung von 20 Prozent

Die neue MkII EX-Serie mit den Modellen 3042 und 6042 in den Formaten 300 x 420 mm oder 610 x 420 mm bis zu einer Materialstärke von 153 mm bietet eine Leistungssteigerung von 20 Prozent. „Bei der technischen Ausstattung sind diese Anlagen unschlagbar und liefern eine

beeindruckende Druckqualität und Vielseitigkeit“, erklärt Volland und führt weiter aus: „So können zum Beispiel durch die vier Druckköpfe der Auftrag von Haftvermittler für bessere Haftung, weiße Tinte für hohe Deckkraft, vollfarbiger CMYK-Druck und Oberflächenbehandlung mit Klarlack in einem Verfahren ausgeführt werden.“

Kräftige und leuchtende Farben

Auf transparenten Untergründen sorgt gleichzeitiges Unter- und Überdrucken mit weißer Tinte für kräftige und leuchtende Farben. Auch die Bedruckung von unebenen Oberflächen mit bis zu max. 4,5 mm Medienstärkenunterschied ist durch den Mimaki LD-Modus möglich. Hitzeempfindliche Materialien können dank der energiesparenden UV-LED Trocknungstechnologie ebenfalls verarbeitet werden. Die schnelle Trocknung ermöglicht es zudem, das Material gleich weiter zu verarbeiten. Ein Beispiel für die Vereinfachung der Bedienung ist die MCT Zirkulationstechnik, denn sie reduziert die Sedimentierung der Weiß-Pigmente und sorgt für einen stabilen Tintenausstoß. Dadurch sind weniger Reinigungen notwendig. Weitere Vorteile stellte das ESC-Team am Messestand ausführlich vor. Dort gab es auch Textil-Direkt-drucksysteme zu finden.

Die neue MkII EX-Serie bietet eine Leistungssteigerung von 20 Prozent. Hier die Mimaki UJF-3042 MkII EX.



www.esc-online.de

Socken und mehr

Nicht nur „total von den Socken“ gestaltete sich der Messeauftritt von Kirsten Dreyer, die mit ihrem Unternehmen ABER textil+design seit einiger Zeit mit neuen Ideen zum Thema Socken „Werbung auf Schritt und Tritt“ präsentiert, sondern diesmal auch bereichert um die Kollektion ihres neuen Kooperationspartners Connexion Tie, für den Dreyer im vergangenen Jahr die Deutschland-Vertretung übernommen hat. Das dänische Unternehmen produziert Krawatten, Tücher, Schals und viele weitere Accessoires und dehnt damit das Portfolio neben den beliebten Footwear-Produkten auf weitere feine Zwirne aus. Die ständig verfügbare Palette von 38 Uni-Farben an verschiedenen Krawatten und Tüchern ist gänzlich ohne Mindestmengen lieferbar und ständig verfügbar über das größte Lager für modische Krawatten in Europa, das Connexion Tie betreibt. Darüber hinaus bieten Dreyer und Connexion Tie Sonderanfertigungen wie sie in der Werbeartikelbranche gefragt sind. Wer es lieber traditionsreich mag, der vertraut auf die Marke Angli, die in Dänemark seit 1939 hergestellt wird. Anlässlich der partnerschaftlichen Präsentation war auch Bo Egeriis, CEO von Connexion Tie, mit am Stand von ABER textil+design.

www.aber-textil-design.de – www.cxdk.de

**ABER
textil+
design**



Katrin Übbing-Mölders, Joytex

Vielversprechende Messestage

Die Taschenexperten Joytex haben bereits ein gutes Jahr hinter sich gebracht. Und starten mit der PSI auch ebenso gut ins neue: „Die PSI ist für uns nach wie vor ein Muss. Bislang hatten wir zwei vielversprechende Messestage mit interessanten Gesprächen und Anfragen. Dabei war uns auch dMAS, das digitale Messe Anfrage System, von Nutzen. Zwar etwas gewöhnungsbedürftig, ist es doch letztlich recht hilfreich bei der Bearbeitung unserer Standkontakte.“



Kirsten Dreyer und Bo Egeriis, Chef des neuen Kooperationspartners von ABER textil+design am Messestand.

Up to date

Beim europaweit renommierten Experten für Wetter und Messgeräte, der TFA Dostmann aus dem Taubertal, gab's erneut jede Menge innovative Technologien und exklusive Designs des umfassenden Sortiments zu bestaunen – darunter natürlich auch wieder viele Neuheiten. Hier sei Cube-Timer als kleines Beispiel herausgegriffen, ein moderner Kurzzeitmesser, der ganz leicht zu bedienen ist und je nach Anwendung (Schule, Sport, Küche oder Freizeit) in unterschiedlichen Farben und Zeit-Kombinationen erhältlich ist. Ein Dreh – und die Zeit läuft.

www.tfa-dostmann.de

Hier gibt's was zu bestaunen:
den Cube-Timer.



**TFA
Dostmann**

Zum mittlerweile beliebten Treffpunkt für Schweizer Fachpublikum und Lieferantenpartner ist der traditionelle Apéro des Verbandes der Schweizerischen Werbeartikelindustrie Promoswiss avanciert. Der Empfang stand diesmal im Zeichen der neuen Partnerschaft mit dem GWW.



„Full house“ am Stand von koziol während des traditionellen Promoswiss Apéro.

Promoswiss Apéro

Im Zeichen der Partnerschaft mit dem GWW



Dieses mal fand der Empfang am Stand von koziol, dem angesehenen Produzenten designakzentuierter Kunststoff-Gebrauchsgüter statt. Bei Schweizer Snacks und Sekt, der in eigens gestalteten, unkaputtbaren koziol-Sektkläsern serviert wurde. Uwe Thielsch, Leiter des koziol Incentives & Promotions-Teams, begrüßte die Gäste am Stand, der sich rasch gefüllt hatte, und übergab das Wort an Thomas Oester, das im Promoswiss für Veranstaltungen und das PSF Forum zuständige Vorstandsmitglied. Dieser akzentuierte die neue Kooperations-Initiative zwischen Promoswiss und dem GWW (Gesamtverband der Deutschen Werbeartikelwirtschaft), die in der

erstmaligen gemeinsamen Ausrichtung des PSF Forums sowie der GWW Newswheel am 19. und 20. Juni in der Umweltarena in Spreitenbach/Schweiz mündet und betonte die enge Zusammenarbeit zwischen GWW und Promoswiss in dieser Angelegenheit.

PSF Forum trifft Newswheel

Am 19. Juni 2018 veranstaltet Promoswiss sein traditionelles PSF Forum, dem sich wie gewohnt die Promoswiss Night mit den Verleihungen der begehrten Promoswiss Awards anschließt. Am 20. Juni erfolgt an gleichem Ort die Schweiz-Premiere der Newswheel. „Dass die Zusammenlegung der beiden Veranstaltungen“

www.promoswiss.ch – www.gww.de



Uwe Thielsch von koziol und Thomas Oester von Promoswiss begrüßten die Gäste.

tungen nur Vorteile bringt, liegt auf der Hand“, sagt Promoswiss-Präsident Roger Riwar und ergänzt: „In der Schweiz übernimmt der Promoswiss den Lead. Dabei wird unser Verband vom GWW partnerschaftlich unterstützt. Die folgende Newsweek als ‚schlüsselfertige Hausmesse‘ ist für den Schweizer Markt die ideale Ergänzung hierzu. Sie führt die gesamte Werbeartikel-Wertschöpfungskette vom Hersteller/Lieferanten über den Händler bis hin zum eigentlichen Entscheider und Endkunden zusammen. Somit bietet die Promoswiss-Newsweek auch in der Schweiz innovativen Händlern die Chance, sich am Markt zu profilieren. Als Händler-Vertreter sind ausschließlich Promoswiss-Mitglieder zugelassen.“

Messepakete perfekt geschnürt

Am verkehrstechnisch günstig gelegenen Veranstaltungsort stehen den Teilnehmern 500 Parkplätze kostenlos zur

Verfügung. Für die Anreise der Besucher mit dem ÖPNV ist ein Shuttle geplant. „Für die Aussteller besteht die Möglichkeit, an beiden Messen kostengünstig auszustellen. Zudem gehören die Zollprobleme für die Messeutensilien der Vergangenheit an. Promoswiss



Der Sekt wurde in den neuen, unkaputtbaren Sektkelchen aus der Designschmiede von koziol kredenzt.



Ein Stößchen in Ehren ... (v.l.): Christoph Zindel, Rastal Schweiz, Arne Paul Bender und Dennis Dennig, Geschäftsführung Jung Bonbonfabrik.

übernimmt zusammen mit dem GWW die Organisation der Ein- und der Ausfuhr inklusive der Zollformalitäten“, heißt es von Verbandsseite. Schweizer Händler können mit einem sogenannten Counter-Stand auf der Newsweek vertreten sein und ihre Kunden einladen und betreuen. Der Eintritt für die Industriekunden ist kostenlos. Außerdem ist für die kulinarische Versorgung aller Teilnehmer ganztätig gesorgt. Nähere Informationen gibt es direkt bei Promoswiss oder dem GWW.

<



Get together bei koziol (v.l.): GWW-Vorsitzender Frank Dangmann, Uwe Thielsch, Leiter des koziol Incentives & Promotions-Teams und Peter Kaiser, Managing Director Kaiser Promotion AG.

36 Referenten – ein Ziel: aufzeigen, wie im Geschäft mit dem Werbeartikel für den Kunden und das eigene Unternehmen das Beste aus dem permanent wachsenden Markt herauszuholen ist. Die Vorträge des PSI Praxis Forums gaben vielfältige Anregungen, wie die Branche die wachsenden Anforderungen des Marktes meistern kann.

PSI Praxis Forum 2018

Antworten auf drängende Fragen



Werbeartikel zu verkaufen im 21. Jahrhundert, in Zeiten von Globalisierung, Digitalisierung, internationaler Netzwerke und Lieferketten – die damit verbundene Tempoverschärfung im Handel sowie stetige Anpassung von Regelwerken erfordert neues Denken. Im PSI Praxis Forum 2018 referierten führende Köpfe des Werbeartikelhandels und Experten verschiedener Disziplinen in konzentrierten, halbstündigen Fachvorträgen über viele Themen, die die Branche heute beschäftigen.



Carsten Lenz

Mut zur Digitalisierung

Carsten Lenz etwa, Geschäftsführer der S & P Werbeartikel GmbH, beleuchtete das Geschäft mit dem Werbeartikel im Zeitalter der Digitalisierung: „Mir war wichtig, die Kollegen zu ermuntern, sich mutig damit auseinanderzusetzen, neue Medien zu nutzen, Angst vorm Online-Boom zu nehmen und einen Ausblick auf die nächsten zehn, fünfzehn Jahre zu geben – um zu zeigen, wo die Reise hingehet in Zeiten von Digitalisierung, künstlicher Intelligenz und Automatisierung“, so Lenz. „Online macht uns nicht das Geschäft kaputt, wie oftmals argumentiert wird. Denn das wird immer noch zwischen Menschen gemacht“, betont Lenz.

Marken: Innovationskraft und Tradition

Dass sich Innovationskraft und Tradition nicht ausschließen, beweist der konstante Erfolg der Markenprodukte: „Ein Markenartikel ist ein Produkt, hinter dem ein Unternehmen steht, das ge-



wisse Markenwerte hat und die gesetzlichen Vorgaben unter allen Umständen einhält. Ein Markenhersteller pflegt seine Marke und baut Vertrauen beim Kunden auf. So entsteht beim Kunden ein Gefühl der Sicherheit, wenn er dieses Produkt kauft“, fasst Harry Saffer, Geschäftsführer von Schwan Stabilo Promotion Products, die Kernbotschaft seines Vortrags „Werben mit Markenartikeln“ zusammen. Fazit: Das PSI Praxis Forum lieferte Antworten auf drängende Fragen und zeigte auf, wie wichtig es ist, die Prozesse zu verstehen und Transfers von manuellen Aktivitäten in die Welt der digitalen Möglichkeiten umzusetzen. Digitalisierung kann den operativen Aufwand verringern, um sich wieder mit dem Wesentlichen zu beschäftigen: Marketing und Verkaufsförderung.



Harry Saffer



SIPLAST

Neue Technik – neue Horizonte

Neuheiten standen natürlich auch dieses Mal wieder im Mittelpunkt von Europas größter Fachmesse für Werbeartikel. Auch die SIPLAST Siegerländer Plastik GmbH hatte wieder Neues im Gepäck: Am Stand des Spezialisten für Sonderanfertigungen aus Kunststoff konnten sich die Besucher selbst vom Wow-Effekt des neuen Veredelungsportfolios überzeugen. Hochauflösende Druckmotive, feinste Schriften, 3D- und Lackeffekte kombiniert mit Inline-Deckweiß – für dunkle oder transparente Materialien. Nahezu alle Büro- und Kunststoffartikel, die in Kreuztal hergestellt werden, lassen sich dank neuer Technik noch eindrucksvoller veredeln und personalisieren: Das Familienunternehmen aus dem Siegerland hat 2017 kräftig in seinen Druckbereich investiert und erreicht dadurch ganz neue Horizonte, um kleine und große Kundenprojekte noch kreativer, schneller und in puncto Qualität noch besser umzusetzen. Für noch mehr kreativen Spielraum bieten die Kreuztaler für ihre Produkte auch haptische Spezialfolien mit besonderen Oberflächenstrukturen, Soft-Touch- oder Farb-Effekten an. Seit den 1960er-Jahren entwickelt SIPLAST Standardartikel und Sonderanfertigungen für den Büro- und Werbeartikelmarkt. Das Spektrum reicht von Ringbüchern über Hefter und Mappen bis zu Ausweisartikeln, Druckerei- und POS-Bedarf oder Give-aways. www.siplast.de



Malerischer Anziehungspunkt

Dass sich Tradition und Innovation keineswegs ausschließen, sondern sich gegenseitig befruchten, lässt sich vor allem auch auf der PSI im dichten Nebeneinander von Traditionsfirmen und jungen Unternehmen beobachten. Die BOFA-Doulet GmbH vereint beides und zeigte dies auch an ihrem Stand auf der PSI. Die Spezialisten für Beflagung, Außen- und Innenkommunikation sowie Events aus Bonn präsentierten neue Werbeideen in Form von individuell bedruckbaren Zelten, Liegestühlen, Tischdecken, Tischfußverkleidungen oder Kissen. Als Eyecatcher und Anziehungspunkt für Besucher diente eine Malwand, an der man seine Kreativität mit Farben testen konnte und so auch spielerisch ins Gespräch über die BOFA-Neuheiten kam. www.bofa.de

BOFA-Doulet



Ausmalaktion am Stand von BOFA-Doulet

Im vergangenen Jahr als neues Format und gleichzeitiges Experiment ins Leben gerufen, ging der Product Preview Event in verändertem Erscheinungsbild in diesem Jahr in Runde zwei. Geblieben war das Datum: der Vortag der Messeeröffnung. Neu waren die Location, die Galerie von Eingangshalle Nord, und ein Vortragsprogramm.



Das exklusiv für den Product Preview Event aufgesetzte Vortragsprogramm stieß auf viel Interesse.

Product Preview Event in zweiter Auflage

Exklusiver Auftakt



gemäß dem Motto „Gutes beibehalten und dort, wo es nötig ist, nachbessern“ präsentierte sich die zweite Auflage des Product Preview Events. Ein kleiner, internationaler Ausstellerkreis stellte sich und ausgewählte Produkte in exklusiver Runde einem ebenso multinationalen Händlerpublikum aus Algerien, Belgien, Dänemark, Lettland, Litauen, Luxemburg, den Niederlanden, Schweden, Slowakei, Spanien und den USA vor. Mit Blick auf die PSI Russia im Herbst war eine mehrköpfige Delegation aus Russland angereist.

Elevator Speeches zum Kennenlernen

Änderungen im Vergleich zum Vorjahr bot der Ablauf. Nach der Begrüßungsrede von PSI Geschäftsführer Michael Freter stellten sich die Aussteller in kurzen sogenannten „Elevator Speeches“ vor. Sinn und Zweck dieser Speeches war es, sich so prägnant und überzeugend zu präsentieren, dass im Anschluss das Gesagte in Kleingruppen oder Einzelgesprächen zwischen Ausstellern und Besuchern fortgeführt werden konnte. Damit wurde das Speeddating-Konzept des vergangenen Jahres noch einmal optimiert und



Für beste Stimmung sorgte eine Live-Band, die mit ihrem großen Repertoire überzeugte und auch auf musikalische Wünsche einging.



Das Product Preview Event ist ein speziell für internationale Händler konzipiertes Format. Das war bereits auf der Willkommenstafel deutlich zu erkennen.

kam bei den etwa 60 zu dieser exklusiven Veranstaltung erschienenen Besuchern auch gut an. Die Aussteller nahmen sich viel Zeit, auf die individuellen Fragen einzugehen. So konnten bereits am Vortag der Messeeröffnung erste ausgewählte Produkthighlights in aller Ruhe in Augenschein genommen und begutachtet werden.

Exklusives Vortragsprogramm

Premiere hatte in diesem Jahr ein eigens aufgesetztes Vortragsprogramm, das die erworbenen haptischen Erkenntnisse um neues theoretisches Wissen erweiterte. Alexander Moths und Peter Rochel von Oberwasser Consulting weihten ihre Zuhörer in die „5 Mythen der Innovation“ ein und gaben ihnen „5 Thesen zum Nachdenken“ mit auf den Weg.



Netzwerken mit Snacks und Drinks.

Uwe Melichar, Partner für Packaging Factor Design, referierte zum Thema „Love Brands“ und zeigte an konkreten Beispielen, wieviel man in Sachen Werbung und Werbeatikel falsch, jedoch auch richtig gut machen kann.



Die ersten Produkthighlights schon einmal vorab in Ruhe betrachten können. Das kam an.



Lockerer Ausklang in Bar 15

Inspiziert vom Tage wechselte man dann am frühen Abend von Halle 9 in Halle 15, genauer gesagt in Bar 15. Dort bildete ein lockeres Get-together den lukullischen Ausklang mit musikalischer Stimmungsnote. Bei herzhaften Speisen, kalorienreichen süßen Verführungen, einem standesgemäßen Altbier oder auch exotischeren Getränken ließ sich entspannt genießen, Zeit miteinander verbringen, hervorragend bei bester Laune networken und mit Blick auf die am nächsten Tag beginnende Messe schon einmal gebührend vorglühen.

<

PSI Jubilare



Die Mitglieder-Jubilare, die auf der PSI 2018 entweder als Aussteller oder Händler-Fachbesucher präsent waren, wurden mit der Ehrennadel ausgezeichnet wurden. Insgesamt feierten im Jahr 2017 134 Mitglieder eine mehrjährige runde oder halbrunde Zugehörigkeit zum internationalen Netzwerk der Werbeartikelwirtschaft.

Folgende Mitgliedsunternehmen, die auf der PSI 2018 anwesend waren, wurden für ihre langjährige Zugehörigkeit zum PSI ausgezeichnet:

25 Jahre:

ADG
alfi
All in Form
Kusters Promogifts
Logolf
Maximex Import-Export
Present Perfect
Schwan-STABILO
SCI Sabine Scheibeck
Teletraffic Promotions
Willen Werbe- und Handelsagentur

30 Jahre:

Bera Drees
Brosch Werbeartikel
e+m Holzprodukte
Pronel
Regine IQtrim

40 Jahre:

Alfred Fischer
Hassenbach Werbemittel
Heri-Rigoni
Suthor Papierverarbeitung
Wunderbaldinger

50 Jahre:

Per Edberg Reklam
Staat & Co Businessgifts
Weigend

Ehrennadel für langjährige Mitglieder

Die PSI ist Jahr für Jahr ein echter Magnet – für Aussteller und Besucher. Dass auch das PSI selbst für viele Mitglieder nichts an seiner Attraktivität verloren hat, beweist eine eindeutige Zahl: Im Jahr 2017 haben insgesamt 134 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 21, die entweder als Aussteller oder Händler-Fachbesucher in Düsseldorf waren, erhielten aus der Hand von PSI Geschäftsführer Michael Freter eine Ehrennadel.



Dreimal konnte PSI Geschäftsführer Michael Freter die Ehrennadel für 50 Jahre Mitgliedschaft im PSI vor Ort verleihen. Oben links: Jan Edberg für Per Edberg Reklam, unten links: Hans van der Ouw für Staat & Co Businessgifts, Helmut Weigend für Weigend GmbH (r.).



**Pfand-
system im
PSI-Café**

Umweltfreundliches Mehrweg-System

Ingo Moeller: „Unser Mehrweg-System, das wir hier auf der PSI präsentiert und als Pilotprojekt installiert haben, habe ich auch in meinem Vortrag im Rahmen des Praxisforums erläutert: Es ist das erste professionelle Mehrweg-System für Coffee-to-go-Becher, ein Pfandsystem, das in Deutschland als Pool-System in der Gastronomie in Städten oder sogar deutschlandweit einsetzbar wäre. Hier auf der PSI ist es sehr gut gelaufen: Wir haben hier vier Messe-Cafés, wo kostenloser, von Mahlerwerk Porzellan gesponserter Kaffee ausgeschenkt wird. Die Becher werden immer zentral gespült und bei Bedarf wieder in den Cafés eingesetzt. Der Besuch des PSI Praxisforums könnte besser sein. Aber für viele Besucher ist die dreitägige Messe mit Terminen belegt, so dass sie zu wenig Zeit und Ruhe aufbringen, um einem Vortrag aufmerksam zuzuhören. Aber dennoch gab es einige vielversprechende Kontakte mit konkretem Interesse von Kunden, unser System auf ihrer Messe mit uns zu realisieren.“

www.mahlwerck.de



Ingo Moeller, Head of Marketing & Communications,
Mahlwerck Porzellan



Taschen und Accessoires für die digitale Welt

Tucano ist eine italienische Marke, die sich auf die Herstellung von Taschen und Accessoires für die digitale Welt weltweit spezialisiert hat. Taschen, Sleeves und Rucksäcke für Notebooks und Tablets sowie innovatives Reisezubehör sind nur einige der Highlights aus dem Portfolio des Unternehmens. „Seit über 20 Jahren bietet das Tucano Corporate Team maßgeschneiderte Projekte, damit unsere Geschäftskunden stets die geeigneten Lösungen finden oder zusammen mit uns ihre Ideen umsetzen. Alle Tucano Produkte werden in Mailand entworfen, mit einem besonderen Fokus und Liebe auf Design und Qualität. Durch unsere europaweite Betreuung mit Büros und Vertretungen u.a. in Deutschland, in der Schweiz und Spanien, haben unsere Kunden jederzeit einen Ansprechpartner, der ihnen lokal an der Seite steht und hilft, ihre Projekte zu verwirklichen“, so Country Manager Annalisa Fedeli. „Eine schnelle Durchführung der Projekte, unser Kundendienst und die unbestrittene Qualität unserer Produkte haben es uns ermöglicht, ein exklusives Arbeitsmodell zu schaffen, das unser Unternehmen auch auf internationaler Ebene interessant macht“, ergänzt Fedeli. Besucher, die am Stand von Tucano vorbeischaute, wurden mit einer persönlichen Aufmerksamkeit belohnt.

www.tucano.com

Taschen, Sleeves und Rucksäcke für Notebooks und Tablets sowie innovatives Reisezubehör gab's am Stand von Tucano zu sehen.

Tucano



Sprintis



Viel Neues zu entdecken gab's am „Sprintis Beach“.



Neues am „Beach“

Am „Sprintis Beach“, dem Messestand des Fachgroßhandels für Druckerei- und Werbemittelbedarf, erhielten Besucher einen Überblick über das 3.500 Artikel umfassende Sortiment des Würzburger Unternehmens – darunter auch eine Vielzahl an Produkten, welche individuell angefertigt werden können wie beispielsweise Prospekthalter, Fertigschleifen und Displayständer. Natürlich konnten die Sprintis-Messe Gäste einen Teil des Sortiments selbst ausprobieren oder sich Muster in Form eines Souvenirs mitnehmen. Auf großes Interesse stießen auch die Sprintis Neuprodukte wie Klapprahmen mit abgerundeten Ecken und transparente Scanner-schienen. www.sprintis.de


Invitalis

Bitte entspannen!

Das tut gut! Nach wer weiß wie vielen Kilometern Messestrecke einfach mal zur Ruhe kommen und für einige Minuten entspannen ... Möglich war dies am Stand von Invitalis, an dem erholungsbedürftige Besucher das Angebot sehr gerne wahrnahmen, die neueste Entwicklung des Unternehmens zum eigenen Wohl auszutesten: den Vitalimed Flexi „Shiatsu“ Massagegurt. Durch das ergonomische Gurt design kann das integrierte Kissen einfach an jeder Stelle des Körpers verwendet werden, wo optimale Muskelentspannung gefragt ist. Der Gurt verfügt laut Lieferant über eine „einzigartige Tiefenwärmefunktion, welche die Massage perfekt unterstützt“ – egal ob zu Hause, unterwegs, im Büro, Fitness-Studio oder aber auf geschäftigen Messen. Der Vitalimed Flexi Massagegurt hat auch die Jury des begehrten „X Plus Award“ überzeugt, die diesem den Preis mit dem Prädikat „Bestes Produkt“ verliehen hat. **www.invitalis.com**



Kleine Massage mit Tiefenwirkung
gefällig? Am Stand von Invitalis
gab's diese für entspannungswillige
Messebesucher gratis.

Professionelle Transfers

Im Rahmen des textilen Herzstücks der PSI, der Halle 10, gab es natürlich auch viel Neues zu entdecken, darunter auch „tauforsche“ Aussteller wie die Lotus Transfer Press Solutions GmbH & C. KG mit Sitz in Berlin. Lotus demonstrierte am Stand, wie einfach es ist, Textilien mit farbigen Transferfolien zu personalisieren. „Besonders gut geeignet sind hierfür Print + Cut Lösungen des Herstellers Roland, wie z.B. die TrueVis SG-Serie. Diese Geräte drucken und schneiden die Motive, die im Anschluss mit einer sogenannten Transferpresse auf unterschiedlichste Textilien übertragen werden können. So lassen sich Textilien der Bereiche Berufsbekleidung (auch Reflektoren), Sportbekleidung oder Merchandising-Textilien individuell aufwerten. Außerdem lassen sich mit den Roland Druckern Aufkleber, Abziehbilder, Leinwandmaterialien sowie Poster u.v.m. bedrucken“, erläutert Geschäftsführerin Odette De Pasquali. Lotus ist autorisierter Roland Händler, Transferpressen-Manufaktur und internationaler Großhändler für Transferfolien. „Bei uns erhalten Kunden genau das Know-how, welches sie für den Druckprozess benötigen sowie die notwendige Technik und die entsprechenden Verbrauchsmaterialien für den Textildruck“, betont De Pasquali. Lotus wurde 1972 in Mailand gegründet und unterhält seit 1998 eine Zweigniederlassung in Berlin. Interessierte Händler sind gerne persönlich in den Showrooms in Mailand oder Berlin willkommen. **www.lotus-shopping.com**



Lotus

90
Länder
waren
durch die
Besucher

der PSI repräsentiert. Eine neue Bestmarke. 58 Prozent der Besucher reisten aus dem Ausland an, jeder siebte von ihnen aus Übersee.

2.859

PSI Mitglieder haben mittlerweile den *Ehrenkodex* anerkannt. Das macht das PSI zur größten Organisation mit einem solchen „Commitment“.

17.342

Besucher kamen in diesem Jahr zur PSI, darunter 1.200 Kunden aus der Industrie, die am letzten Veranstaltungstag die Gelegenheit hatten, auf Einladung des Werbeartikelhandels die PSI zu besuchen.

32 Prozent

der für den Werbeartikel-Monitor 2017/ 2018 des GWW befragten Unternehmen haben geantwortet, dass ihre Ausgaben für Werbeartikel stark bis sehr stark gestiegen seien. Ein deutliches Plus zu 2016 (20 Prozent).

3.504 Millionen

Euro wurden in Deutschland im Geschäftsjahr 2017 ausgegeben. Erstmals wurde die Marke 3,5 Milliarden Euro geknackt, hat der Werbeartikel-Monitor 2017/2018 des GWW ergeben.

22,9 **Milliarden**

Dollar betragen die Umsätze, mit denen das Advertising Specialty Institute (ASI) für das abgelaufene Geschäftsjahr rechnet. Das entspricht einem Plus von drei Prozent gegenüber dem Vorjahr.

2018

könnte für den europäischen Markt ein positives Jahr werden. Erwartet wird ein Wachstum von 5,3 Prozent. Das geht aus dem aktuellen PSI Branchenbarometer hervor, für das rund 1.000 europäische Lieferanten und Werbeartikelhändler befragt wurden.

See you!



► PSI

**Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft**

**8. – 10. Januar
Düsseldorf 2019**



Die Produkte, die wir
auf den Folgeseiten vorstellen,
haben eines gemeinsam:
sie sind 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.



PSI 46970 • ReflAktive Thomas Wassmann
Tel +49 4971 923312
thorsten.hueber@reflaktive.de
www.reflaktive.de
<https://www.psiproductfinder.de/odgwym>

Anhänglich

Die praktischen Kofferanhänger von reflAktive sind nicht nur schön, sondern man erkennt auf den ersten Blick seinen Koffer, Rucksack oder seine Tasche. Auf der Rückseite der Kofferanhänger befindet sich ein Feld, auf dem man einfach die Adresse hinterlegen kann. Die Herstellung erfolgt unter Verwendung von reflektierender Folie (oben) und weißem PVC (unten). Die Konturen werden im Shadowdruck appliziert, ein Logo kann selbstverständlich auch auf die reflektierende Folie gedruckt werden. Neben den Standardformen werden auf Anfrage Sonderwünsche erfüllt.



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

Sicher nach Hause

Gut zu wissen, dass der Amigo Alarm von Troika dabei ist, wenn man zum Beispiel im Dunkeln nach Hause geht. Der kleine Freund am Schlüsselbund kann notfalls richtig laut werden. Ein Zug am Ring des Taschenalarms und die Sirene ruft mit 120 Dezibel Helfer herbei oder schreckt dunkle Gestalten ab. Für das sichere Gefühl, wenn man öfter allein unterwegs ist. Als Material dient robustes Aluminium in Rot/Schwarz oder Schwarz/Titan.

Pflanz-Hölzer

ef
emotion
factory
... aus dem Schwarzwald



Digitaldruck auf Holz

Pflanz-Kork rund



Rundumlaserung





Handlich und zuverlässig

Unerlässlich für die Planung einer Flugreise ist die handliche, digitale Waage von Kasper & Richter. Sie wiegt das aufzubehende Flug- sowie das Boardgepäck in Kilogramm oder Pfund. Dadurch lassen sich teure Zusatzkosten der Airlines bei Übergewicht ersparen. Der Messbereich wird mit 0,1 bis 55 Kilogramm angegeben, das Gewicht mit gerade mal mit 61 Gramm. Eine Batterie CR2032 gehört zum Lieferumfang. Für Werbung steht eine Fläche von 24 x 20 Millimeter zur Verfügung.

Verwechslung ausgeschlossen

Koffer weg? Mit den tollen rubberBADGE Kofferanhängern von Asia Pins findet jeder Koffer zu seinem Besitzer zurück! Entweder im rechteckigen Standardformat mit individuell gestaltbarer Vorderseite erhältlich oder sogar mit komplett individueller Außenform. Kundenideen sind hierbei praktisch keine Grenzen gesetzt. Die günstigere Alternative zum rubberBADGE ist ebenfalls im Angebot. Hier ist jedes Motiv mittels Offsetdruck umsetzbar. Erhältlich in einer Standardgröße inklusive verstecktem Adressfeld.



PSI 45428 • Asia Pins Direct GmbH
Tel +49 30 720200400
info@apd-gmbh.de • www.asiapinsdirect.eu
www.psiproductfinder.de/zmq2mg

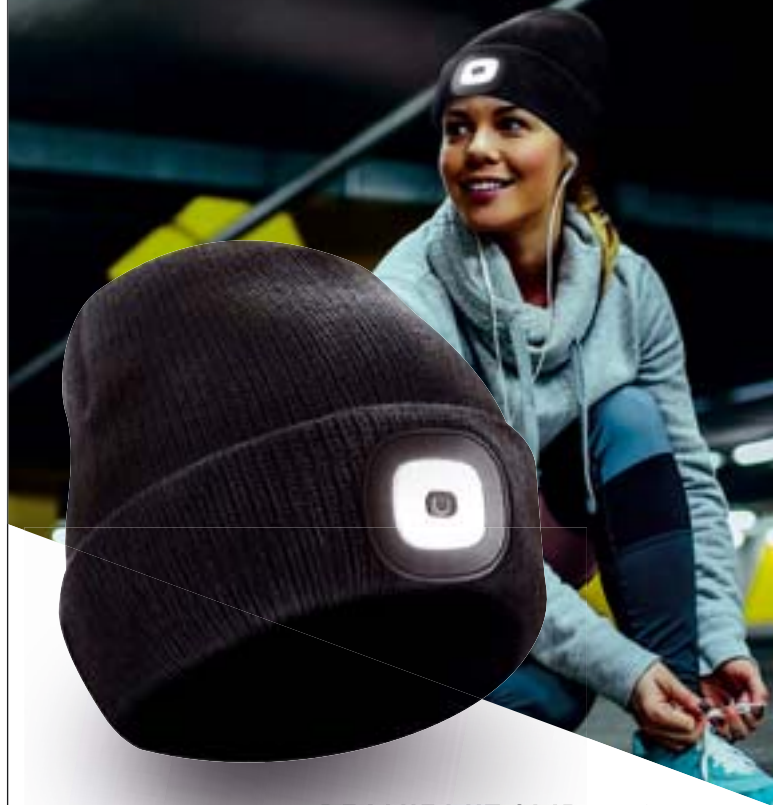


Elegant und durchdacht

Im eleganten italienischen Design kommt ein praktischer Shopper von Koziol daher. Mit dem ist alles möglich: vom Einkauf auf dem Wochenmarkt bis zum Besuch im Fitnesscenter. Die neue Tasche eignet sich für Männer und Frauen gleichermaßen, denn sie ist unisex. Dazu gesellt sich Taschelino, die Kompaktversion zum erfolgreichen Shopper. Einfach klasse ist die durchdachte Form: das Täschchen lässt sich entweder trendig über den Arm hängen oder locker schultern. Das Material ist absolut wasserdicht und leicht zu reinigen.



Nestler-matho®



BEANIE MIT SMD-LICHT

Licht herausnehmbar

■ N-m 458 schwarz



Einfach aufladen mit USB!

5 LED-HÜFTTASCHE

■ N-m 453 schwarz





PSI 45138 • NMTech Europe GmbH
 Tel +49 911 9367350
 meindl@nmteurope.de
 www.fenice-lifestyle.com
 www.psiproductfinder.de/yzqyyz

Trendige Farben – tolles Design

Den Gepäckanhänger Airplane Tag, der durch sein tolles Design, trendige Farbgebung und sein Qualitätsniveau besticht, liefert die NMTech Europe GmbH. Mit dem praktischen Reisebegleiter geht kein Gepäckstück mehr verloren. Er lässt sich leicht befestigen und übersteht auch die raueste Behandlung. Wie bei allen Produkten von NMTech wird nur feinstes italienisches Soft Touch PU Leder verwendet.

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



Für große Einkäufe

Die neue umweltfreundliche Jute-Einkaufstasche der Firma Jute statt Plastik ist prädestiniert für den großen Einkauf. Die Tasche wird aus robustem Jutegewebe 13 x 13 gefertigt und verfügt über die beliebten 40 Zentimeter rundgewebten weichen Komfort-Baumwolltragegriffe sowie die 80 Zentimeter flach gewebten Baumwollgriffe. Die Größe gibt der Hersteller mit 50 x 35 x 30 Zentimeter an. Ab einer Bestellmenge von 100 Stück kann eine individuelle Bedruckung erfolgen.

travelite

ROBUSTER KOFFER FÜR JEDE REISE

Mein CITY.

Business Wheeler 

99,95€

Größe S 

59,95€

Größe M

79,95€

Größe L

89,95€



Alle Preise sind unverbindliche Preisempfehlungen im Fachhandel.



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

Wohl geordnet

Smartphone, Tablet, Laptop, Kabel, Utensilien, Zubehör: Dieser Multi-Media-Organizer von Troika packt einfach alles. Insgesamt elf gepolsterte Fächer bringen zuverlässig System in das mobile Büro und sorgen für Ordnung. Und wenn die elegante Umhängetasche mal nicht passt? Dann wird aus dem Modell Bag To Business schnell ein lässiger Rucksack oder ein praktischer On-Pack für den Trolley.

Elegante Reisebegleitung

Wer viel unterwegs ist, ob dienstlich oder privat, benötigt einen flugzeugtauglichen Trolley, wie er zum Sortiment von Axpol gehört. Er ist extrem leicht, sehr handlich und trotzdem stabil genug, um auch robustere Einsätze schadlos zu überstehen. Herausragend auch seine hohe Funktionalität. So lassen sich in den separaten Vortaschen alle notwendigen Utensilien bequem verstauen. Der Trolley bietet außerdem eine große Werbefläche.

PSI 46204 • Axpol Trading Sp. z.o.o. Sp.k.
Tel +48 61 6598800
info@axpol.com.pl • www.axpol.com.pl
www.psiproductfinder.de/nzdjyj



Werbung mit gutem Gewissen

Nachhaltige Lippenpflegestifte



PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2018



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

www.lipcare.de

Jetzt Muster anfordern

HK
LIPCARE BY HKH

Kunststoffproduktion



Druckerei



Labor



Bulkproduktion



Abfüllung



IKW

Industrieverband
Körperpflege- und
Waschmittel e.V.



Verband der
Chemischen Industrie e.V.



PSI

GWG
Gesamtsverband der
Werkezeugnisse-Wirtschaft e.V.

BDIH

SEPAWA
detergents - cosmetics - fragrances - formulators

HKH GmbH

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



PSI 44406 • Präsentstudio
SOENNECKEN e.K. • Tel +49 2331 94880
info@praesentstudio.de
www.praesentstudio.de
<https://www.psiproductfinder.de/owy4og>

Universell einsetzbar

Mit nur 400 Gramm ein echtes Leichtgewicht und trotzdem bis zu 20 Kilogramm belastbar, das ist Quickboxx, die universell einsetzbare Faltbox von Soennecken. Zusammengefoldet ist der Tausend-sassa sehr klein und passt somit hervorragend in viele, auch kleine Stauräume. Das äußerst strapazierfähige, flexible und abwaschbare Material bietet außerdem rundum eine große Werbefläche. Von der Farbe bis hin zum eigenen Logo in den Verschlüssen lässt sich Quickboxx nach eigenen Vorstellungen gestalten.

Coolle Sache

Auch wenn der Weg vom Supermarkt nach Hause mal etwas weiter ist, der Kühlkorb Thermo aus dem Sortiment der Firma elasto hält Lebensmittel frisch. Immer wenn es draußen warm ist, leistet der nützliche Helfer als perfektes Shopping-Accessoire gute Dienste bei der Einhaltung der Kühlkette. Gefertigt aus reißfestem Polyester außen und einer isolierenden Aluminium-Beschichtung innen ist der strapazierfähige Korb ideal für den Lebensmittel-Einkauf. Der platzsparend zusammenklappbare Korpus ist durch seinen Alu-Rahmen besonders leicht, der weiche EVA-Griff liegt angenehm in der Hand ohne einzuschneiden. Werbung wird per Siebdruck platziert.



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

Nichts wird nass!

Die Tragetaschen der Serie Roll-Up aus dem Sortiment der Firma elasto mit Volumen von 5, 10 oder 15 Litern sind ideale Begleiter für alle Surfer, Rafting-Fans und sonstige Wassersportler. Das Besondere an den Taschen ist der Rollverschluss. Dieser ist so einfach wie genial: Am oberen Abschluss der Tasche sind zwei Stäbe eingearbeitet, die ein einfaches Einrollen der Tasche ermöglichen. Mehrmals umschlagen, mit dem stabilen Kunststoff-Steckverschluss verschließen und schon bieten die Taschen ihrem Inhalt sicheren Schutz vor Spritzwasser. Veredelt werden kann Roll-Up per Sieb- und Tampondruck.



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

— ANZEIGE —



FUSE

fruit fusion bottle

NEW

Elegant life style sports bottle with fruit fusion option. Add taste and vitamins to your water.

Available caps in a selection of rainbow colours so you can mix and match bottle and cap

Bottle
Promotions

Tacx

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



Büro auf Reisen

Ein flugzeugtauglicher Business-Trolley mit dem Namen Mobile Office gehört zu den Highlights im Angebot von Spindler. Die Frontseite ist individuell bedruckbar, wobei es einen Clou gibt: Der Druck ist hinter glasklarer Polycarbonat-Scheibe brillant und auswechselbar, ab Stückzahl Eins! Das Format 44 x 40 x 22 Zentimeter erfüllt die Vorgaben, um als Handgepäck mit ins Flugzeug genommen werden zu können. Noch ein Clou: Außen gibt es eine USB-Doppelsteckdose mit passendem Anschlusskabel für die Powerbank, der Akku ist innen eingenaht. Tablet oder Smartphone werden geladen, ohne den Trolley zu öffnen.

PSI 49668 • Spindler GmbH
Tel +49 7172 937890
mail@spindler-gmbh.de
www.werbemappen4u.de
www.psiproductfinder.de/nje0zj



Trocken unterwegs

Eine Beutel-Tasche aus recycelter Werbeplane mit Steckschnalle gehört zum Sortiment der Firma Reciclage. Das Produkt ist vielfältig einsetzbar, zum Beispiel, wenn nasse Badesachen oder Windeln für das Baby verstaut werden müssen oder andere Sachen, die möglicherweise auslaufen können. Nach Gebrauch trocknen lassen, kurz reinigen und schon ist das Täschchen bereit für den nächsten Einsatz. Da die Planen vom Motiv her variieren, ist jede Tasche ein Unikat.

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

WISA ENSCHEDE

1953 - 2018

Celebrate 65

- Luftballons und Zubehör
- Festliche Papierartikel

Luftballons
& Zubehör



Fahnen- Wimpelketten
& Papierfächerchen



Essen & Trinken



Essen & Trinken



Werbung



1963



1973



1992



1996



2017

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

wisa.nl



PSI 42907 • Inspirion GmbH
Tel +49 421 52270
info@inspirion.eu • www.promotiontops.eu
www.psiproductfinder.de/ndbmj

Reisen mit System

Das Trolley-Set Metropolitan von CHECK.IN® by Inspirion besticht durch ein unverwechselbares Design und ist vielseitig einsetzbar. Familienurlaub, Geschäftsreise oder Kurztrip – Reisende können auf das Handgepäckformat und zwei Trolleys in den Größen L und XL zurückgreifen. Mit dem Leichtlauf-Fahrwerk rollen die Trolleys auch unter Gewicht wie von allein und die Zwillingssrollen mit einem Radius von 360 Grad sorgen für grenzenlose Bewegungsfreiheit. Der Materialmix aus Polycarbonat und ABS macht die Trolleys zu leichten und robusten Reisebegleitern. Alle Größen verfügen über eine komfortable Innenausstattung mit Raumteilern und Netzfächern.

Für tauglich befunden

Besuchern wird bei Veranstaltungen meistens der Einlass verwehrt, wenn größere Taschen oder Rucksäcke mitgeführt werden. Wer mit einer Triple-Bag von team-d erscheint, hat dieses Problem erfahrungsgemäß nicht. Nach Aussage des Lieferanten gewinnt das kleine Platzwunder seit der Regulierung von großen Taschen für Events stetig an Popularität. Die Unisex Umhänge- und Handtasche hat drei Reißverschlussfächer und einen abnehmbaren Gurt. Schlank wie sie ist, lässt sie sich auch gut unter der Jacke tragen und bietet so doppelten Schutz für den Inhalt.



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





Gut geschultert

Wer seiner Verantwortung für eine gute Zukunft für Mensch und Umwelt nachkommen möchte, sollte sich das Angebot von Green Earth Products ansehen. Hier findet sich die Fairtrade-Schultertasche Cambodia, die aufgrund ihres Fassungsvermögens sehr gut fürs Büro, die Schule oder die Freizeit geeignet ist. Der breite Schultergürtel zum Einstellen sorgt für einen optimalen Tragekomfort. Die Herstellung erfolgt aus recycelten Zementsäcken aus Kambodscha. Die Produktion von diesen Fahrradtaschen ist tatsächlich Fairtrade. Die Lieferung erfolgt ab Lager, zwei verschiedene Ausführungen sind zu haben.



Umweltfreundliches Gadget

Wer auf der Suche nach einem schönen wie umweltfreundlichen Reise-Accessoire ist, sollte sich die Gepäckanhänger von Polskie Karty anschauen. Leicht und trotzdem langlebig, hergestellt aus umweltfreundlichem Kunststoff, matt oder glänzend – hier gibt's viele Möglichkeiten auffälliger, witziger oder eleganter Gestaltung. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Polskie Karty liefert auch das Zubehör wie Haltebänder aus Silikon oder Kunststoff, Metalldraht oder Schlüsselanhänger. Details direkt beim Lieferanten.

OSTER HIGHLIGHTS 2018

my m&m's

My M&M's® MINI BAG
ca. 60 x 43 mm, 4 g

DIE EINZIGARTIGEN SCHOKOLINSEN!

My M&M's® METALLBOX
ca. Ø 50 x 17 mm, 20 g

Süße Werbung TOP-SELLER

Werbewirkung schmeckt!

kalfany **Süße Werbung**
Qualität • Wirkung

www.suesse-werbung.de
Service-Hotline: 0049 76 43 / 801-555



PSI 49320 • mood rooms eK
Tel +49 170 2800652
info@mood-rooms.de • www.mood-rooms.de
<https://www.psiproductfinder.de/ntczmz>

Ideale Picknickbegleiter

Die neuen Sagaform-Serien Navy und Nautic – erhältlich bei mood rooms – lassen das Herz jedes Outdoorfans höher schlagen. Schickes Design, durchdacht bis ins Detail und universell im Einsatz sind sie wie geschaffen für den Ausflug. Ergänzend zur Picknickdecke aus der Serie Navy gibt es die praktischen Kühltaschen aus der Serie Nautic. Je nachdem, wie viele Getränke mitgenommen werden sollen, bietet sich entweder die rechteckige, blaue oder große, weiße Tasche an. Beide Kühltaschen bestehen aus robustem, wasserabweisendem Polyester und halten Speisen und Getränke zuverlässig kühl. Die breiten, stabilen Griffe sorgen für angenehmes Tragen. In der rechteckigen Tasche lassen sich zudem 1,5 l große Getränkeflaschen mitnehmen. Dazu passend hält Sagaform auch noch Becher und Gläser mit maritimem Dekor bereit.



PSI 46726 • Ari International Trading GmbH
Tel +49 40 2785900
kontakt@ari-international.com
www.ari-international.com
www.psiproductfinder.de/ogm3yj

Ein Logo geht auf Reisen

Individuell gestaltete Trolleys von ARI haben als nützliche und hochwertige Werbemittel einen sehr hohen Stellenwert. Gebrandete Trolleys werden gerne als Prämie oder exklusives Geschenk an besondere Kunden, Geschäftspartner oder Mitarbeiter gegeben. Die Veredelung mit einem hochwertigen Logodruck oder einer eleganten Prägung macht den Trolley zu einem besonderen Reisebegleiter mit hoher Wiedererkennung. Die Koffer mit ausziehbarem Teleskopgriff können in verschiedenen Materialien wie ABS, Textil oder PU hergestellt werden und sind in diversen Größen lieferbar.



PSI 45666 • Halfar System GmbH
Tel +49 521 982440
info@halfar.com • www.halfar.com
www.psiproductfinder.de/ntyjy

Alles andere ist nur Gepäck

Die „Journey“ von Halfar gehört zu den Taschen, die mehr bieten als Stauraum. Die Sport-/Reisetasche aus schwerer 16 OZ Baumwolle ist ein Statement für Authentizität und Natürlichkeit. Das kernige Material in den Tönen beige und dunkelblau verleiht ihr einen feinen Retro-Schick. Passt für Sie und Ihn. Dazu harmonisieren die breiten Handgriffe und der Schultergurt aus Baumwolle. Edel: die Applikationen aus PU-Kunstleder und die Metall-Accessoires. Auch mit Komfort geizt die charmante Tasche nicht. Der Boden ist gepolstert, die Handgriffe lassen sich dank Griffmanschetten bequem fassen und der Stauraum ist großzügig. Das macht die Journey auch zu einer perfekten Wochenendtasche. Passend dazu bietet Halfar auch eine Umhängetasche. Beide lassen sich per Druck, Stick oder mit einem Metallemblem veredeln.



Stoff
in Serie.

Treffen Sie
uns auf der
HAPTICA in
Bonn am
21.03.



Neu: die Serie JERSEY. Taschen anziehend wie T-Shirts. Echte Mode-Statements aus dem feinen Material Jersey. Weich, anschmiegsam und einfach schick. Entdecken Sie den eleganten Shopper, die leichte Tragetasche und den schlichtschönen Zugbeutel. Jetzt auf www.halfar.com



HALFAR
Starke Taschen.

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



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

Gepäckortung leicht gemacht

Reisende genießen Sorgenfreiheit mit Trakdot Luggage in der Gewissheit, dass ihr eingetragenes Gepäck mit ihnen zusammen am Reiseziel angekommen ist. Der Trakdot Luggage von Bizness enabler benachrichtigt bei der Landung über den Standort des eigenen Gepäcks und funktioniert überall, wo es Handyempfang gibt, weltweit in allen Ländern, die über GSM verfügen. Eine Gratis-App zum Herunterladen verständigt den Reisenden, wenn er sich innerhalb von rund 10 Metern Entfernung von seinem Gepäck befindet. Ideal, um Tasche oder Koffer auf dem Gepäckband zu finden. Details gibt's direkt beim Lieferanten.



Recyceln und veredeln

Bei Globe Hope werden schon seit 10 Jahren aus recycelten, aber auch übrig gebliebenen Materialien – auch von Unternehmen - spezielle individuelle Präsentationen und Give-aways zu ökologischen Werbe-, Kunden-, und Mitarbeiter-Geschenken entwickelt und gestaltet. Das Konzept bietet Unternehmen die reelle Möglichkeit, das Versprechen für Nachhaltigkeit und Ethik zu implementieren und über Customer Relations zu kommunizieren. Das Wort Upcycling beschreibt es am besten, das heißt überschüssige Stoffe werden recycelt und gleichzeitig veredelt. Ein besonderes Augenmerk richtet das finnische Unternehmen auf den Globe Hope Produktanhänger. Dieser wird jedem produzierten Produkt beigelegt und erzählt im Grunde genommen den Ursprung und die Geschichte des Materials. Als Beispiel sei der Artikel Martti erwähnt, eine Einkaufstasche, die aus recycelten Werbefahnen hergestellt wurde.



PSI 48793 • Globe Hope Oy
 Tel +358 9 2238150
 hannele.zilm-schulz@globehome.com
 www.globehome.com
 www.psiproductfinder.de/mt5nt



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

Unentbehrlich

Das kennt jeder: Schnell noch was eingekauft und ab damit in den Kofferraum. Nach der Fahrt herrscht dort pures Chaos, weil alles durcheinander gekommen ist. Dass es anders geht, beweist Spranz mit der Black-maxx® Kofferraumtasche QuickCarryMetropolitan. Die faltbare Einkaufsbox im schicken Metropolitan Look ist sekundenschnell entfaltet und dazu auch noch stabil und griffgünstig. Der perfekte Begleiter für den Kofferraum!

reisen^{thel}.

EASY BRANDING WITH OUR CORPORATE GIFTS



NEW DESIGN: URBAN FOREST



carrybag®

toiletbag XL

allrounder R large

HAPTICA® live, Bonn
Stand: H, A20

reisen^{thel}.com/corporate-gifts

Wiedergeboren

Genau die richtige Wahl, wenn es um die Schonung von Rohstoffressourcen geht, ist der Rucksack Reborn CGB1522 von Citizengreen®, der über die Firma Boomerang S.A. bestellt werden kann. Das 600D starke Außenmaterial (in den Farben Grau, Blau oder Lemongrün erhältlich) besteht aus 100 Prozent recyceltem PET. Neben dem vollgepolsterten Hauptfach besitzt der Rucksack auch eine Vordertasche. Der Rucksack misst 43 x 28 x 14 Zentimeter, die bequemen Tragegurte sind verstellbar. Zur Serie Reborn gehören auch noch eine Notebooktasche, eine Sport- und Reisetasche sowie ein zweirädriger Trolley.



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



Koffer für Feinschmecker

Der gefüllte Reisekoffer, so heißt das Geschenkset von Römer Präsente und ist eine gelungene Überraschung für jede und jeden, der damit auf eine Genießer-Reise geschickt wird. Der Geschenkkarton in Form eines Reisekoffers hat praktische Tragegriffe für den einfachen Transport und ist gefüllt mit vielen edlen Leckereien: 500 Gramm Vollkornbrot, eine Salami, ein Gläschen Senf und eine kleine Flasche Williams-Birnen-Brand. Und noch ein Tipp: Zum bevorstehenden Osterfest bietet der Präsente Profi mit über 300 Präsenten im Sortiment eine Oster-Variante mit buntem Osterei an.

PSI 43892 • Römer Wein und Sekt GmbH
Tel +49 6541 81290
info@roemer-praesente.de
www.roemer-praesente.de
www.psiproductfinder.de/yzc0ym

Nachhaltige Alternative

Immer mehr Menschen verzichten beim Einkauf oder anderswo auf den Einsatz von Plastiktüten. Da kommt der Polyester Rucksack mit dem klangvollen Namen Bologna von Joytex gerade recht. Mit seiner Abmessung von 40 x 50 Zentimeter kann er auch größere Einkäufe, Badeutensilien oder Kleidungsstücke für einen Kurztrip bequem aufnehmen. Es stehen die Farben Weiß, Rot, Neongrün, Royalblau, Neonblau und Schwarz zur Auswahl. Ab 250 Stück kann eine Personalisierung erfolgen.



PSI 41990 • Joytex GmbH & Co. KG
Tel +49 2872 95060
info@joytex.de • www.joytex.de
www.psiproductfinder.de/zjfjmz





PSI 49926 • Filo Srl
Tel +39 0328 7097263
giorgio@filotrack.com • www.filotrack.com
<https://www.psiproductfinder.de/mtg2nt>

Mobiles Fundbüro

Mit dem Filo-Tag von Filo Srl kann praktisch kaum etwas verloren werden. Und so funktioniert das Ganze: Es handelt sich im Wesentlichen um einen Sender als Anhänger, der auch über größere Strecken per App auf das Handy meldet, wo zum Beispiel der Schlüssel verloren wurde. Und wenn das Handy verloren gegangen ist? Dann geht es anders herum: Zweimal auf den Filo Tag drücken und das Telefon wird laut klingeln, auch wenn die Stummschaltung aktiv ist. Die App gibt es in vier Sprachen: Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch.



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

In Leder für 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 im Glastiegel, zwei Polierrtüchern und einem Schuhanzieher. Das edle Lederetui ist mit einem Druckknopf verschließbar. Bei diesem Schuhpflegeset werden Qualität, Optik und Nutzen zu einer Einheit miteinander verbunden. Auf Wunsch platziert Frank Bürsten individuelle Firmen- oder Werbelogos auf den Bürsten und/oder den Polierrtüchern.

WERBEARTIKEL
FÜR HAUSTIERE



... aus dem Schwarzwald
ef
emotion
factory



Leckerli-Pack



Leckerli-Dose



Gassi-Beutel





Textilseminar zu Marken, Designs, Copyright

akatex

Es gibt unzählige Beispiele von Kundenanfragen und Druckanforderungen, die aus juristischer Sicht bedenklich sind. Ein Beispiel: Für Abi-Shirts werden häufig bekannte Claims, Motive aus Filmen oder geschützte Logos verwendet und abgewandelt. Mit dem Fachseminar „Darf ich das?“ am 6. März 2018 im ZEGO Textilveredlungszentrum in Aschaffenburg klärt die Akademie für Textilveredlung zu den Themen Marken, Designs und Copyright auf. Referent Thomas Seifried ist Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz (Marken- und Kennzeichenrecht, Design- und Geschmacksmusterrecht, Wettbewerbsrecht, Patentrecht). Im Seminar richtet er den Blick auf den Markt für Textilveredlung und erklärt, was Textildrucker und Sticker auf Textilien aufbringen dürfen, wo die Grenzen sind und mit welchen rechtlichen Folgen sie bei Missachtung der Rechtslage rechnen müssen. Teilnehmer können eigene Druck- und Stickbeispiele mitbringen und die Motive im Seminar zur Diskussion stellen.

www.aka-tex.de

Personalien

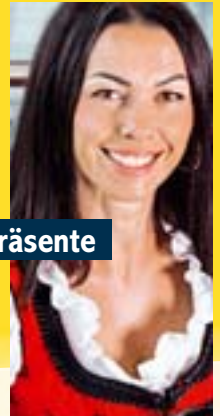
Neue Mitarbeiterin



Die Werbemittelspezialisten des Unternehmens AmedeA Werbepräsente aus dem bayrischen Karlsruhl nahe Ingolstadt begrüßen mit Nadine Kramel (links im Bild) eine neue Mitarbeiterin in ihrem Team. Sie arbeitet nun seit Sommer 2017 im Bereich Telemarketing mit Claudia Dittenhauser zusammen. „Die zweifache Mutter freut sich sehr, bei AmedeA einen frauen- und familienfreundlichen Betrieb gefunden zu haben“, so Geschäftsführerin Natalie Kober. Weiter neu im Team ist Natascha Zafiroski.

Sie ist seit 1996 in der Werbemittelbranche tätig, zunächst bei Roth Werbemittel in Nürnberg und anschließend auch bei Schülbe. Seit vergangenem Späthjahr verstärkt sie nun AmedeA mit ihrer großen Erfahrung.

www.amedea-werbepraesente.de



AmedeA Werbepräsente

Neuer Anstrich für die Website

Pünktlich zum Start in das neue Jahr 2018 erstrahlt die Webseite des Werbeartikelherstellers Jung Bonbonfabrik in frischem Glanz. Der bisherige Look wurde an das moderne Design der aktuellen Corporate Identity angepasst und überzeugt nun mit klaren Linien und Strukturen. Neben den Veränderungen in der Optik sind auch neue Funktionen verfügbar. So wurde die Navigation benutzerfreundlicher gestaltet und die Produktneuheiten sind jetzt noch schneller – direkt über den Menüpunkt „Neuheiten“ – abrufbar. Ebenfalls neu ist der Downloadbereich in dem wichtige Dateien wie Blätterkataloge, Produktbilder, Gestaltungsvorlagen und vieles mehr schnell und einfach abgerufen werden können.

www.jung-europe.de



Jung Bonbonfabrik

Werbemittelexperten kooperieren

„Fokussierung auf intensive Kundenbetreuung und -beratung“ – unter diesem Motto kooperieren die beiden Werbemittelhändler m.e.s. Marketingservices GmbH und BURG Services GmbH & Co. KG in einer Partnerschaft ab 2018. „Wir sind uns sicher, mit diesem Zusammenschluss unserem Anspruch an Service und Kundenorientierung weiter auszubauen, Synergien zu nutzen, um unseren Kunden ihr tägliches Geschäft einfacher zu gestalten“, freuen sich die Geschäftsführer Ralf Hesse (rechts) und Marco Römisch. „Für unsere Kunden ändert sich natürlich nichts – sie können weiter auf unser Know-how, den Service, Kundenschutz und die Zuverlässigkeit vertrauen“, versichern beide Geschäftsführer. Auch die bekannten Ansprechpartner bleiben erhalten. Ab 2019 werden beide Unternehmen ihre Geschäftstätigkeiten in die BURG Gruppe einbringen. www.burg-services.de – www.mes-marketing-service.de



m.e.s. + BURG Services

Personalien

Verstärkung für das Team

Seit vergangenen Herbst unterstützt Thomas Kamrath das Vertriebsteam Nord des Spezialisten für Beflagung, Außen- und Innenkommunikation sowie Events, die BOFA-Doublet GmbH. Er betreut dort vor allem Kunden aus den Bereichen Werbe- und Eventagenturen, Werbemittelhändler und Veranstaltungen. Als neuer Außendienstmitarbeiter berät der gebürtige Norddeutsche die BOFA-Kunden direkt vor Ort. www.bofa.de

BOFA



Neuer Produktionsleiter

Seit Anfang des Jahres verstärkt Michael Rügler als neuer Produktionsleiter den Bremer Kalenderhersteller terminic und übernimmt damit die Verantwortung für den gesamten Produktionsbereich. Dem 51-jährigen Bremer unterliegen neben dem Einkauf und der Investitionsplanung für Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung unter anderem auch die Bereiche Kalkulation, Produktionsplanung und -optimierung sowie Personalführung. www.terminic.eu

terminic



Areka an Boudeville und Fontaine verkauft

Polyconcept, weltweit agierender Anbieter von Werbeartikeln, hat seine Tochtergesellschaft Areka SAS an seinen langjährigen Geschäftspartner Boudeville und Fontaine veräußert – einen französischen Hersteller von Metallverpackungen und seit 1890 Spezialist im Bedrucken und Lackieren von Metallen. Areka SAS, ein Unternehmen mit Sitz in Frankreich, hat sich auf den Vertrieb von Pocket Candies spezialisiert. PF Concept, europäische Tochter von Polyconcept, wird weiterhin als Lieferant Areka-Produkte in den meisten europäischen Ländern vertreiben. „Der Verkauf von Areka ist ein Schritt hin zur Rationalisierung unseres Geschäftsportfolios, und wir freuen uns, dass wir eine gute Heimat für unsere Leute und für diese Aktivität gefunden haben. Ich möchte dem Areka-Team für den Beitrag danken, den das Team so viele Jahre lang für Polyconcept geleistet hat. Wir wünschen Areka sowie Boudeville und Fontaine viel Erfolg für die Zukunft“, so Ralf Oster, CEO von PF Concept. www.polyconcept.com – www.pfconcept.com

PF Concept International B.V.





Inspirion setzt auf grüne Energie

Inspirion findet den Platz an der Sonne: Der Bremer Werbemittelimporteur und -lieferant wird den kompletten Stromverbrauch für seine ungarische Niederlassung künftig mit ökologischer, selbst produzierter Energie abdecken. Dazu installiert das Unternehmen am Standort in Törökbalint bei Budapest eine brandneue, hochmoderne Solaranlage auf dem neuesten Stand der Technik. „Damit setzen wir ein Zeichen für Innovation, Nachhaltigkeit und einen schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen“, erklärt Inspirion-Geschäftsführer Sönke Hinrichs. In den letzten zwei Jahren hatte Inspirion in Ungarn bereits massiv in ein neues Hochregallager und eine Druckerei mit einem umfangreichen neuen Maschinenpark investiert. „Wir sind jetzt in der Lage, innerhalb kürzester Zeit große Mengen an Ware auszuliefern und unsere Artikel in höchster Qualität und in allen gewünschten Druckarten zu veredeln.

Inspirion

Insofern ist die neue Solaranlage ein weiterer konsequenter Schritt in unserer Strategie, unseren Standort in Ungarn zu einem der modernsten und innovativsten der gesamten Branche in ganz Europa auszubauen“, erläutert Sönke Hinrichs. Die leistungsstarken Solarpanels werden auf dem Dach der Inspirion-Lagerhallen in Törökbalint installiert. Während des laufenden Betriebs in Lager, Druckerei und Verwaltung wird Inspirion damit auf keinerlei externen Strom mehr angewiesen sein. Außerhalb der eigenen Betriebszeiten wird die selbst produzierte Energie in das öffentliche Stromnetz eingespeist. An Tagen, an denen die Sonne nicht scheint, kann Inspirion diesen Strom kostenlos vom lokalen Energiedienstleister zurück erwerben, eine umständliche Speicherung ist also nicht notwendig. „Mit der neuen Anlage geben wir unseren Kunden das gute Gefühl, in Sachen Auswahl, Qualität, Service und auch Nachhaltigkeit bei Inspirion genau richtig aufgehoben zu sein“, unterstreicht Sönke Hinrichs. „Und sie passt perfekt zu meiner persönlichen Vorliebe für Budapest – eine Stadt, in der für mich eigentlich immer die Sonne scheint.“ www.inspirion.eu

Ausgezeichnet: Kreativ kochen mit „Emotion“

Nicht nur ausgezeichnet im Geschmack sondern auch ausgezeichnet als bestes Buch des Jahres beim Gourmand Cookbook Award national ist das Kochbuch Schwarzwälder Tapas 2 des Kooperationspartners der emotion factory, zweier Baden-Württembergischer Hobbyköche, die die kleinen Köstlichkeiten modern interpretieren.

Die Edelstahlformchen der emotion factory gepaart mit den Rezepten rund um Schwarzwälder Schmankerl bilden somit ein kulinarisch-kreatives und nun sogar prämiertes Werbemittel mit Pfiff.

www.heri.de – www.emotion-factory.com

Heri-rigoni



Rezeptblock Schwarzwälder Tapas mit Edelstahl Ausstecher.

„Lesestart für Flüchtlingskinder“

Die Zustell-, Transport- und Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG (ztv) gewann im Mai 2016 die Ausschreibung für das bundesweite Programm „Lesestart für Flüchtlingskinder“ und hat die ersten Aktionen der Kampagne in 2016 und 2017 bereits erfolgreich abgeschlossen. Das Programm macht Flüchtlingskinder und ihre Eltern in Erstaufnahmeeinrichtungen mit dem Vorlesen und Lesen vertraut, um erste Zugänge zur deutschen Sprache zu bekommen und das Lesenlernen zu unterstützen. Es wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung finanziert und von der Stiftung Lesen durchgeführt.

ztv Logistik und Stiftung Lesen

Durch diese erste Aktion hat die ztv Logistik sich mit Leistungen aus ihren Geschäftsfeldern Aktionslogistik und Fulfillment für weitere Kampagnen qualifiziert. Für 2018 übernimmt ztv Logistik das Konfektionieren der Lesestart-Sets, bestehend aus Set-Buch „Herzlich willkommen – Mein erstes Bildwörterbuch“, Taschen LS Flüchtlingskinder und Flyer LS Flüchtlingskinder. Im Frühjahr konfektioniert ztv dann auch die Lese- und Medienboxen für das Programm „Lesestart für Flüchtlingskinder“, bestehend aus ungefähr 35 verschiedenen Büchern und zehn Spielen. Die Lese- und Medienboxen ermöglichen Kindern unterschiedlichen Alters und deren Eltern den Zugang zu sprachfördernden Lese- und Spielmedien. So können auch ältere Geschwisterkinder mit eingebunden werden. Die Lesestart-Sets für Flüchtlingskinder werden in vier Versandaktionen über das ganze Jahr 2018 verteilt an die Erstaufnahmeeinrichtungen versandt, die Lese- und Medienbox in einer einmaligen Versandaktion.

www.ztv-logistik.de – www.lesestart-fuer-fluechtlingskinder.de



ztv übernimmt das Konfektionieren der Lesestart-Sets.

Ein Mini für maximale Leistung

Eine Motivation der besonderen Art gibt es für die Auszubildenden seit über 10 Jahren bei der Maprom GmbH in Höxter: Die Leistungen und das Verhalten aller Azubis werden jeden Monat neu bewertet. Wer sich besonders engagiert, gute Arbeit leistet und seine Aufgaben schnell zu einem Ergebnis bringt, der hat die Chance zum „Durchstarter des Monats“ gekürt zu werden. „Dabei kommt es auf den Gesamteindruck an“, erklärt Geschäftsführer Henner Marquardt.

Maprom

Berücksichtigt werden Leistungen in der Schule, aber auch „weiche Faktoren“ wie das Verhalten in den Abteilungen. Der jeweilige Spitzenreiter darf nach Angaben des Unternehmens als Belohnung und als Motivation für seinen Einsatz einen Monat lang ein Mini Cooper Works Cabrio fahren. Derzeit gehören 14 Praktikanten/Auszubildende zum rund 200 Mitarbeiter starken Maprom-Team. Seit über 30 Jahren beschäftigt sich das Unternehmen mit dem Import, der Herstellung und Veredelung textiler Werbeartikel. Mittlerweile gehört es nach eigenen Angaben zu den führenden Lieferanten textiler Werbeartikel mit eigener Stickerei und Druckerei in Europa.

www.maprom.de



Hochmotiviert – der Maprom-Nachwuchs darf für besonderes Engagement einen Monat lang auf Firmenkosten Gas geben.

Anfang Februar hatte der GWW (Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft) zu seiner Jahreshauptversammlung nach Hanau geladen. Am Vortag hatten bereits Vorstand und Sektionen getagt. Neben internen Diskussionen standen Neuwahlen sowie Themen bestehender und zukünftiger Arbeitskreise auf der Tagesordnung.

GWW Jahreshauptversammlung 2018

Die Zukunft im Blick

Der neue Vorstand des GWW: (v.l.) Sven Weiß (Sektion Markenartikler), Jürgen Geiger (Sektion Lieferanten), Frank Dangmann (Vorsitzender), Martin Heinemann (Business Partner) und Ronald Eckert (Sektion Händler und Berater). Nach dem Ausscheiden von Michael Freter wurde die Position des PSI im Vorstand nicht neu besetzt.



Die Jahreshauptversammlung des GWW bot in diesem Jahr eine Agenda, die einigen Diskussionsbedarf verspricht. Denn neben dem Wirtschaftsbericht, den Berichten zur Verbandsarbeit und zu den Projekten standen gleich zwei Abstimmungen auf der Tagesordnung. Die Mitglieder hatten zunächst über einen Antrag zur Neugestaltung der Verbandsstruktur zu entscheiden, zudem war eine Vorstandsposition neu zu besetzen. 128 Teilnehmer waren nach Hanau gekommen, inklusive der vorgelegten Vollmachten waren 146 Mitglieder stimmberechtigt. Mit 50 neuen Mitgliedern ist der Verband 2017 weiter gewachsen.

Positive Bilanz

Zum Auftakt des Meetings präsentierte der Verband die wirtschaftlichen Ergebnisse des Geschäftsjahres 2017. Man geht mit Überschuss und „Kriegskasse“ in die nächste Runde. Insgesamt zog der Vorstand eine positive Bilanz der Verbandsarbeit. Nach dem aufwändigen Verschmelzungsprozess der Einzelverbände war man jetzt seit zwei Jahren in neuen Fahrwassern unterwegs. Der aktuelle Wer-

beartikel-Monitor, der im Rahmen der Sitzung vorgestellt wurde und jährlich vom GWW erhoben wird, bescheinigte der Branche eine erfreuliche Entwicklung: Der Branchenumsatz erreichte erstmals 3,5 Milliarden Euro. Auch die politische Arbeit zeigt Erfolge. So ist der GWW im Positionspapier des Bundesverbandes Groß- und Außenhandel (BGA) mit zwei Seiten seiner politischen Forderungen aufmerksamkeitsstark vertreten. Frank Dangmann, der alte und neue Vorsitzende, lobte an dieser Stelle grundsätzlich die Zusammenarbeit mit dem BGA, die sich inzwischen auch auf die EU-Ebene ausgeweitet hat. Auch mit Beratern im steuerpolitischen Bereich ist man deutlich weitergekommen. So habe die Tatsache, dass Industriekunden bei Werbeartikeln bis 10 Euro nicht mehr den Empfänger nachweis führen müssen der Branche deutlich mehr Stabilität und Sicherheit verschafft.

Großer Diskussionsbedarf

Bei innerverbandlichen Themen gab es Diskussionsbedarf. Schon seit geraumer Zeit, eigentlich bereits unmittelbar nach der Neuaufstellung, wurde innerhalb des GWW über die



gegenwärtige und neue Verbandsstruktur diskutiert. Teile der Mitgliedschaft, vorwiegend aus den Reihen der Händler und Berater, waren und sind der Ansicht, dass die Aufteilung des Verbandes in Sektionen nicht zeitgemäß und förderlich sei. Über alle Sektionen hinweg habe man mehr verbindende als trennende Themen. Daher kam aus diesen Reihen der Arbeitsauftrag an den Vorstand, eine neue Verbandsstruktur zu erarbeiten. Ziel sollte es sein, die Sektionen aufzulösen. Zwangsläufig hätte dies die neue „alte“ Satzung ausgehebelt und ein neues Regelwerk hätte geschaffen werden müssen. Diese Position fand Unterstützer, die sich aber mit dem Argument auseinandersetzen mussten, dass eine erneute Satzungsänderung zu unendlichem Aufwand und Arbeitsverschleiß führen müsse. Frank Dangmann stellte auch klar, dass man mit dem derzeitigen Regelwerk durchaus neu und unkonventionell zusammenarbeiten könne – eine neue Satzung sei dafür nicht nötig. Er kündigte Regionalkonferenzen an, bei denen man dann gemeinsam an einem Tisch sitzen könne und solle. Das nahm viel Luft aus der Diskussion. Es sei erst einmal wichtig, Ruhe einkehren zu lassen und sich den anstehenden Aufgaben des Gesamtverbandes mit aller Kraft zu widmen, so Dangmann weiter. Ein Argument, das viel Beifall fand.

Bestehende Struktur bestätigt

Die Abstimmung über den Antrag wurde von RA Andreas Kammholz geleitet, der den Verband seit Jahren berät. Er fasste die Position der Antragsteller noch einmal zusammen und wies gleichzeitig auf die Bedeutung der Sektionen als Kompetenzforen mit thematischer Filterfunktion hin. Er gab zu bedenken, dass die Auflösung der Sektionen die bestehenden Probleme lediglich verlagern würde und regte an, die Rolle der Sektionen innerhalb der heutigen Struktur zu überdenken und mit neuen Inhalten zu füllen. Schließlich wurde der Antrag in geheimer Abstimmung mit 106 Nein-Stimmen gegen 39 Ja-Stimmen bei einer Enthaltung deutlich abgelehnt. Frank Dangmann ging danach auf die Antragsteller zu und versprach: „Wir haben verstanden und werden der internen Diskussion mehr Raum geben.“

Interne Diskussionen beendet

Schon anlässlich der Vorstandssitzung des Verbandes Ende November 2017 hatten die Vorstandsmitglieder Michael Freter (Geschäftsführer PSI) und Manfred Schlösser (Inhaber Edit Line Verlag und Chefredakteur PSI Journal,

Sektion Business Partner) mitgeteilt, dass sie bei der Vorstandswahl am 1. Februar 2018 nicht mehr für ein Vorstandsamt zur Verfügung stehen würden. Beide nannten als Motivation zu diesem Schritt, dass endlich wieder Ruhe einkehren müsse. Über Sektionen und PSI sei zu viel geredet worden. Im Vorfeld waren aus dem gleichen Umfeld wie beim Sektions- und Satzungsthema verstärkt Stimmen laut geworden, das PSI sei zu stark im Vorstand vertreten und habe eine zu dominante Stellung. Ein Einwand, der in Anbetracht der Mehrheitsverhältnisse vielen Mitgliedern bis heute nicht nachvollziehbar scheint. Aber darum ging es Freter und Schlösser auch nicht mehr: sie wollten ganz einfach die leidige Diskussion beenden und der sachlichen Arbeit eine Chance geben. Die Position des PSI wurde im Vorstand nicht neu besetzt.

Vorstand neu gewählt

Frank Dangmann dankte Michael Freter für 9 Jahre, Manfred Schlösser für 15 Jahre engagierter Vorstandsarbeit. Er bedauerte deren Entscheidung und sagte, dass viel Sachverstand und Arbeitsleistung den Vorstand verlasse, aber man habe ja zugesichert, auch ohne Vorstandsposition, weiter mitzuarbeiten und die Ziele des GWW aktiv mit zu unterstützen. Gewählt wurden dann: Jürgen Geiger (Sektion Lieferanten), Ronald Eckert (Sektion Berater) sowie Frank Dangmann (1. Vorsitzender). Sie hatten erneut kandidiert und wurden einstimmig bestätigt. Neu zur Wahl stellten sich die am Vortag frisch gewählten Vorsitzenden der Sektionen Markenartikler und Business Partner Sven Weiß und Martin Heinemann. Auch sie wurden einstimmig ins Amt gewählt.

Sachthemen anpacken

Frank Dangmann betonte in seinen abschließenden Worten, dass er mit den Ergebnissen des Tages sehr zufrieden sei. Auch Diskussion gehöre in einen lebendigen Verband. Wichtig sei nur, dass die Ergebnisse auch einen Schlusspunkt setzten und jetzt verstärkt an die Sacharbeit gegangen werden könne. Neben der alltäglichen Arbeit des Gesamtverbandes werden drei Arbeitskreise die zentralen Themen des Verbandes erarbeiten und umsetzen: Digitalisierung, Qualität durch Gütesiegel und Öffentlichkeitsarbeit unter dem Arbeitstitel „Pro Werbeartikel“. Der nächste große GWW-Termin wird das Sommer-Meeting am Rande der Trend sein. <

Am 18. Januar 2018 war es wieder so weit. Die Kaldenbach Group lud erneut zur traditionellen [kuadra:t] Hausmesse in die Dauphin Speed Eventhalle in Hersbruck bei Nürnberg ein. Im Zentrum der diesjährigen Leistungsschau des fränkischen Werbemittelexperten stand das Thema Nachhaltigkeit.

Kaldenbach Group – [kuadra:t] Hausmesse

Merchandising trifft auf Umweltbewusstsein

Branche



Aussteller und Besucher nahmen sich Zeit für eingehende Gespräche.



Mit einem klaren Akzent auf Nachhaltigkeit empfing das Team des Werbemittelexperten Kaldenbach Group aus Hersbruck bei Nürnberg seine Kunden in der bereits angestammten Veranstaltungsort, der Dauphin Speed Eventhalle. Die Hausmesse [kuadra:t] setzte das Thema auch seitens der Lieferantenpartner augenfällig in Szene. Schon direkt vor dem Eingang waren hierzu fünf umweltbewusste Hybrid- und Elektrofahrzeuge platziert als Statement für eine ressourcenschonende Zukunft, der sich auch Kaldenbach in seiner unternehmerischen Tä-

tigkeit verschrieben hat. Die neueste [kuadra:t] Präsentation zeigte zahlreiche Neuheiten, die ökologischen wie ethischen Grundsätzen und Zielen folgen. Rund 120 Besucher waren angetan von der Vielfalt und dem bunten, werbestarken Mix an Produkten, mit denen es sich guten Gewissens nachhaltig werben lässt. Am Empfang bereits erhielten die Besucher neben einem Begrüßungsgetränk eine Jute-Tasche zum Sammeln von Give-aways und Mustern. Gut gerüstet und gestärkt ging es so an die Stände, die einen Ausblick auf das, Neuheitenkabinett der Werbeartikel und Accessoires lieferte.

Hochwertige Vielfalt

Über 20 Aussteller warteten auf rund 600 Quadratmetern mit neuen, alternativen, dem sportlichen Jahresereignis entsprechend WM-orientierten sowie natürlich auch ökologischen Merchandising-Produkten auf. So wurden im Ausstellungsbereich unter anderem hochwertige Armbanduhren aus Holz der eigenen Marke camarco®, Gelstifte und Textmarker zum Wegradieren oder auch unkippbare Isolierflaschen präsentiert. Der bewährte Dauerbrenner Kugelschreiber oder das Speichermedium USB-Stick waren ebenfalls in einer großen Auswahl an Formen und Farben vertreten – so beispielsweise der Heimrich1904® Diamond Kugelschreiber mit feinen Waben in Diamantform oder die täuschend echt wirkende Zündkerze, die sich als USB-Stick entpuppte.



Durchdachte ökologische Konzepte

Zur bevorstehenden WM durfte natürlich auch das Thema Fußball als Werbeträger nicht fehlen, vertreten durch die Marke BRONSON®. Passend zur Thematik der Hausmesse zeigten Trinkbecher aus dem nachwachsenden Rohstoff Bambus oder stabile Zettelboxen aus recyceltem Material, wie nachhaltig und ökologisch Werbeträger sein können. Auch im Bereich der Süßwaren fanden sich durchdachte, ökologische Konzepte. So reduziert FamousFood® bei den Produkten TeamBoxx und SweetCard die Verpackung auf das Nötigste und setzt besonders bei der TeamBoxx auf Wiederverwendung. Trotzdem bieten beide Produkte vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten für die unterschiedlichsten Werbebotschaften – auch als Team-Boxx-Edition für Ostern und die kommende Fußball-WM.

Muße für Neues

Um den Kopf etwas von den zahlreichen Eindrücken und Informationen rund um die ausgestellten Produkte frei zu bekommen, gab es stündlich eine Führung durch die im Haus befindliche, bedeutendste private Oldtimersammlung Europas. Zudem war auch für das leibliche Wohl mit exklusivem Fingerfood, Getränken und Sitzgruppen gesorgt. So konnten sich die Besucher in aller Muße über all die Neuigkeiten aus dem weiten Feld gegenständlicher Wer-



20 Aussteller zeigten auf rund 600 Quadratmetern neue, alternative, ökologische und schön designte Produkte.

bung informieren, während die Kaldenbach Group ihre Gäste weiter für das Thema Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein sensibilisieren konnte.

Nachhaltigkeit und CSR bei Kaldenbach

Als Vorreiter in Sachen umweltbewusstem Handeln im Bereich Werbeträger arbeitet die Kaldenbach Lifestyle Merchandise Group bereits seit Jahren mit Ökostrom aus der hauseigenen Photovoltaik-Anlage. Neben der Reduktion des CO₂-Ausstoßes bei Produktion und Transport investiert das Unternehmen als Ausgleich für die unvermeidlichen CO₂-Emissionen seit 2016 in das Wasserkraft-Projekt von ClimatePartner in Indien. Weiterhin wird seit 2017 bei der Produktion und der Produktentwicklung weitestgehend auf umweltschädliches Plastik verzichtet und auch allgemein auf die Vermeidung von Müll geachtet. 2018 stößt schließlich noch das erste Elektro-Auto zur Kaldenbach-Flotte. Damit ist der Anfang für die Kaldenbach Group gemacht, um weitere innovative und nachhaltige Ideen zu verfolgen und die Zukunft bewusst mitzugestalten. Der ethisch korrekte Umgang mit Menschen weltweit ist einer der Leitsätze, den sich die Kaldenbach Group auf die Fahne geschrieben hat. Daher setzt sich jede Marke der Unternehmensgruppe für eine andere sozial engagierte Organisation ein. So unterstützt ZR-X® die Regine Sixt Kinderhilfe, FamousFood® das WFP World Food Programm, HEIMRICH1904® den Verein Care®, BRONSON die Organisation amnesty international und Kaldenbach das Kinderhilfswerk UNICEF. Bei der Marke camarco® werden die ethischen Standards wie Bezahlung und Arbeitsbedingungen angelehnt an die Business Social Compliance Initiative (BSCI) umgesetzt. „Mit diesem sozialen Engagement versucht die Kaldenbach Group das Leben der Menschen ein Stückchen besser zu machen“, so Geschäftsführer Marco Kaldenbach.



Edel: die Armbanduhren der Kaldenbach-Marke camarco®. Hier die Modelle Imola (links) und Tough.

Auch die jüngste Auflage der Werbemittel Messe München (wmm) – Fachmesse für Werbemittelrends und Neuheiten – knüpfte an die Erfolge der Vorjahre an. Am 23. und 24. Januar besuchten mehr als 1.300 Führungskräfte und Marketingentscheider aus Industrie und Mittelstand Süddeutschlands größte Werbeartikelmesse.

Werbemittelmesse München – wmm 2018

Neuheiten, Trends und **Know-how**



Die Werbemittel Messe München wechselte diesmal in die noch größere Ausstellungshalle 4 des MOC Veranstaltungszentrums.

Lm Auftrag der Träger der wmm, den Werbemittelagenturen admixx, AmedeA, CD-Werbemittel, EIDEX und der Hagemanngruppe, lud die Promo Event Veranstaltungsdienste GmbH bereits zum zwanzigsten Mal zu diesem Info-Event rund um die haptische Werbung ein. Schauplatz war wie in den vergangenen Jahren das MOC Veranstaltungszentrum München. Allerdings wechselten die Ausrichter diesmal in die noch größere Halle 4, in der über 110 Aussteller – darunter auch zahlreiche Start-Up-Unternehmen – dem Fachpublikum Neuheiten, Trends und In-



Auch in München lag ein wichtiger Akzent auf nachhaltigen Werbeartikeln.

novatives aus der Welt der Werbeartikel präsentierten. Die Besucher wurden vor Ort individuell beraten und konnten mit zahlreichen kreativen Ideen und Anregungen für ihr eigenes Marketing die Heimreise antreten. „Die Vorzüge der digitalen Welt sind schön und gut, aber es geht nichts über das ‚selbst Fühlen und selbst Erleben‘ der Werbeartikel. Da finde ich Ideen für das ganze restliche Jahr“, so stellvertretend das Statement einer Besucherin.

Publikumsmagnet Aktionsfläche

Plaziert zwischen den Ausstellerständen erwies sich die diesjährige Aktionsfläche als Publikumsmagnet. Mit unterschiedlichen Trendthemen aus den Bereichen Marketing und Kommunikation bot man dem Besucher einen Blick weit über den Tellerrand gängiger Werbemöglichkeiten hinaus. Die innovative 3D Sensor Technologie von IMANOX.FX.one versetzte die staunenden Gäste im Handumdrehen in „neue visuelle Welten“. Virtual Reality-Brillen hatte Blue Silver



Als Besuchermagnet erwies sich die Aktionsfläche mit unterschiedlichen Trendthemen.

mitgebracht und veranschaulichte, wie diese innovative Technik zielführend in Unternehmen eingesetzt werden kann. „Erlebnissechte“ Beispiele hierfür waren spezielle Produktpräsentationen sowie eine rasante Wasserrutschabfahrt. Creakom.tv zeigte an Hand von Fallbeispielen die Einsatzmöglichkeiten von Videostreaming für Webinare, virtuelle Konferenzen oder Hybrid Events. Und die Echion AG präsentierte mit Hilfe von Duftzelten, wie werbewirksam Duftmarketing bereits heute eingesetzt wird und beriet die Besucher eingehend über Einsatzmöglichkeiten des multisensorischen Marketings.

Gebündeltes Expertenwissen

Auch diesmal gab es begleitend zur Messe ein umfangreiches Seminarprogramm. Top-Referenten boten in ihren Fachvorträgen Themen aus den Bereichen der Kommunikation, des Marketings und der Werbung. Prof. Dr. Stefan Gröner (Strategieberater), Walter Kohl (Bestsellerautor), Marc Gassert (Magier) und Kishor Sridhar (Experte für Emotional Eco-



Auch diesmal wurden die Gäste durchs wmm-Serviceteam bestens unterstützt.

nomics) vermittelten in eindrücklicher wie unterhaltsamer Weise leicht verständlich und praxisorientiert hilfreiches Know-how und gebündeltes Wissen für die moderne Kommunikation.

Qualität und Infotainment

Jedes Jahr auf's Neue überrascht die wmm ihr Publikum mit ihrem abwechslungsreichen Angebot und den vielfältigen Neuheiten rund um die haptische Werbung. Auch in München war der aktuelle Trend für nachhaltige Werbeartikel klar erkennbar. Weiterhin lagen die Akzente auf digitalen Promotionsprodukten, die verblüffen. Qualität und Infotainment der wmm sind auch im benachbarten Österreich bekannt. So nutzte eine Absolventen-Klasse einer Marketing-Schule die Fachmesse, um die Werbemittel-Szene kennen zu lernen. Zum Besuchsprogramm der Jugendlichen zählte auch ein Vortrag von Michael Hagemann, der die Bedeutung von Werbeartikel im Media-Mix hervorhob. Ein geführter Rundgang schloss den Besuch ab.



Experten vermittelten in eindrücklicher wie unterhaltsamer Weise hilfreiches Know-how und gebündeltes Wissen für die moderne Kommunikation.

Lohnender Termin

Die wmm erwies sich einmal mehr als lohnender Termin für alle Teilnehmer. Wie die Ausrichter mitteilen, lassen „über 15.000 Angebotsanforderungen auch einen wirtschaftlichen Erfolg für die Aussteller vermuten“. Die Promo Event GmbH hat bereits die nächste wmm terminiert. Sie wird am 23. und 24. Januar 2019 stattfinden.



Die gerade
zurückliegende
PSI 2018 hat wieder
einmal bestätigt, dass
Werbetextilien durchaus
modisch daherkommen
und nachgerade
fashionable Trends setzen.
Die Produktauswahl
der Folgeseiten knüpft
hier direkt an.



PSI 45131 • Meine Anhängsel GmbH
Tel +49 170 44093365
henning.pottharst@anhaengsel.de
www.anhaengsel.de
<https://www.psiproductfinder.de/ymi0nz>

Vase für alle Fälle

Anhängsel sind kleine Minivasen aus Kunststoff, die sowohl an einen Fahrradlenker passen als auch per Saugnapf oder Magnet am Kühlschrank oder für die Zahnbürste im Badezimmer genutzt werden können. Benannt nach norwegischen Fjorden bietet „Meine Anhängsel“ die Versionen LOM und BØK an. Anhängsel können in jeder Pantonefarbe sowie mit einem Logo individualisiert werden. So bleiben nicht nur die polygonen Objekte langfristig am Fahrrad, Spiegel oder Kühlschrank, sondern auch im Gedächtnis der Zielgruppe hängen.



PSI 49110 • Klam Marketing
Tel +49 7129 928690
info@klam.de • www.klam.org
<https://www.psiproductfinder.de/otvlnz>

Starker Partner

Als starker Partner und nach eigener Aussage einer der Besten der Branche veredelt KLAM Textiles Marketing & Stickerei seit fast 30 Jahren alles, was die Textilbranche hergibt. Die Stickereien sind edel und hochwertig ausgeführt, die verwendeten Garne farbtintensiv und von hoher Qualität – so wird man allen Kundenansprüchen gerecht. Die Spezialisten bei Klam begleiten ihre Kunden von Anfang an und setzen Wünsche und Ideen mit viel Expertise um.

BEREITS AB 100 STK.
MIT KUNDENBRANDING
& UMPACKUNG
WELTMEISTERMÄßIG



4 SAUCEN
4-9 KCAL*

✓ LOW CARB*

✓ LOW FAT

✓ LOW SUGAR*

100% TASTE

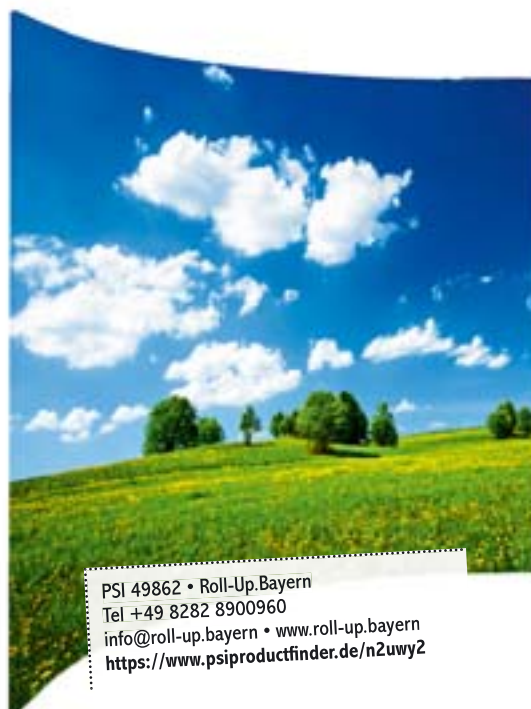
www.hoppy-life.de | info@behappy.de
BeHappy Group GmbH | Erbacherstr. 107
64287 Darmstadt | Tel.: 06151/177429-0

*je nach Geschmacksrichtung pro Portion (15ml)



Keine Chance dem Stress

Damit auch unterwegs eine schnelle Stressbewältigung problemlos möglich ist, hat man bei Giving Europe den Schlüsselanhänger Fruit aus weichem PU-Schaum geschaffen. Mit diesem Schlüsselanhänger haben Kunden Ihren Anti-Stress Ball im modernen Frucht-Design jederzeit griffbereit dabei. Erhältlich ist er als Apfel, Zitrone, Orange, Erdbeere und Banane. Die Werbeanbringung erfolgt mittels Tampondruck.



Große Wand ganz klein

Neu im Programm bei Roll-Up.Bayern sind die vielseitig einsetzbaren Zipperwalls. Es gibt diese Präsentationsflächen sowohl gebogen als auch in Wellenform. Jede Zipperwand kann nach Kundenwunsch individuell hergestellt werden. Sie zeichnen sich durch ihr schlankes Design aus, sind extrem leicht und passen bequem in eine Tasche. Zum Lieferumfang gehört neben dem Aluminiumsystem der Stoff mit Reißverschluss und die passende Tragetasche.



JAMES &
NICHOLSON

STYLE IS OUR BUSINESS!

HERRINGBONE

MICRO-TWILL

OXFORD

POPLIN

www.lach-communicationgroup.com



PSI 49354 • Fifty Five OHG
Tel +49 2738 30540
info@fiftyfive.eu • www.fiftyfive.eu
<https://www.psiproductfinder.de/ztezmi>

Evergreens in Strickfleece

Als echte Evergreens bezeichnet Fifty Five die beiden Strickfleecejacken Saint Catherines für Damen und Saint Johns für den Herrn. Diese außergewöhnlich warmen Jacken sind, so der Anbieter, ein echter Hingucker in jeder sportlichen Firmengarderobe. Beide Modelle lassen sich durch Besticken edel personalisieren. Sie bestehen aus 100 Prozent Polyester, sind gestrickt und innen gebürstet. Die Jacken gibt es für Herren von Größe S bis 6XL und für Damen von 34 bis 52 in den Farben Hellgrau-meliert, Schwarz-meliert, Türkis-meliert, Rot-meliert und Dunkelblau-meliert.

Süße Retro Werbeträger

Der Klassiker Traubenzucker-Lolly von Frigeo ist jedem Leckermaul aus der Jugend bekannt. Zurückversetzt in die eigene Kindheit schwelgt man in Erinnerungen von Leichtigkeit, Freude, Spiel und Spaß. Diese Vergangenheit ist heutzutage Retro und Retro ist total angesagt. Daher liegt man mit dem Traubenzuckerlolly von Kalfany Süße Werbung als Werbeartikel für modere Textilien oder Caps genau richtig. Die Auswahl an fruchtigen Geschmacksrichtungen wie Kirsche, Erdbeere oder Tropic runden das Traubenzuckererlebnis ideal ab. Kalfany personalisiert die weiße Glanzfolie nach Kundenwunsch unter IFS-Standards.



PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH
Tel +49 7643 8010
info@kalfany-suesse-werbung.de
www.kalfany-suesse-werbung.de
<https://www.psiproductfinder.de/nty5nt>



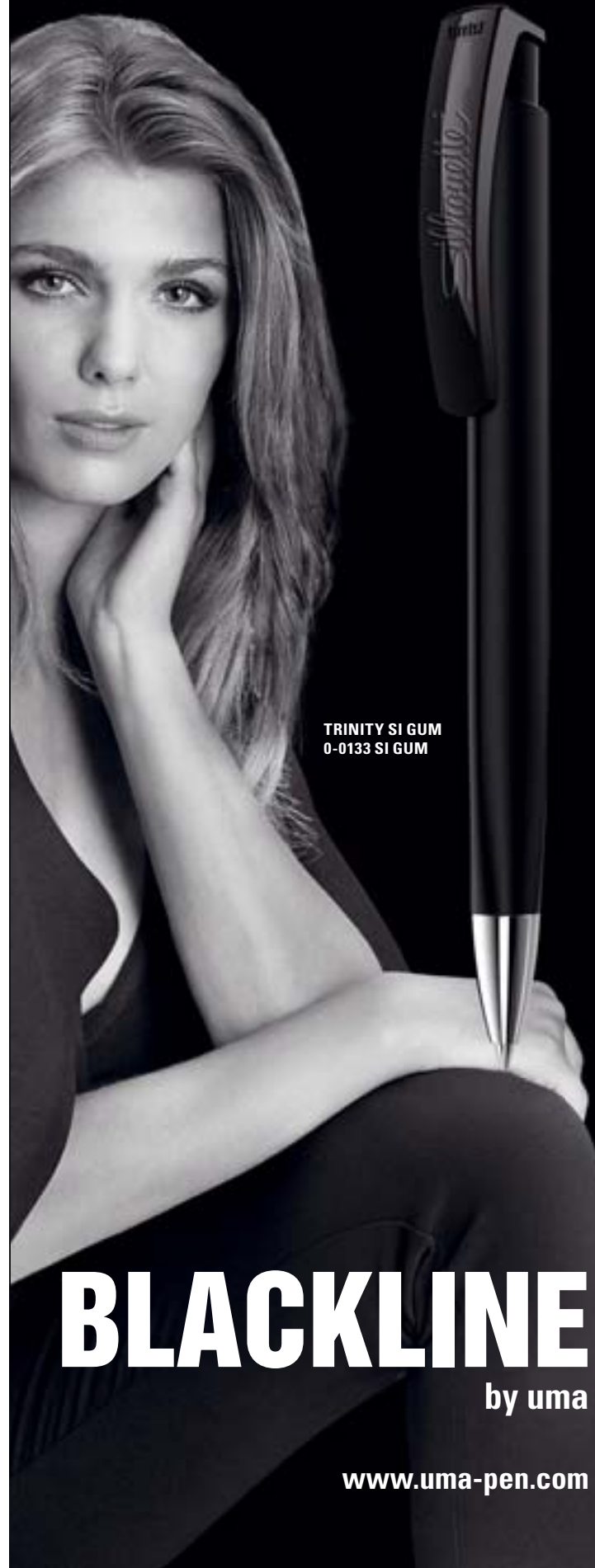
Die Handschrift der Werbung



PSI 47758 • Intermedia Time SPA.
Tel +39 421 492106
info@intermediatime.it
www.intermediatime.com
<https://www.psiproductfinder.de/ztdhog>

Edler Chic am Handgelenk

Als Spezialist für Armbanduhren verfügt Intermedia Time Spa über eine riesige Sammlung von Werbe-Uhren, die auf verschiedene Arten und mit vielen Komponenten mit dem Logo des Kunden ab nur zehn Stück Auflage personalisiert werden können. Das Unternehmen produziert unter anderem auch Schweizer Uhren im eigenen Manufakturwerk in der Schweiz. Italienisches Echtleder, innovatives Design, sorgfältige Vorbereitung, qualifizierte Handwerker und spezifische Technologie sind die Garanten für qualitativ hochwertige Produkte.



TRINITY SI GUM
0-0133 SI GUM

BLACKLINE

by uma

www.uma-pen.com



PSI 45753 • Anda Present Ltd.
Tel +36 1 2100758
export@andapresent.hu • www.andapresent.hu
<https://www.psiproductfinder.de/ztljy>

Farbe bekennen

Mit maßgefertigten MOJO – Polyesterarmbändern mit Kunststoffschnalle von Anda Present ist die Werbebotschaft quasi bei jedem „Handshake“ präsent. Dieses Gadget bietet eine coole Möglichkeit zur Präsentation des Logos oder CI des werbenden Unternehmens. Per Sublimationsdruck kann die gesamte Oberfläche des Armbandes mit einzigartigen Designs angepasst werden. Weitere Informationen zu diesem Produkt gibt es im aktuellen COOL 2018 Katalog.



PSI 44294 • Hermann Flörke GmbH
Tel +49 6104 73373
info@floecke.de • www.floecke.de
<https://www.psiproductfinder.de/y2mzng>

Neue Modelle

Mit drei neuen Radiergummis startet die Hermann Flörke GmbH ins neue Jahr. Zum Standardsortiment gehören jetzt die Modelle Haus, Schweinderl und Beetle. Alle drei sind ein- oder beidseitig bis vierfarbig per Digitaldruck veredelbar. Sie sind umweltfreundlich auf TPE Basis und ohne Weichmacher oder Phthalate hergestellt. Auf Anfrage stehen weitere Standardformen zur Verfügung, die Umsetzung individueller Sonderformen ist ebenfalls möglich. Die passend dazu erhältliche Box90 bietet eine großzügige Werbefläche, die ebenfalls bis vierfarbig mit individuellen Designs und Werbebotschaften veredelt werden kann.



UNIKA®
Keep it closer

**Rainbow Collection,
natural leather!
25 colors,
from 25 Euro
Choose one!**

Unika, the biggest Romanian
producer of natural and
ecological leather agendas.

Wholesale sales
www.unika.com.ro

Retail sales
www.unikashop.ro

Für ein starkes Wachstum



1346
Pflanzensamen
Pflanzensamen

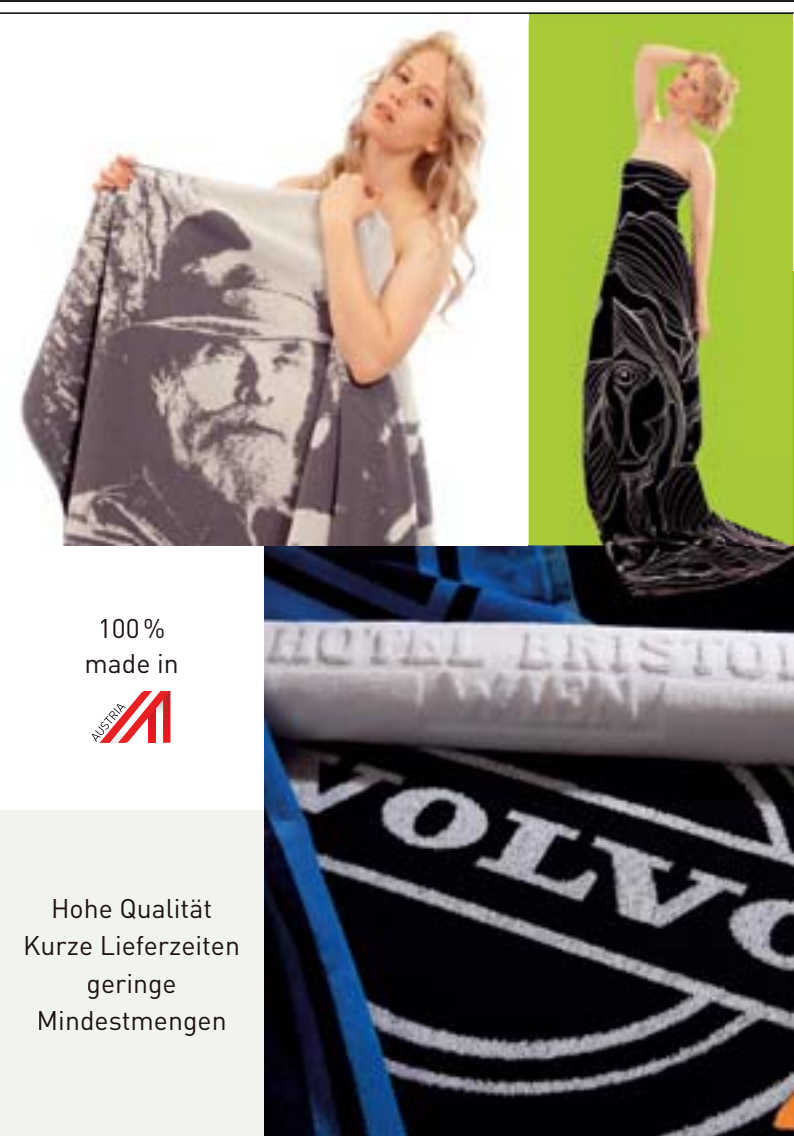
1373
Pflanzensamen
Pflanzensamen

MULTIFLOWER
Promotion Ideen für Wachstum

Daimlerstraße 17 • D-74909 Meckesheim
www.multiflower.de • info@multiflower.de
Fon +49 (0) 6226 - 92 79 8 - 0 • Fax +49 (0) 6226 - 92 79 8 - 10

**Gratis,
lern,
r.de**

Pflanzen Ideen für Wachstum



**100%
made in
AUSTRIA**

**Hohe Qualität
Kurze Lieferzeiten
geringe
Mindestmengen**

HERKA^{frottier}

Wir weben Vielfalt



**Ab
40
Stück**

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

**TEXTILES
VERTRAUEN**
Geprüft und Schenkungs
nach Oeko-Tex® Standard 100
(2017)

**TEXTILES
VERTRAUEN**
Geprüft und Schenkungs
nach Oeko-Tex® Standard 100
(2017)

EMAS
EUROPEAN
MANAGEMENT
SYSTEM
REGISTERED



PSI 48917 • Promo House s.c.
Tel +48 12 4114242
biuro@promohouse.pl • www.krawaty.info
<https://www.psiproductfinder.de/ngmmz>

Schicke Accessoires

Mit einzigartigem Design sind Krawatte und Gürtel bei Promo-House aufeinander abgestimmt: Natürliche Seide bei den Krawatten und Naturleder beim Gürtel sprechen eine deutliche Sprache. Die Designer des Unternehmens schaffen ein Gleichgewicht zwischen den Anforderungen ihrer Kunden und aktuellen Modetrends. Sämtliche Produkte werden in Promo-House Grafikstudio unter Berücksichtigung der Kundenanforderungen entwickelt. Individuelle Veredelungstechniken wie Textildruck, Jacquardweben und Stickerei kann nach den beabsichtigten Anforderungen des Designs ausgewählt werden.

Starke Hülle

Einen starken Schutz für das wertvolle Smartphone bietet das „Smarti“ Etui aus Leder von Bühring. Das Etui aus Vollrindleder wird projektbezogen angefertigt und ist 100 Prozent „Made in Germany“. Smarti schützt das Smartphone durch robustes Leder, gesichert durch einen Verschlussriegel. Die Fütterung aus Microvelour reinigt gleichzeitig das Display.

Als Werbeanbringung empfiehlt Bühring auf dem Leder eine Blindprägung. Die Lieferzeit beträgt ca. 4-6 Wochen nach Muster- und Logofreigabe, abhängig von der Menge und der Verfügbarkeit der Farbe.



PSI 40807 • Gabriele Bühring
Tel +49 41 54 795400
vertrieb@buehring-shop.com
www.buehring-shop.com
<https://www.psiproductfinder.de/ymmynj>



PSI 48106 • Produktionsteam Gesellschaft
für Medienproduktion mbh
Tel +49 211 20545490
info@produktions-team.de
www.produktions-team.de
<https://www.psiproductfinder.de/ymu1yz>

Kreativität ohne Grenzen

Bei der Produktion des Freestyle Funktionsshirts von PT Sport werden zunächst die Stoffbahnen bedruckt, bevor aus diesen im zweiten Schritt das fertige Shirt hergestellt wird. Diese Verfahrensweise ermöglicht die maximale Kreativität im Endprodukt. Das Layout kann sich sowohl über die Nähte als auch bis zum Außenrand des Kleidungsstücks erstrecken. Dabei spielt es keine Rolle, wie viele Farben aus dem 4c-Spektrum eingesetzt werden. Das Material ist atmungsaktiv, schnell trocknend und Feuchtigkeit transportierend.

Sportlich mit Signalwirkung

Der Sportsman von Inspirion mag's gerne auffällig. Das Baseball-Cap in drei knalligen Neonfarben sorgt dafür, dass die Träger nicht so schnell übersehen werden können. Das farbenfrohe Visier bietet optimalen Blendschutz vor grellem Sonnenlicht und ein schattiges Plätzchen für die Nase. Auch die farbigen Nähte, die vier gestickten Luftlöcher sowie der Knopf heben sich auf dem schwarzen Cap gut ab. Zusätzliche Aufmerksamkeit schafft eine Werbeanbringung auf dem gut zu bedruckenden und verstärkten Frontsegment. Dank größenverstellbarem Klettverschluss am Hinterkopf verspricht das 5-Panel-Cap einen hohen Tragekomfort.



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



PSI 49877 • Butterfly Effect –
The Important Man Ltd
Tel +972 989 19195
sales@butterfly-e.eu • www.butterfly-e.eu
<https://www.psiproductfinder.de/mdi0nd>

Schmetterlinge als Botschafter

Der Butterfly Effect ist ein neues Promotion-Tool aus dem Hause Butterfly. Die magnetischen Schmetterlinge können farbecht und mit individuellen Botschaften versehen, für eine lange Zeit gut sichtbar präsentiert werden. Der große Vollfarbdruckbereich der UV-beständigen Schmetterlinge kann mit mehreren unterschiedlichen Designs in jeder Bestellung geordert werden. So lassen sich in einer Auflage unterschiedliche Botschaften realisieren. Der Schmetterling kann übrigens auch als Visitenkarte genutzt werden.



Powercap für Groß und Klein

Ein stylisches Baseballcap geht eigentlich immer und ist ein perfekter Untergrund für weithin sichtbare Werbebotschaften. Macma stellt jetzt ein aus sechs einzelnen Panels bestehendes Cap vor, das sowohl von Kindern als auch von Erwachsenen getragen werden kann. Das Cap besteht aus Polyester mit reflektierender Borte und verfügt über einen Klettverschluss. Es ist AZO-frei gefärbt. Die pfiffige Mütze wird mit Logo oder Werbebotschaft auf der Stirnseite bedruckt.

PSI 40909 • Macma Werbeartikel OHG
Tel +49 911 9818133
verkauf@macma.de • www.macma.de
<https://www.psiproductfinder.de/n2i4nd>

Gekonnt in Szene setzen

An einem liebevoll gedeckten Tisch nimmt man gerne Platz und dabei sind Serviettenringe das Tüpfelchen auf dem Stil-i. Wer sich also gekonnt in Szene setzen will, der wirbt mit gravierten Serviettenringen von Römer Lifestyle. Die ROMINOX® Serviettenringe Phero aus hochwertigem Edelstahl, seidenmatt gebürstet, passen mit ihrem zeitlosen Look zu jedem Ambiente. Das Set, bestehend aus vier Ringen, ist zudem in einer hochwertigen Geschenkbox verpackt und kann durch eine Gravur veredelt werden.



PSI 43892 • Römer Lifestyle by Römer Wein und Sekt GmbH • Tel +49 6541 8129-0
info@roemer-lifestyle.de
www.roemer-lifestyle.de
<https://www.psiproductfinder.de/yzc0ym>



PSI 42811 • Boomerang S.A.S.
Tel +49 9369 9849974
aszirota@citizengreen.de
www.citizengreen.de
<https://www.psiproductfinder.de/ymjhzw>

Durchaus nicht schief gewickelt

Bandanas sind in – ob als Kopf-, Hals- oder Schultertuch oder sogar als cooles Accessoire für Vierbeiner. Von Boomerang kommt jetzt ein besonders attraktiv wirkendes Trendtuch mit fotorealistischem Sublimationsdruck. Das Bandana FOUTQ01 lässt sich in Fotoqualität in hoher Auflösung vollflächig veredeln, was besonders für Werbebotschaften prädestiniert ist. Der Druck basiert auf schadstofffreien Wasserfarben und ist licht- und waschbeständig.

CAP & CO



5-Panel-Baseball-Cap
UP TO DATE



Art. 56-0701601



COOLE CAPS

Knallige Kopfbedeckungen finden Sie im aktuellen Katalog
PromotionTops 2018 oder unter www.promotiontops.de !

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

Der Werbemittelspezialist PF Concept zeigte zum Beginn des neuen Jahres auf der europäischen Leitmesse PSI nicht nur mehr als 200 Produktneuheiten, sondern auch ein zukunftsorientiertes Katalogkonzept, das speziell für die individuellen Ansprüche der verschiedenen Zielgruppen entwickelt wurde.

Das neue PF Concept Katalogkonzept 2018

Einfach, effizient und inspirierend



PF Concept bietet nun noch effizientere Tools für die Präsentation und den Verkauf seiner Produkte.

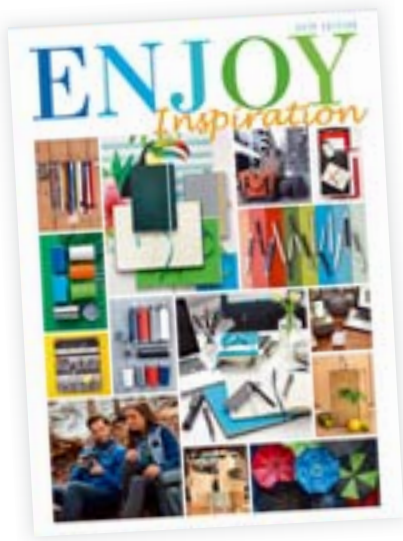
Im Zuge seiner fortschreitenden Digitalisierung hat PF Concept das Katalogkonzept umfassend überarbeitet und bietet nun noch effizientere Tools für die Präsentation und den Verkauf seiner Produkte. Basis der Neuausrichtung waren ausführliche Gespräche mit Händlern und ihren Kunden über den Einsatz der Kataloge in der täglichen Anwendung. Daraus resultierend stehen nun ab 2018 drei verschiedene Publikationstypen zur Verfügung, die on- und offline optimal auf die jeweiligen Bedürfnisse und Wünsche der Zielgruppen eingehen.

PF Workbook – ein umfassendes Nachschlagewerk

Das neue PF Workbook ist ein rund siebenhundert Seiten schweres Nachschlagewerk, das sich an Werbeartikelhändler richtet. Der Katalog besticht mit einem klaren Layout, das einen schnellen, effizienten Überblick und Zugriff auf alle relevanten Informationen zu der gesamten Kollektion ermöglicht. Ein Inhaltsverzeichnis mit Farbcodes erleichtert die Suche nach den verschiedenen Produktkategorien und Artikeln, die zudem nach Preisniveau sortiert sind. Ergänzend steht das digitale PF Portal zur Verfügung, das bei Bedarf weitere und aktualisierte Informationen bereitstellt und in dem die Bestellungen direkt aufgegeben werden können.

LABEL: Inspiration bei der Produktauswahl

Der neue Werbemittel- und der LABEL-Katalog richten sich jeweils speziell an den Endkunden und dienen der Inspiration bei der Produktauswahl. Ausführlichere Informationen zu den Materialien, Eigenschaften und Dekormöglichkeiten der Produkte sowie hochwertige Produkt- und Moodfotos wecken die Neugierde und regen die aktive Nachfrage beim Händler an. Im Werbemittelkatalog werden etwa 70 bis 80 Prozent der gesamten Kollektion gezeigt, mit einem besonderen Fokus auf die Avenue- und Bullet Produktwelten sowie Bestsellern und Neuheiten. Der LABEL-Katalog widmet sich ganz dem textilen Portfolio von PF Concept: Er umfasst die gesamte Kollektion von Elevate und Slazenger. Lifestyle-Fotos setzen die Kollektionen in Szene und veranschaulichen zudem die Veredelungen auf der Kleidung. Ergänzend dazu finden sich die dort die entsprechenden Größentabellen.



Die Enjoy Magazine für Werbemittelhändler und Endkunden informieren viermal im Jahr über neue Trends und Produkte.

In beiden Katalogen wird außerdem auf das wichtige Thema Nachhaltigkeit eingegangen.

Enjoy Magazine: neue Produkte und Trends

Das dritte Element des Katalogkonzepts sind die Enjoy Magazine, die vier Mal im Jahr erscheinen, Trends aufnehmen, über neue Produkte informieren und damit der Inspiration dienen. Sie richten sich an die Werbemittelhändler und Endkunden. Ein weiterer Vorteil: Der Werbemittel- und der Labelkatalog als auch die Enjoy-Magazine haben wenig Gewicht, sie lassen sich unkompliziert per Post versenden. Zudem stehen sie im PF Portal zur Verfügung und können auch digital versendet werden. Abgerundet wird das neue Konzept mit einer Individualisierungsmöglichkeit für Werbeartikelhändler: Diese können die neuen Nachschlagewerke schnell und problemlos von PF Logo Express mit ihrem jeweiligem Logo und ihren Kontaktdaten versehen lassen. <

„Das Format der PSI ist stimmig für uns.“

Wir fragten Ralf Oster (CEO PF Concept) und Peter Stelter (PF Concept Country Manager DACH 2018) nach ihren Eindrücken von der diesjährigen PSI.

Wie war die PSI grundsätzlich aus Sicht des internationalen Managements?

Ralf Oster: „Die PSI 2018 ist für PF Concept wieder sehr gut gelaufen. Insbesondere unsere Kundenbeziehungen in DACH, Benelux und Osteuropa profitieren von diesem wichtigen Termin zum Jahresanfang. Unsere zahlreichen Besucher bekamen einen umfassenden Überblick über unser aktuelles Produktportfolio und haben uns ein sehr positives Feedback dazu gegeben. An allen Messetagen hatten wir also wirklich gut zu tun. Insbesondere der Start mit den SPS Produkten, die seit Januar auch von PF Concept in Europa vertrieben werden, ist sehr vielversprechend verlaufen. Insgesamt bin ich sehr zufrieden mit unserem Stand, mit unseren Kollegen und den zahlreichen Kundengesprächen.“

Welche Bedeutung hat die Messe für PF Concept?

Ralf Oster: „Das Format der Messe PSI ist weiterhin stimmig für uns. Wir konzentrieren uns in Düsseldorf auf unsere Geschäftsbeziehungen in DACH, Benelux und Osteuropa. Damit ist sie eine hervorragende Ergänzung zu den starken lokalen Märkten in UK, Frankreich, Nordic, Spanien und Italien. Ich sehe daher keine Veranlassung, dieses Konzept zu verändern.“



Ralf Oster, CEO
PF Concept



Peter Stelter, PF
Concept Country
Manager DACH

Wie verlief die Messe für PF Concept Deutschland konkret?

Peter Stelter: „Wir konnten über 10 Prozent mehr Besucher als im Vorjahr verzeichnen und sind mehr als zufrieden. Besonders erfreulich ist dabei, dass sich nicht nur die Quantität erhöht hat. Wir begrüßen auch sehr die hohe Intensität der Gespräche bis hin zum Thema Nachhaltigkeit. Zunehmend stehen nicht nur die Produktneuheiten im Mittelpunkt, von Interesse sind auch Informationen zum nachhaltigen Handeln und zum allgemeinen Verständnis dieses Bereichs.“

Was waren die Highlights?

Peter Stelter: „Da gab es einige. Zu unseren großen Themen gehörte dieses Jahr natürlich die Erweiterung unseres Portfolios durch die Übernahme von SPS, das ermöglicht uns viele zusätzliche, sehr attraktive Produkte und auch eine neue Drucktechnik anzubieten. Unsere Kunden haben darauf sehr positiv reagiert. Auf dem Messestand konnten wir u.a mit der Präsentation unserer umfangreichen Regenschirm-Kollektion viele Besucher begeistern. Außerdem haben wir eine Vielzahl von Neuheiten unserer Marken Bullet und Avenue gezeigt: Besonders erwähnenswert sind dabei Modelle aus dem Bereich Drinkware mit hochwertiger Kupfer-Vakuum Isolierung. So zum Beispiel die Trinkflasche und der Becher aus der Thor-Kollektion, die wir auf der Messe als PSI First Produkte zum ersten Mal präsentiert haben. Und im Bereich Tech gehören multifunktionale Produkte zu unseren Highlights: Zum Beispiel ein Blumentopf mit integriertem Bluetooth-Lautsprecher – ein Produkt, das die Bereiche Tech mit Home und Living vereint oder auch die Bluetooth In Ear – Ohrhörer mit Geräuschunterdrückung.“

Wie ist der Industrietag bei PFC angekommen?

Peter Stelter: „Hier konnten wir eine Steigerung zum Vorjahr verzeichnen. Insgesamt war der Donnerstag bei uns besser besucht, nicht nur von den Industriekunden, sondern auch von Händlern.“

Seit 1. Dezember 2017 ist Wolf Creemers neuer Geschäftsführer des niederländischen Werbeartikellieferanten Giving Europe und folgt damit dem langjährigen Geschäftsführer und Co-Gründer Stef van der Velde. Wolf Creemers sprach mit uns über seine Gründe, zu Giving Europe zu gehen und über die Zukunft des Unternehmens sowie der Branche.

Wolf Creemers, CEO Giving Europe, im Gespräch

„Optimale Performance“



Wolf Creemers ist der neue Mann an der Spitze von Giving Europe und folgt damit Stef van der Velde.

Bevor Wolf Creemers zum niederländischen Werbeartikellieferanten kam, war der 45-Jährige selbstständiger Interimsmanager und Berater sowie Geschäftspartner bei Boer & Croon, einer niederländischen Unternehmensberatung, und Manager bei AkzoNobel, einem weltweit operierenden Großunternehmen mit Schwerpunkten in Farbenherstellung und Spezialchemie.

Was war für Sie ausschlaggebend, Geschäftsführer bei Giving Europe zu werden?

Ich wurde von einem Headhunter angesprochen. Er hat mir nicht gesagt, um welches Unternehmen oder welche Branche es geht. Aber das, was er mir beschrieben hat, hat mich extrem gereizt. Die Bedeutung von Produkten, die Möglichkeit, ein Markenimage zu kreieren, einen traditionellen Sektor neu zu positionieren. Ganz ehrlich, ich hätte niemals damit gerechnet, dass er von einem Unternehmen der Werbeartikelbranche spricht. Der anonymisierten Stellenbeschreibung nach zu urteilen, hatte ich zuerst auf Automobilindustrie getippt. Die Vorstellung, Geschäftsführer eines so spannenden Unternehmens zu werden, neue Ideen und Strategien zu entwickeln, war für mich so aufregend, dass ich „Ja, ich will“ gesagt habe.

Welche Pläne/Ziele haben Sie mit Giving Europe?

Ich möchte mit dem gesamten Giving Europe-Team vor allem eines erreichen: Menschen eine optimale Perfor-

mance zu ermöglichen. Hervorragende Produkte sind dafür unsere Basis. Was wir jedoch on top bieten, ist zielgerichtete Beratung. Wir sprechen mit unseren Kunden, arbeiten gemeinsam mit ihnen heraus, was für sie wichtig ist. Wir möchten den Händlern helfen, ihr Business noch besser zu gestalten. Individuelle, professionelle Lösungen bereitstellen zu können, das macht einfach den Unterschied. Für uns und für unsere Kunden.

Wie beurteilen Sie die Entwicklung der Branche?

Ich denke, die gesamte Wertschöpfungskette wird sich verbessern und sukzessive enger miteinander verbunden sein: von Herstellern über Lieferanten bis zu den Händlern. Die Händler müssen noch stärker als Berater für ihre Industriekunden auftreten und ihnen Empfehlungen aussprechen, wie sie Werbeartikel optimal zum Erreichen ihrer Marketingziele einsetzen können. Wie lässt sich der beste Return-on-Investment erzielen? Wie fantastisch wäre es, wenn sich das durch Fakten belegen lassen würde. Wir als Lieferanten spielen eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, Punkte in der Wertschöpfungskette zu verknüpfen und so unseren Händlerkunden zum Erfolg zu verhelfen. Ein weiteres wichtiges Thema ist die unternehmerische Gesellschaftsverantwortung. Sie muss und sie wird zur Norm werden. Wir alle müssen dieses Thema pushen. Und wir müssen deutlich machen, dass dieser Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung, der über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht, nicht gleichbedeutend ist mit einer Preissteigerung des Produktes.

Wie schätzen Sie die PSI und ihre Bedeutung ein?

Für mich persönlich war es die erste PSI. Die Teilnahme an der Messe war überaus hilfreich, um die unterschiedlichen Teilnehmer dieses dynamischen Marktes an einem Ort zu treffen. Es ist beeindruckend, dass sich hier die gesamte Branche trifft und die PSI Branchenvertreter aus ganz Europa und Übersee anzieht. Wir hatten Besucher aus Südafrika, dem Mittleren Osten und Südamerika an unserem Stand.

<



PSI Sustainability Awards 2018

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.

**Anmeldung möglich
bis 20. April 2018.**

Mehr Informationen unter www.psi-awards.de



Fotos: © Behrendt und Rausch | © fotolia.de



Werbeideen für Osterhasen

Der Osterspezialist Jung bietet seinen Handelspartnern **geschmackvolle Osterpräsente** bis kurz vor dem Fest an. Bei vielen leckeren Produkten können österliche Gestaltungsvorlagen genutzt oder natürlich auch individuelle Gestaltungen umgesetzt werden. Die Cup Box mit einer österlichen Gestaltung, befüllt mit dem leckeren Miniatures Mix oder die Präsentbox mit den Füllvarianten der Ritter SPORT Schokowürfel sind nur zwei Beispiele aus dem breiten Programm. Auch die Jelly Beans als bunte Ostereier oder Topseller wie die Lindt Mini Pralinés eignen sich perfekt als österliche Giveaways.

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>



Unverwechselbar wie die DNA

Keine DNA gleicht der anderen. Das neueste Produkt aus dem Hause Prodir folgt dem Beispiel dieses komplexen Moleküls. Der neue **Prodir-Stift DANN ist extrem vielseitig und innovativ**. Er geht ans Äußerste des Machbaren bei Werbe-Schreibgeräten und richtet sich an experimentierfreudige Menschen, die einmal mehr ihre Identität erforschen möchten. Personalisierung auf höchstem Niveau heißt hier: Über 60 Elemente lassen sich kombinieren, um ein einzigartiges, maßgeschneidertes Schreibgerät zu schaffen. Nicht nur Spitze, Druckknopf und Clip. Auch das Gehäuse lässt sich aus Dutzenden austauschbarer Elemente zusammenstellen.

PSI 43417 • Pagani Pens SA Prodir Division
Tel +49 6762 40690 • sales@prodir.gmbh • www.prodir.com
<https://www.psiproductfinder.de/ngu0yw>

Sicherheit am Schlüsselbund

Als Werbemittel sensibilisiert der **Kryptonizer** von Hey!blau Labs für einen bewussteren Umgang mit sicheren Passwörtern. Passwort-Hackern wird der Zugang zu gesicherten Daten häufig viel zu leichtgemacht. Passwörter, die wir uns merken können, sind meistens nicht besonders kryptisch. „Claudia“, „Blume“ oder „Administrator“ sind keine sicheren Passwörter, da man sie per Wörterbuch-Angriff leicht herausbekommt. Der Kryptonizer hilft beim Erstellen kryptischer Passwörter. Der Anwender nutzt ihn regelmäßig für Passworteingaben und trägt ihn als Schlüsselanhänger bei sich.

PSI 49016 • Hey!blau Labs e.K. • Tel +49 221 57080199
 contact@heyblau-labs.com • www.heyblau-labs.com
<https://www.psiproductfinder.de/mwuzzt>



Edles Holz für Kenner

Liebhaber schöner **Schreibgeräte aus Holz** werden bei e+m Holzprodukte fündig. Außergewöhnliche handschmeichelnde Formen, individuelle Materialkombinationen von glänzend bis vintage, und edle, massive Hölzer machen den Zauber der neuen Modelle aus. Ein edles Beispiel ist Bow, ein maskuliner Kugelschreiber aus den heimischen Hölzern Eiche natur oder Räuchereiche. Die Metallteile sind vernickelt oder goldgelb schimmernd in Messing. Eine Personalisierung der handschmeichelnden Oberflächen, die mit natürlichen Wachsen behandelt wurden, kann jederzeit mittels Druck oder Lasergravur auf das Holz erfolgen.

PSI 42200 • e+m Holzprodukte GmbH & Co. KG • Tel +49 9181 297575
 info@em-holzprodukte.de • www.em-holzprodukte.de
<https://www.psiproductfinder.de/mwm2nz>



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
info@success-werbung.de

Platzsparend und immer dabei

Dass alljährlich rund 500 Milliarden Einwegbecher auf dem Müll landen, ist für Bobble eindeutig zu viel. Das Unternehmen kennt eine Lösung des Problems und stellt mit dem wiederverwendbaren **Stojo Becher** eine Alternative vor. Der platzsparende Becher ist auslaufsicher, zusammenklappbar, wiederverwendbar und passt in jede Tasche. Er eignet sich sowohl für kalte wie heiße Getränke, besteht aus recyclebaren Materialien und ist trotzdem spülmaschinenfest. Die zusammenklappbare Tasse ist in sechs Farben erhältlich.

PSI 49381 • Bobble Europe • Tel +31 6 18194286
 info@waterbobble.nl • www.waterbobble.nl
<https://www.psiproductfinder.de/zgq5md>



Zum Schrauben und Genießen

Das neue **Incentive-Set** „Schrauben und Genießen“ von Wera umfasst einen der gängigsten Kreuzschlitz Schraubendreher in hochwertiger Profiqualität. Herausragendes Merkmal ist der markenrechtlich geschützte „Kraftform“-Griff, dessen Form sich der menschlichen Hand optimal anschmiegt. Die Lasertip Spitze mit ihrer scharfkantigen Oberflächenstruktur krallt sich förmlich im Schraubenkopf fest und vermeidet das Herausrutschen aus der Schraube. Das besondere Extra: Der Wera Flaschenöffner als wichtiger Assistent in jeder Pause und auf jeder Party.

PSI 48078 • Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co KG
 Tel +49 202 4045144 • matuschek@wera.de • www.wera.de
<https://www.psiproductfinder.de/mwy3zw>

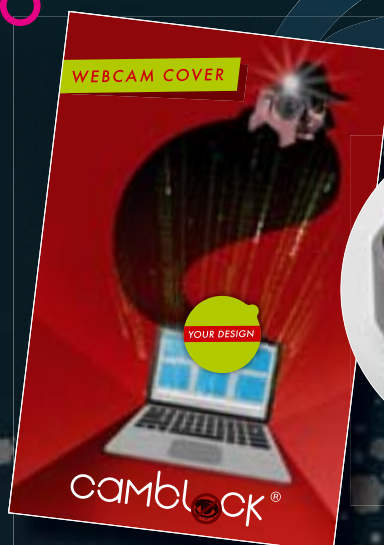


SOMETHING NEW



GRAMMO[®]
PHONE

www.grammophone.de



KRYPTONIZER[®]
www.kryptonizer.de

camblock[®]
www.camblock.de

HEY!BLAU LABS

Süßer Start in den Frühling

Viele **neue, süße Werbeideen** warten bei MAGNA sweets in diesem Frühjahr darauf, entdeckt zu werden. Mit dem Original PowerBar in zwei verschiedenen Geschmacksrichtungen bringt MAGNA sweets einen neuen Markenartikel auf den Werbeartikelmarkt. Der knusprige Energieriegel wird mit einem individuell bedruckten Werbeschuber versehen. Die Mini Pralinen von Lindt gibt es in einer silbernen Kartonage. Zusätzlich können sie entweder mit einem einfachen Schuber oder mit einem PopUp Schuber in zwei verschiedenen Motiven veredelt werden. Beide Schuber werden individuell auf Kundenwunsch bedruckt und verpackt.

PSI 41617 • MAGNA sweets GmbH • Tel +49 8146 99660
info@magna-sweets.de • www.magna-sweets.de
<https://www.psiproductfinder.de/ywymyd>



Zeit für tickende Werbung

Die brandneue Werbewürfel-Uhr der emotion factory ist **kreativer Zeitanzeiger** und sechsfacher Werbebotschafter in einem Produkt. Praktisch geliefert in plano lässt sich der Streuartikel perfekt als Übergabeartikel verteilen. Auf allen sechs Seiten des Würfels ist Platz für die gedruckte individuelle Werbebotschaft. Geliefert wird das Set mit hochwertigem Uhrwerk Made in Germany, Batterie und dem Gehäuse aus Karton. Wer humorvollen Schwarzwald-Flair mag, für den ist die Uhr auch als Kuckucksuhr erhältlich.

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



Nur pures Obst und Gemüse

Nur mit **100 Prozent Obst und Gemüse** punkten die neuen PÄX Knuspermixe von Kalfany Süße Werbung bei ernährungsbewussten Kunden. Durch das neue einzigartige Verfahren, das sogenannte „PÄXen“, werden die Früchte (Ananas, Apfel & Erdbeeren) oder das Gemüse (Zucchini, Zwiebel & Kirschtomate) frisch vom Feld geerntet, gewaschen, geschnitten, schonend getrocknet und schließlich knusprig im Werbetütchen verpackt. So sind auch auf der rundum veredelten alubedampften 120 x 95 mm Werbetüte in der Zutatenliste lediglich diese drei Komponenten zu finden – sonst nix!

PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH • Tel +49 7643 8010
info@kalfany-suesse-werbung.de • www.kalfany-suesse-werbung.de
<https://www.psiproductfinder.de/nty5nt>





Das Runde muss ins Eckige

Rund, eckig, aus Kork, doppelt, einfach oder mit Magnet – emotion factory's nachwachsendes Erfolgswerbemittel „**Pflanz-Holz**“ besticht ab 2018 mit einer noch breiteren Auswahl. Bestückt mit einer Substrattablette und vielfältigen Samensorten darf der Empfänger sich als Gärtner versuchen. Neu im Sortiment ist das Pflanz-Holz in zweier oder dreier Variante, die noch mehr Pflanzspaß und größere Werbefläche bietet. Alle Pflanz-Hölzer bieten neben dem grünen Werbege danken einen echten Mehrwert. So ist das Pflanz-Holz Büro versehen mit Löchern für Stifte und einem Magneten für Büroklammern. Jedes Holz und entsprechende Umverpackungen können individuell bedruckt werden.

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



Allrounder mit neuem Gesicht

Die **Lunchboxen Quadra** der Marke ROMINOX® von Römer gibt es nun auch mit matter Oberfläche und in modernen Farben. Neben den bekannten Varianten Rot und Silber glänzend kamen Blau, Rot und Silber in matter Optik hinzu. Die Allround-Lunchbox Quadra ist vielfältig als sichere und hygienische Aufbewahrung für den Zwischensnack im Büroalltag, das Pausenbrot oder das Grillfleisch für die Studentenparty einsetzbar. Der Deckel aus hochwertigem Aluminium eignet sich bestens für eine Lasergravur und bringt so die Werbeanbringung perfekt zur Geltung. Jede Dose kann auch individuell mit einem Namen graviert werden.

PSI 43892 • Römer Lifestyle by Römer Wein und Sekt GmbH
Tel +49 6541 8129-0 • info@roemer-lifestyle.de • www.roemer-lifestyle.de
<https://www.psiproductfinder.de/yzc0ym>





Werbung mit Genuss

Schokoladige Genussmomente versprechen die **neuen Muffins** in verschiedenen Größen von CD-LUX. Die süßen Muffins „American Style“ mit vielen leckeren Schokosplittern garantieren süße Marketingenerlebnisse mit Erinnerungswert – jung, quirlig und ganz im Trend der Zeit. Die Verpackung ist komplett individuell bedruckbar. Die kleine Süßigkeit eignet sich bestens als Messe-Snack, für Events, Neueröffnungen oder für das Firmenjubiläum – ein Anlass zum Feiern findet sich immer. Muster können ab sofort bei Ihrem CD-LUX Kundenberater angefordert werden.

PSI 45452 • CD-LUX GmbH • Tel +49 9971 85710
 info@cd-lux.de • www.cd-lux.de
<https://www.psiproductfinder.de/mgu2nj>



Farbe für die Osterbotschaft

Einen sympathischen **Mailing-Verstärker** für die Osterbotschaft stellt Multiflower jetzt vor. Das individuell gestaltbare Klappkärtchen mit Ostergrüßen beinhaltet außerdem zwei Farbpulver-Tütchen in Rot, Gelb, Blau oder Grün. Die einfache Verwendung ist auf der Karte erklärt. Ein Werbeeindruck oder eine eigene Gestaltung der Karte ist ab 250 Stück möglich.

PSI 45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6226 927980
 info@multiflower.de • www.multiflower.de
<https://www.psiproductfinder.de/nzq2zj>



Alle Spielpläne im Blick

Mit einem besonderen Werbemedium erweitert Myligacard sein Angebot in Form eines individuell **gestaltbaren WM Planers**. Im handlichen Postkarten- oder A4 Format zeigt der WM Planer durch ein einfaches Schiebesystem übersichtlich alle Spielgruppen, Spieltage, Uhrzeiten sowie Spielorte und ermöglicht die Platzierung von Produktinformationen, Logos oder Anzeigen.

PSI 49870 Myligacard - Christoph Gawlytta
Tel + 49 6232 6866 876 • kontakt@myligacard.de • www.myligacard.de
www.psiproduktfinder.de/yzk4nw



Schreibhighlight zur WM

Jona OEM – so heißt das **Highlight der Schreibgeräteexperten** Klio-Eterna zur Fußball-WM 2018. Der Druckkugelschreiber Jona aus gedecktem Kunststoff besticht neben seiner Farbvielfalt und den nahezu unzähligen Kombinationsmöglichkeiten vor allem durch seinen außergewöhnlichen Clip. Der spezielle Sonderclip in Fußball- oder Herzform kann mittels Digital- oder Tampondruck in den Nationalfarben des persönlichen Favoriten gestaltet und individualisiert werden.

PSI 40823 • Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG
Tel +49 7834 973-0 • klio@klio.com • www.klio.com
<https://www.psiproduktfinder.de/odaxyj>

PSI Produktrecherche | Ideale Ideenhelfer

Der schnelle Weg zum richtigen Werbeartikel führt bei PSI über die Produktrecherche. Das kompetente und erfahrene Team um **Astrid Langenstein (Project Managing Sourcing)** unterstützt PSI Mitglieder dabei, die neuesten Werbeartikel und die geeigneten Lieferanten zu finden. Das eingespielte Werbeartikel Expertenteam ist jederzeit gern als Ideenhelfer behilflich, berät bei speziellen Produktanforderungen und informiert auch über gesetzliche Änderungen in der Werbeartikelwirtschaft. Die Vorteile der professionellen Produktrecherche für PSI Mitglieder:

- Sie erhalten wertvolle Hilfestellungen bei der Suche nach dem geeigneten Werbeartikel.
- Sie sparen sowohl Geld als auch Zeit, denn sie müssen keine eigenen Mitarbeiter für diese Tätigkeit freistellen.
- Sie erfahren relevante Trends, die das Team bereits im Vorfeld identifiziert hat, und sind damit ihrem Wettbewerb einen Schritt voraus.
- Sie lernen neue Produkte und Lieferanten kennen, auf die sie alleine nicht gestoßen wären.



Nicht nur der Weg zum richtigen Werbeartikel ist schnell, auch der zur PSI Produktrecherche ist unkompliziert und kurz. Ein Anruf unter +49 211 90191-333 genügt oder einfach eine E-Mail senden an: **produktrecherche@psi-network.de**.

PSI Supplier Finder 1/2018 | Jetzt registrieren

Der PSI Supplier Finder ist für Händler eine wichtige Stütze bei der Suche nach den für die individuellen Bedarfe geeigneten PSI Herstellern und Lieferanten. Deshalb wird Aktualität in diesem Verzeichnis großgeschrieben. Wer im PSI Supplier Finder steht, wird gefunden. Neben Warengruppen mit Quellenangaben für den Bezug von Produkten und Dienstleistungen enthält der PSI Supplier Finder zudem ein Zertifikatsverzeichnis mit einer Auswahl verantwortungsvoller Lieferanten im PSI Netzwerk, den TOP 150 Lieferanten im PSI Netzwerk sowie interessanten Texten aus der Rubrik „Gut zu wissen“.

Neue Ausgabe in Arbeit

Zurzeit wird die Ausgabe 1/2018 erstellt. Beste Gelegenheit für alle interessierten PSI Hersteller und Lieferanten, sich jetzt zu registrieren. Und wie immer: Wer früh bucht, spart. Noch **bis zum 30. März 2018** gelten die **Early-Bird-Konditionen** von **5 Prozent Ermäßigung**. Am besten gleich das Eintragsformular downloaden. Für Fragen und Informationen steht Karsten Böhme telefonisch unter +49 211 90191-321 oder per E-Mail: karsten.boehme@reedexpo.de zur Verfügung.



PSI Sustainability Awards 2018 | Anmeldung läuft



Jeder zweite Lieferant setzt auf Nachhaltigkeit. Bei den Händlern ist es jeder Dritte, der konkrete Maßnahmen ergreift, um seine Tätigkeit zu zertifizieren oder Nachweise der Nachhaltigkeit zu erhalten. Mit den PSI Sustainability Awards sorgt das PSI für mehr Transparenz, wenn es um einen zuverlässigen Nachweis über die Nachhaltigkeit der Branche geht. In diesem Jahr gehen die Awards bereits in die vierte Runde. **Anmeldeschluss ist der 20. April 2018.**

Vergeben werden die PSI Sustainability Awards in den acht Kategorien: Ökonomie, Ökologie, Soziales, Ökologische Initiative, Soziale Initiative, Produkt, Kampagne, PSI Sustainable Company of the Year 2018. Teilnehmen können alle Unternehmen der Werbeartikelwirtschaft aus dem In- und Ausland, ob PSI-Mitglied oder nicht. Hersteller, Importeure, Werbeartikelagenturen und -händler können sich dabei für alle Kategorien online anmelden. Für die Kategorien Produkt und Kampagne können sich zusätzlich auch Anwender und Designer bewerben. Weitere Informationen zur Anmeldung und zum Ablauf gibt es unter: **www.psi-awards.de**.



➤ PSI

Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft

**8. – 10. Januar
Düsseldorf 2019**

**Jetzt Stand
buchen!**

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

EINKAUFSWAGENAUSLÖSER / KEY CHAIN



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

DER ORIGINAL TRIGGI®

www.TRIGGI.de

PSI No. 46925

www.pinsundmehr.de

EINKAUFSWAGENLÖSER / KEY CHAIN



Einkaufswagenlöser.de
Mit Ihrem Logo!

0,59 €
pro Stück*

*inkl. gratis Schlüsselfundservice, Profiltiefenmesser und Kapselheber, gilt bei einer Abnahmemenge von mind. 500 Stk, zzgl. 19% MwSt. und Vorkosten

www.einkaufswagenlöser.de

+49 (0) 36 705 - 6 5000

PSI No. 49467

www.einkaufswagenlöser.de

KUNSTSTOFFERZEUGNISSE / PLASTIC PRODUCT



PROMOWOLSCH®
The customer factory

Art-Nr. 413
Eiskratzer 2K

Wolfgang Schmidt e.K.
Grüner Weg 23-25
D-59590 Geseke
T +49 2942 570 201
F +49 2942 570 035
info@promowolsch.de
www.promowolsch.de

PSI No. 44724

www.promowolsch.de



PROMOWOLSCH®
The customer factory

Art-Nr. 343/345
Thermo Mug
Costa Rica

Wolfgang Schmidt e.K.
Grüner Weg 23-25
D-59590 Geseke
T +49 2942 570 201
F +49 2942 570 035
info@promowolsch.de
www.promowolsch.de

PSI No. 44724

www.promowolsch.de

REGENSCHIRME / UMBRELLAS



Samsnite
R-PLU KOLLEKTION

- Super Leichtgewicht
- Komfortabler Griff
- Teflon-Beschichtung
- Anti-Wind-Schutz
- Taschen- und Minischirme (ultra flach)
- Manuelle und Automatik-Modelle
- Stockschirme

samsonite.de | F +49 221 921 641 702 | werbemittel@samsonite.com

PSI No. 48847

www.samsonite.de

SCHLÜSSELFINDER / KEY FINDER



Schlüsselfinder
Mit Ihrem Logo!

0,59 €
pro Stück*

*inkl. Einkaufswagenlöser, Profiltiefenmesser und Kapselheber, gilt bei einer Abnahmemenge von mind. 500 Stück, zzgl. 19% MwSt. und Vorkosten

www.einkaufswagenlöser.de

+49 (0) 36 705 - 6 5000

PSI No. 49467

www.einkaufswagenlöser.de

SPIELWAREN / TOYS

SEMO SOFT MINIS

Softer geht's nicht.



28 verschiedene
Tiere im Sortiment.
Größe: 13 cm.

TRIGON Deutschland GmbH

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

PSI No. 44970

www.semo.de

SPORTHANDTÜCHER / SPORT TOWELS

Sport- und
Fitnesshandtücher

Perfekt geeignet als:

- ▲ Give-Away
- ▲ Sport-Promotion
- ▲ Mitarbeiterprämie
- ▲ Zielgruppengerechte Werbung für
 - Krankenkassen
 - Versicherungen
 - Sportvereine
 - Banken

Treffsicher und
wirkungstark



www.linotex-shop.com



PSI No. 44455

www.linotex.com

TASCHEN AUS BAUMWOLLE / COTTON BAGS

STUTZ & FISCHER GMBH

Bitte neuen Katalog anfordern!



Non-Woven-Taschen
Baumwolltaschen
BW-Rucksäcke
BW-Beutel
Schürzen

Fischer-Import GmbH



Tel.: 0 95 71 - 9 47 90 47
Fax: 0 95 71 - 9 47 90 48
verkauf@fischer-import.de
www.stutz-fischer.de

Alte Coburger Str. 13 - 96215 Lichtenfels

Bitte neuen Katalog anfordern!



PSI No. 42320

www.fischer-import.de

WERBE- & PROMOTIONS-MATTEN /
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

KLEEN-TEX



PSI No.43358

www.promotion-mats.eu

STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS

promostore®

Wir suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n

**Kundenberater /
Vertriebsmitarbeiter
Innendienst (m/w)**

in unserer Geschäftszentrale in Essen/NRW

Das sollten Sie mitbringen:

- » Erfolgreich abgeschlossene kaufmännische Berufsausbildung
- » Mindestens zwei Jahre Berufserfahrung im Vertrieb
- » Solide Kenntnisse in der Auftragsbearbeitung und -abwicklung
- » Sicherer Umgang mit MS Office-Anwendungen
- » Hohes Maß an Selbstständigkeit, Zuverlässigkeit und Flexibilität
- » Ausgeprägte Kommunikations- und Teamfähigkeit
- » Strukturiertes, zielstrebiges und ergebnisorientiertes Arbeiten

Was Sie von uns erwarten können:

- » Sehr gute Karriereperspektiven u. a. für die Bereiche Marketing, Vertrieb und Customer Success Management
- » Leistungsgerechte Verdienstmöglichkeiten und einen Arbeitsplatz mit flexiblen Arbeitszeiten
- » Schulungen und Unterstützung aus allen Bereichen, um erfolgreich arbeiten zu können
- » Ein motiviertes und erfahrenes dynamisches Team
- » Kaffee, Obst und Getränke stehen zur freien Verfügung
- » Regelmäßige Team & Company Events

Wenn Sie Interesse an der spannenden und herausfordernden Arbeit bei einem europaweit expandierenden Unternehmen haben, freuen wir uns sehr über Ihre Bewerbung und Ihren CV unter Angabe von Gehaltsvorstellung und frühestmöglichem Eintrittstermin per E-Mail an Herrn Stefan Frank: frank@promostore.de

Promostore Merchandising GmbH

Tenderweg 4 | 45141 Essen | www.promostore.de

Handelsvertreter Gesucht

EUPens.com ist einer der größten Zulieferer von Werbekugelschreibern in Europa und sucht zur Ausweitung seines Vertriebsnetzwerkes einen **Handelsvertreter**, mit Sitz in Deutschland. Interessenten, die ein Portfolio an Firmen vertreten, bitten wir auch, sich zu bewerben.

Mit über 450 Produktlinien, inklusive registrierter Designs, bieten wir eine unvergleichliche Auswahl an bedruckten und gravierten Schreibgeräten, die in Europa einzigartig ist. Ein Produktionsvolumen von über 45 Millionen in den letzten 12 Monaten, zeichnet unseren Kundenservice, Produktinnovation, unsere Produktionszeit und -fähigkeit als führend aus.

Der Produktionsstandort Großbritannien ermöglicht uns zudem, von unzähligen Veredelungsmöglichkeiten Gebrauch zu machen: Digitaldruck, Tampon- und Siebdruck, Digitaltransfer, Doming und Lasergravur. Kontinuierliche Investitionen in neueste Veredelungstechniken erlauben uns, Vorreiter in der Branche zu bleiben.

Nutzen Sie nun die Möglichkeit, Teil eines dynamischen, zukunftsorientierten Unternehmens zu werden und bereichern Sie uns mit Ihrem professionellen Verkaufstalent als treibendes Mitglied und teilen Sie unsere Ambitionen. Als Zulieferer des Handels, verkauft EUPens.com ausschließlich an ein Netzwerk aus Wiederverkäufern. Erfolgreiche Kandidaten sollten dokumentierte Verkaufserfahrung im Bereich Werbemittel mitbringen.

Bitte schicken Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung, bestehend aus einem Anschreiben auf Englisch und Ihrem Lebenslauf, an recruitment@eupens.com.



recruitment@eupens.com | 0800 724 0296 | www.eupens.com



Brand.it ist ein Hersteller von Schutzhüllen für Tablets und Smartphones welche wir u.a. über den Werbemittelhandel vertreiben.

Am Hauptsitz in **Berlin** suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt Persönlichkeiten für den

Vertriebsinnendienst in Vollzeit (m/w)

Zu deinen Aufgaben gehört neben der umfassenden Kundenbetreuung auch die Identifizierung von A-Kunden sowie die strategische Entwicklung deiner Kunden. Auf verschiedenen Messen in Europa wirst du deine Kunden auch persönlich kennen lernen.

Weitere Informationen unter www.brand.it oder +49 30 555 735 999. Wir freuen uns auf deine Bewerbung an jobs@brand.it



Machen Sie mit!

Wir sind seit 1952 erfolgreich im Werbeartikelmarkt tätig. Mit unserem umfangreichen Know-How, solidem Background und innovativem Produkt-Portfolio stellen wir uns den Herausforderungen unserer Kunden. Diese profitieren von unserem Full-Service, individuellen Sonderanfertigungen und tollen Ideen rund um den Werbeartikel.

Zur Festigung und zum Ausbau unseres Wachstums suchen wir:

Disposition-/Procurement-Manager (m/w)

Die Aufgaben:

- Sie betreuen und bearbeiten unsere komplette Auftragsabwicklung mit dem modernen ERP-System Navision.
- Sie kaufen gezielt Produkte und Dienstleistungen ein.
- Sie koordinieren die angeschlossenen Abteilungen Logistik und Konfektion.
- Mit unserem großen Portfolio an Werbeartikeln pflegen Sie eine Produktdatenbank für den Verkauf.

Optimal passen Sie zu uns:

- Sie verfügen über eine qualifizierte Ausbildung und haben Erfahrung im Einkauf/ Auftragsabwicklung, idealerweise aus dem Konsumgüterbereich.
- Sie können kurzfristig eine besondere Affinität zu gegenständlichen Werbeartikeln entwickeln.
- Sie arbeiten gerne im Team, sind erfolgsorientiert und ehrgeizig. Ihre Arbeitsweise ist systematisch und strukturiert.

Wir bieten:

Ein breites Aufgabenspektrum in einem zukunftsweisenden Markt. Unsere Firmen- und Führungskultur ist durch Leistung und gegenseitige Wertschätzung gekennzeichnet. Die Mitarbeit in einem engagierten Team, eine leistungsgerechte Vergütung und intensive Einarbeitung sind selbstverständlich.

Wenn Sie sich hier wiederfinden und Lust auf eine neue Herausforderung haben, senden Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung bitte per E-Mail an unsere Personalberatung: personal@dolensky-frank.de

Neuffenstraße 12 | 89518 Heidenheim
Telefon +49 (0) 7321 98 54-0
info@liha-werbung.de | www.liha-werbung.de

Werbung
begreifbar
machen.

Wir suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen/e Vertriebsmitarbeiter (w/m) Innendienst in Vollzeit

für unseren Standort Meerbusch/Osterrath

Wir sind seit Jahrzehnten der erfolgreiche Werbemittel- und Fulfillment-Service-Partner unserer Kunden. Von unserem Standort nahe Düsseldorf begleiten wir unsere Kunden als inspirierender Ideengeber und bei der gesamten Werbemittelorganisation. Wir sind überzeugt, dass der Erfolg unserer Bemühungen in hohem Maße von unserer Haltung, Einstellung und den Werten abhängt, die wir gemeinsam leben. Nachhaltigkeit, ethische Verantwortung, Umweltbewusstsein und motivierende Arbeitsbedingungen sind für uns elementare Erfolgsfaktoren.

Ihr Aufgabengebiet:

- selbständige Bearbeitung von Angeboten und Aufträgen
- eigenständige Betreuung von Stammkunden
- Unterstützung der Vertriebsmitarbeiter bei der Neukundenakquisition
- gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift

Das sollten Sie mitbringen:

- erfolgreich abgeschlossene kaufmännische Ausbildung
- mehrjährige Berufserfahrung
- sicherer Umgang mit MS Office bzw. Warenwirtschaftssystem
- ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit und Kundenorientierung
- Teamorientierung und positives Denken

Das bieten wir:

- einen abwechslungsreichen und sicheren Arbeitsplatz
- ein gutes Team und wertschätzender Umgang
- selbständiges Arbeiten
- moderne Software Unterstützung

Wir freuen uns über Ihre Bewerbung unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung und des frühestmöglichen Eintrittstermin per e-Mail an **Herrn Andreas Pabich** unter andreas.pabich@wolf-pabich.de



Wolf & Pabich
WERBEARTIKEL

Wolf & Pabich GmbH • Insterburger Strasse 18-22 • 40670 Meerbusch
Fon: 02159 69 33 33 • www.wolf-pabich.de

INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page			
PSI Partner	AUMA e.V.	103	49003	PSI Promotional Product Service Institute	041, 087, 097, 101
9222	Be Hoppy Group GmbH	073	43053	Pustefix GmbH	089
45767	Bottle Promotions	051	47182	Reisenthel Accessoires GmbH & Co. KG	059
17222	Brand.it GmbH	100	48847	Samsonite GmbH	098, U2/IFC
45452	CD-LUX GmbH	005	49199	SC ATELIERELE UNIKA SRL	079
45619	CLIPY Artur Begin, S.L.	U4/OBC	48301	SL BAGS SL Lederwaren BV	002
42819	Gustav Daiber GmbH	007, 075	46108	travelite GmbH + Co. KG	047
PSI Partner	Display Verlags GmbH	U3/IBC	44970	Trigon 44970	003
46120	EUPens.com by The Pen Warehouse A division of Tancia Ltd.	100	44970	TRIGON Deutschland GmbH	099
42320	Fischer-Import GmbH	099	41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	077
45666	Halfar System GmbH Rucksäcke und Taschen	057	41334	WISA Enschede B.V.	053
41016	Heri-Rigoni GmbH emotion factory	043, 061	1807	WOLF & PABICH GmbH	100
46235	HERKA GmbH	079			
49016	Hey!blau Labs e.K.	091			
42907	Inspirion GmbH	083			
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	055			
46131	KHK GmbH	049			
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	099			
1423	LIHA-WERBUNG Max Liebhaber GmbH & CoKG	100			
44455	LINOTEX GmbH	099			
45974	Multiflower GmbH	079			
41816	Nestler-matho GmbH & Co. KG	045			
49467	Pinkey AG Einkaufswagenlöser.de	098			
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	098			
42332	Prodir Pagani Pens SA	001			
14964	Promostore Merchandising GmbH	099			
44724	PROMOWOLSCHE - The Customer Factory	098			

TOP-PRODUKTTHEMEN IM PSI JOURNAL

Genug vom schlechten Wetter? Die Themen Garten, Hobby und Outdoor bestimmen das Programm in der Aprilausgabe des PSI Journals. Präsentieren Sie Ihre Frühlings-Artikel 2018.

Ausgabe

04
2018
SCHREIBGERÄTE, SCHUL- UND BÜROBEDARF und GARTEN, HOBBY UND OUTDOOR

 Redaktionsschluss: 16.2.2018
 Anzeigenschluss: 5.3.2018

Ausgabe

05
2018
SÜSSES UND KULINARISCHES und KUNSTSTOFF- UND STREUARTIKEL

 Redaktionsschluss: 16.3.2018
 Anzeigenschluss: 5.4.2018

Ausgabe

06
2018
MARKEN- UND DESIGNPRODUKTE und WELLNESS UND GESUNDHEIT

 Redaktionsschluss: 13.4.2018
 Anzeigenschluss: 7.5.2018

Ausgabe

07
2018
WEIHNACHTEN, PRÄSENTSETS, VEREDLUNG und TAFELN UND GENIESSEN

 Redaktionsschluss: 16.5.2018
 Anzeigenschluss: 5.6.2018


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

Europäisch-amerikanische Freundschaft



Seit Donald Trump Präsident ist und um die Welt twittert, dass er sein Land wieder groß macht und es an erster Stelle zu stehen hat, isoliert er sich mehr und mehr. Ein Jahr geht das jetzt schon. Amerika wirkt wie eine einsame Insel, die mehr und mehr den Kontakt zur Außenwelt verliert. Wo sind die einstige transatlantische Freundschaft und Verbundenheit geblieben?

Länderübergreifende Freundschaft hängt zum Glück aber nicht nur an einer Person oder einem Präsidenten. Neben unserem europäischen PSI Netzwerk pflegen wir sehr intensiven Kontakt und Austausch mit den USA. Das war schon immer wichtig, um Trends zu erkennen und Entwicklungen für Europa zu prognostizieren. Mittlerweile ist es auch umgekehrt: Vertreter des amerikanischen ASI und des PPAI inklusive deren Präsidenten und Vorständen waren im Januar auf der PSI. Die Amerikaner schauen genau auf Europa und seine Entwicklungen. Und sie waren einstimmig begeistert von der PSI Messe und der Vielzahl von Aktivitäten. Ganzheitliche Konzepte für eine fragmentierte Branche sowie bilateraler Austausch waren dann in der Folge ein Teil der Diskussionen in Düsseldorf.

Der Gegenbesuch aus Europa erfolgte prompt mit einer Delegation zur PPAI Expo, die dieses Jahr direkt nach der PSI startete. Der Vergleich mit der größten amerikanischen Messe zeigte PSI Mitgliedern deutlich, wie professionell und mit welcher Strahlkraft sich die europäischen Unternehmen auf der PSI präsentieren. In den USA zeigen sich die Unternehmen vielfach noch mit kleinen und wenig marketing- und verkaufsorientierten Ständen. Auch der Austausch zwischen Händler und Lieferant ist nicht so intensiv wie hier bei uns. Auf der PPAI Expo gibt es aber genügend Gelegenheiten zum Socialising.

Die Vermittlung von Geschäftskontakten, der intensive Erfahrungsaustausch und die Diskussionsrunden zur Zukunft der Branche zeigten deutlich: die europäisch-amerikanische Freundschaft ist so gut wie nie zuvor.

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:



AUMA

Die deutsche
Messewirtschaft

ERFOLG
DURCH
MESSEN
.DE



Hobby, Garten und Outdoor

Gute Werbeartikel überzeugen durch eine gelungene Kombination von Nutzen und Design. Wenn die Mischung beider stimmt, vermitteln sie ihre Botschaft gezielt, direkt und nachhaltig. Hobbys, Gartenpflege oder die aktive Betätigung im nach wie vor boomenden Outdoorbereich sind Beschäftigungen der Freizeit, die man gerne und meist regelmäßig betreibt. Die Branche hat eine Vielzahl qualitativ hochwertiger, zudem auch äußerlich sehr attraktiver Produkte im Portfolio, die in dieses Umfeld bestens passen und – regelmäßig in Gebrauch – damit auch langanhaltende Wirkung entfalten. Bei unsrem zweiten Produktthema im April dreht sich alles um „Schul-/Bürobedarf und Schreibgeräte“.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktthemen der Ausgabe Mai 2018 mit den Themengruppen „Süßes und Kulinarisches“ sowie „Kunststoff- und Streuartikel“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 16. März 2018 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechmer@edit-line.de

Werbeartikelmarkt unter der Lupe



Wie Frank Dangmann, der Vorsitzende des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) zu Beginn der diesjährigen PSI mitteilte, hat die Branche in Deutschland erstmals die magische Umsatz-Grenze von 3,5 Milliarden Euro durchbrochen. Ein Trend, der sich fortsetzen wird. Anhand der neuesten Daten des GWW Werbeartikel-Monitors und des aktuellen PSI Branchenbarometers analysieren wir den gegenwärtigen Status des Werbeartikelmarkts und nehmen die weitere Entwicklung der Branche unter die Lupe.

Leichtigkeit in der Küche



Der Textilhersteller und Spezialist für wertige Markenbekleidung in der Gastronomie und Hotellerie, Karlowsky Fashion, setzt in seiner Kollektion 2018 auf die Kombination aus Funktionalität und Style. Besonders im Fokus stehen dabei die Themen Jeans und leichte Materialien. Wir stellen die neuen modischen Highlights aus der Kollektion vor.

Impressum

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

Herausgeber: Michael Freter

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, André Weijde

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

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

Redaktion: Martin Höchmer, Anke Zimmermann, Simon Frauendorfer, Christian Jacob, Werner Menzel, Christoph Zimmermann

Chef vom Dienst: Martin Höchmer

Head of Publishing: Anja Heibüchel

Anzeigenverkaufsleitung: Lars Kessler

Key Account Kunden

Key Account Manager: Viola Proietti,
viola.proietti@reedexpo.de

Cross Media Sales

Senior Sales Manager: Senija Menzel,
senija.menzel@reedexpo.de,

Sales Manager: Karsten Böhme
karsten.boehme@reedexpo.de

Sales Executive: Julian Coronato,
julian.coronato@reedexpo.de

Regionale Kontakte

Belgien und Frankreich: Reed Exhibitions ISG Belgien und Frankreich
Bryan Piscou,
bpiscou@reed-export.fr

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

Spanien: GPE S.L.
Olga Pons,
gpe@gpexpo.com

Türkei: Istexpo
Ismail Sezen,
ismail@istexpo.com

UK: Reed Exhibitions ISG UK
Daniel Cordock,
daniel.cordock@reedexpo.co.uk

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

Layout: Stephan Weiß, Stephan Flommersfeld,
Kerstin Vogtmann, Nina Bertsch

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

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

Druck: Kössinger AG
D-84069 Schierling

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 50 vom 1. Oktober 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.

Das Netzwerk

für Kommunikation
und Verkaufsförderung
am Point of Sale

display



Print-Magazin

12.000 Auflage

Website

www.display.de

über 116.000 Klicks pro Monat

E-Mail-Newsletter

über 10.300 Empfänger

display Superstar Award

Wettbewerb mit 90 Teilnehmern

Die Themen

Displays, Verpackung, Ladenbau,
POS-Technik und Zulieferer

