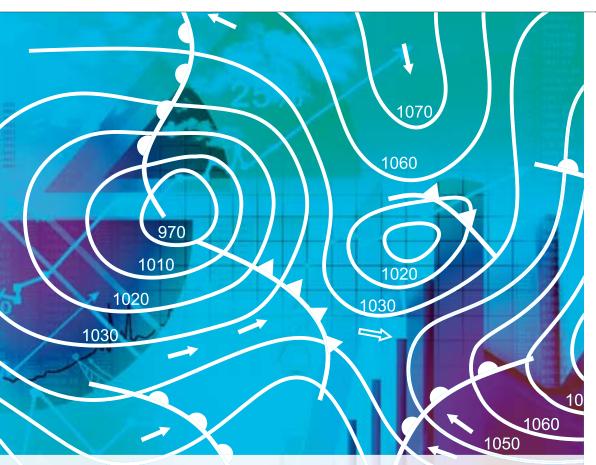
# PSI Journal Internationales Magazin für Werbeartikel Mai 2018 57. Jahrgang





# Neue Potenziale Daniel und Werner Keltscha Multigate

# Product Guide Süßes und Kulinarisches Kunststoff- und Streuartikel

#### MWS Werbemittelagentur Immer ein bisschen anders sein

# Intertek Risiko Schimmelbefall Prävention macht Sinn

# PSI Branchenbarometer Markt agiert auf hohem Niveau

# WERBEMIEISTER 2018



Service-Hotline +49(0)7643/801-555



www.suesse-werbung.de



#### **Open for business**

Editoria

iese Überschrift war jahrzehntelang der Leitfaden der amerikanischen Wirtschafts- und Außenpolitik. Sicher gab es auch in dieser Zeit Handelsscharmützel. Da war der Hähnchen-Krieg, der amerikanische Chicken ausbremsen sollte. Als Gegenreaktion hatte franzö-

sischer Cognac darunter zu leiden. Dann gab es den Spaghetti-Krieg, in dem die National Pasta Association der USA die Italiener in die Schranken weisen wollte. In der Folge blieben US-Zitronen auf den Bäumen. 1993 dann der Bananen-Krieg und die Liste ließe sich noch

um einige kleinere Schlachtfelder erweitern. Doch selbst bei den größten Attentaten und verschärften politischen Auseinandersetzungen der vergangenen Jahrzehnte betonten alle Präsidenten der Vereinigten Staaten immer wieder, dass sie aber "open for business" seien.

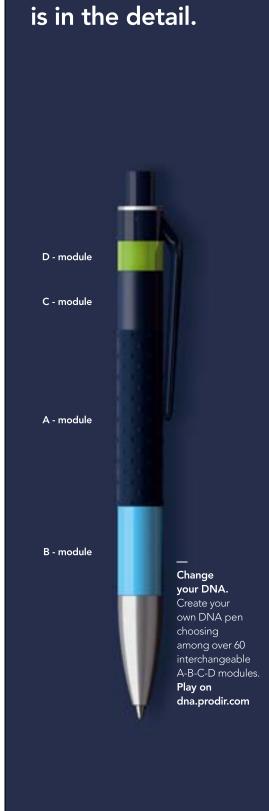
Diese Einstellung hat sich grundlegend geändert, zumindest in der derzeitigen Regierung. Es scheint, als habe man erst jetzt realisiert, dass die US-Wirtschaft im produzierenden Gewerbe seit 1970 im permanenten Sinkflug ist. Trotzdem ist die Arbeitslosenquote heute auf historisch niedrigem Niveau. Andere Wirtschaftszweige brummen, Technologie und Globalisierung sei Dank. Könnte nicht alles gut sein? Muss man da einen Handelskrieg vom Zaun brechen? Muss man nicht. Aber wenn ein Präsident seinen Wählern gefallen will, dann muss man. Und wenn man denn noch der Meinung ist, dass Handelskriege gut und leicht zu gewinnen sind (so ein frühmorgendlicher Tweet des Präsidenten), dann muss man erst recht.

Aber Gott sei Dank ist auch ein Donald Trump nicht allein auf der Welt. Gegenkräfte geben sich sicher derzeit in den USA die Klinke in die Hand. Wobei Trump im Konflikt besonders mit China viel Zustimmung aus anderen Teilen der Welt erfährt. Auch europäische Importeure und Händler, nicht nur in der Werbeartikelwirtschaft, beklagen in vielen Punkten chinesische Handelsusancen und sehen sich im Wettbewerb massiv im Nachteil. Aber Handelskriege (wegen uns wird sicher auch keiner ausgerufen) sind grundsätzlich kein gutes Rezept in solchen Fällen. Da ist politisches Handeln gefragt. Konsequente und nachhaltige Diplomatie muss an die Front.

Es wird Aufgabe der Branche sein, in Berlin vorstellig zu werden und im Verbund mit großen Verbänden wie dem BGA die Finger in die Wunde zu legen. Beim GWW hat man das bereits auf dem Schirm. Aber es bedarf auch vieler belegbarer Beweise für Nachteile im Wettbewerb. Diese müssen auf den Tisch. Wir sind gern bereit, dies auch journalistisch zu begleiten. Kommen Sie bitte auf uns zu, machen Sie uns schlau, damit wir andere schlau machen können.

In diesem Sinne

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



DNA

#### DNA. Identity pen.

**Prodir** GmbH Hotline: 06762 - 4069-0

Prodir is a trademark of Pagani Pens SA

prodir.com open.prodir.co<u>m</u>

Personality pens. Swiss made.



TRENDS & BRANDS	4
MARKTFORSCHUNG	8
PRODUCT GUIDE	
Süßes und Kulinarisches	10
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte GWW-Newsweek 2018:	26
Kunstsinnige Werbeartikelschau	32
K+M Werbemittelmesse:	0.4
Nachhaltigkeit im Fokus	34
Hallbauer: Werbepower im Stadionflair	38
Skandinavien: Messekarussell dreht sich Bartenbach:	42
Auftakt in den Marketing-Frühling	44
PRODUCT GUIDE	
Kunststoff- und Streuartikel	46
UNTERNEHMEN	
Multigate: Neue Potenziale erschließen	66
MWS Werbemittel:	
Immer ein bisschen anders sein	70
BUSINESS	
Intertek:	
Risiko Schimmelbefall Prävention macht Sinn	72
PRODUCT GUIDE Innovative Produkte	74
MY PSI	 80
	50
MEINUNG	
	86
VORSCHAU – IMPRESSUM	
	22

#### **PF Concept**

# VERTR

Service ist unsere höchste Priorität. Als Wiederverkäufer stehen Sie bei Ihren Kunden im Wort. Sie können sich auf uns verlassen: Wir liefern Ihnen das gewünschte Produkt, in der bestellten Menge inklusive einer hochwertigen Werbeanbringung zum versprochenen Liefertermin. Sie sind bei uns



probleme



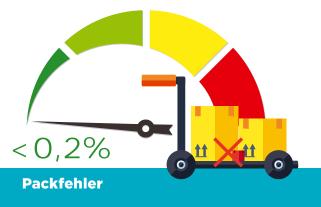
# AUEN durch Service

in den besten Händen. Wir liefern wie bestellt, pünktlich in bester Qualität.

PF Concept, wir engagieren uns für Sie!









#### PSI Branchenbarometer 1/2018 8

Mit dem europaweiten PSI Branchenbarometer hat das PSI 2015 ein eigenes Marktforschungs-Tool eingeführt, das sowohl die aktuelle Lage als auch die Trends der Branche abfragt und so regelmäßig Marktdaten und Brancheninformationen liefert. Ergebnisse der aktuellen Umfrage stellt das PSI Journal in dieser Ausgabe vor.

#### **Werbepower im Stadionflair**

38

Unter dem Motto "Faszination ist unsere Stärke" luden die Spezialisten der Hallbauer Exklusivwerbung GmbH nach zweijähriger

Pause wieder zu ihrer Promotion- und Werbeartikelmesse ein. Eindrucksvolle Kulisse der Produktpräsentation bildete diesmal die RedBull Arena Leipzig.



#### Neue Potenziale erschließen

66



Der Werbemittelexperte Multigate startet mit erweitertem Geschäftsmodell ins Frühjahr. Das Unternehmen präsentiert sich im neuen Design in der Wiener Innenstadt und bietet ab sofort auch Kampagnen im below-the-line-Segment sowie kreative Live-Marketingkonzepte an.

#### Immer ein bisschen anders sein 70

Seit zwei Jahren gehört die MWS Werbemittelagentur Stuttgart zum Kreis der Werbeartikelberater. Gegründet wurde das Unter-

nehmen von Martina Wolf. Der Ansatz ihrer Agentur: immer ein bisschen anders sein und sich über Ideen etablieren, die man sonst nicht so sieht.



### Fakten

#### ... warum sich Taschen als Werbeartikel eignen

Taschen erfreuen sich weltweit großer Beliebtheit. Studien aus Deutschland (GWW: Werbewirkung von Werbeartikeln), den USA (ASI: Global Advertising Specialties Impressions Study) und Frankreich (2FPCO: Rencontre avec l'objet de Communication) haben gezeigt, dass Taschen gerne als Werbeartikel eingesetzt und auch sehr gerne angenommen werden.

- In Frankreich werden Taschen am längsten von allen Werbeartikeln behalten - im Schnitt 4,2 Jahre.
- In Sachen Hingucker sinu rascine.... Mit mehr als 5.700 Impressions sind sie aufmerksam-In Sachen Hingucker sind Taschen in den USA führend. keitsstärker als jeder andere Werbeartikel.

Auch in Deutschland haben Taschen eine lange Werbedauer. 36 Prozent der befragten Deutschen besitzen Taschen länger als zwei Jahre. Darüber hinaus werden Taschen durchschnittlich dreimal pro Woche eingesetzt.



#### Aufblasbare Tasche

eitel plastic GmbH www.eitel-plastic.de PSI 43508

#### Wasserabweisende Outdoor-Taschen

Schärfer Werben GmbH www.schaerfer-werben.de PSI 47514



# Taschentrend 2018. Olie Gym Pag "Nom Gym at lesen. Die Fanalen Frauer Arbleisure-

"Vom Gym auf die Straße", ist auf elle.de zu lesen. Die Fashionexperten der internationalen Frauenzeitschrift beschreiben so den "Athleisure-Trend". Die klassische Sporttasche gilt als Must-have: praktisch und doch hip. Die Werbeartikelbranche steht mit aufmerksamkeitsstarken Modellen bereit.









Die GfK-Studie "Sustainable Fashion 2016" brachte es auf den Punkt: Dreiviertel aller Deutschen finden es wichtig, dass Bekleidung und Schuhe umwelt- und sozialverträglich produziert werden. "Knapp die Hälfte aller Befragten", so die Marktforschungsprofis der GfK, "zieht bei gleichem Preis fair produzierte Ware vor." Nachhaltig prägen sich Schuhe auch durch individuelle Bedruckung ein. Ein noch relativ junger Markt, der jedoch enorm wächst und echten Trendcharakter hat.

## Schuhsohlen aus Algen: Der umweltfreundliche Schuh der Zukunft

Einen Trend der eher ungewöhnlichen Art hat das deutsche Trend-Magazin "Trends der Zukunft" vorgestellt. Auf trendsderzukunft de wird über die weltweit erste Schuhsohle berichtet, die mit Öl aus Algen hergestellt worden ist. Gelungen ist das Forschern der University of California. Begonnen hatten die Professoren mit ihren Studierenden mit dem Bau von Surfboards aus Algenöl. Möglich seien jedoch auch Flip-Flops oder gar Sportschuhe. Gearbeitet wird nun an einer Modifizierung, mit deren Hilfe sich das Öl zurückgewinnen lässt, wenn die Schuhe verschlissen sind.



Produkte, die sich im näheren und weiteren Sinne mit Schuhen beschäftigen, bietet auch die

#### Hot Pack Fuß

**Global Innovations Germany** GmbH & Co. KG www.globalinnovations.de PSI 46626





5,2

**Prozent**betrug das
durchschnittliche Umsatzwachstum

2017. Überdurchschnittlich zeigten sich dabei Werbeagenturen (+8,7), Importeure (+7,7) sowie Hersteller mit Vertrieb für Industriekunden (+6,0).

44,7%

der Lieferanten führen über die Hälfte zertifizierte Waren oder warten mit entsprechenden Nachhaltigkeitsnachweisen auf.

# Jedes zweite

Unternehmen empfindet Zertifizierungen oder Nachweise von Nachhaltigkeit als wichtig. Je größer das Unternehmen, desto wichtiger der Nachweis.

## **75** Prozent

der werbetreibenden Kunden sind von der Wirkung von Werbeartikeln überzeugt. Ein Ergebnis, auf das die Branche aufbauen kann.

# 6,4 Millionen

**Euro** Jahresumsatz erzielten die für das PSI Branchenbarometer 1/2018 befragten über 700 Mitgliedsunternehmen durchschnittlich im Jahr 2017.

# 2018

steht unter optimistischen Vorzeichen. Im Durchschnitt erwarten die Unternehmen ein Wachstum von 5,3 Prozent. Textilveredler und Hersteller mit Vertrieb für Industriekunden rechnen sogar mit 7,6 bzw. 7,0 Prozent.

# Ein Dritte

der Unternehmen ist auf die ab 25. Mai 2018 verpflichtende EU Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) vorbereitet. Das zeigt, dass sich noch zu wenige Unternehmen mit diesem Thema befasst haben. Besonders in Kleinstunternehmen besteht dringend Handlungsbedarf.

Alle Zahlen dieser Seite sind dem PSI Branchenbarometer 1/2018 entnommen.

#### PSI Branchenbarometer 1/2018

# Markt agiert auf hohem Niveau

m verantwortungsbewusste Entscheidungen treffen zu können, müssen Unternehmer wissen, was im Markt vorgeht. Konjunkturaussichten, Unternehmensstrukturen, Absatzmärkte und Umsatzbringer: Mit dem europaweiten PSI Branchenbarometer hat das PSI 2015 ein eigenes Marktforschungs-Tool eingeführt, das sowohl die aktuelle Lage als auch Trends der Branche abfragt und so regelmäßig Marktdaten und Brancheninformationen liefert, seien es Umsatzhöhe und

Lage als auch Trends der Branche abfragt und so regelmäßig Marktdaten und Brancheninformationen liefert, seien es Umsatzhöhe und -entwicklung, Maßnahmen zur Zertifizierung, Nachweise der Nachhaltigkeit oder auch Distributionskanäle. Neben Deutschland sind in der mittlerweile sechsten Ausgabe Großbritannien, Spanien, Schweden und die Niederlande die stärksten Teilnehmerländer. An der aktuellen Marktstudie haben über 700 PSI Mitglieder teilgenommen. Analysiert wurden neben den immer wiederkehrenden Themen zu Umsatz, Umsatzprognose und Nachhaltigkeit, diesmal auch Auftragsvolumen sowie eine Sicht auf Potentiale nach Branchen und Produktsegmenten.

#### Deutliches Umsatzplus - optimistische Prognose

2017 waren Werbeartikel sehr gefragt. PSI Mitglieder erzielten im vergangenen Jahr ein Umsatzplus von durchschnittlich 5,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Tendenz steigend. Denn für 2018 erwarten die Unternehmen ein Wachstum von 5,3 Prozent. Im Durchschnitt. Textilveredler etwa rechnen gar mit einem Plus von 7,6 Prozent. Der Markt agiert demzufolge auf hohem Niveau. Die Werbeartikelbranche ist und bleibt ein wichtiger Wirtschaftsfaktor.

#### Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt weiterhin an Bedeutung. Händler, aber insbesondere auch Hersteller nehmen die gesellschaftliche Verantwortung ernst und orientieren sich zunehmend in Richtung nachhaltige Qualität. Jedes zweite Unternehmen empfindet Zertifizierungen oder Nachweise von Nachhaltigkeit als wichtig. Auffällig dabei: Je größer das Unternehmen, desto wichtiger die Zertifizierungen. Vor allem Mittelständler ab 25 Beschäftigten nehmen eine Vorreiterrolle ein. Sie sehen in Nachhaltigkeits-Zertifzierungen eine Notwendigkeit und

einen Wettbewerbsvorteil. 44,7 Prozent der Lieferanten führen über die Hälfte zertifizierte Waren oder warten mit entsprechenden Nachhaltigkeitsnachweisen auf.

Den aktuellen PSI Branchenbarometer finden Sie am Ende dieser Ausgabe.



Nicht nur die Liebe geht durch den Magen. Das tun auch Werbemittel, die schmecken. Sind sie zudem auch noch appetitanregend verpackt, werben sie multisensorisch und damit noch einprägsamer. Dazu passend gibt es natürlich noch jede Menge werbewirksamer Accessoires.



#### Erfrischende Idee

Ob als Einladungsmedium oder als Give-away auf einer sommerlichen Veranstaltung – die erfrischenden Werbeideen von Jung eignen sich perfekt dafür, eine Werbebotschaft in den Köpfen der Zielgruppe zu verankern. Da wären zum Beispiel die Brausebärchen und Brausestäbchen zu nennen, verpackt in einem innovativen Werbe-Becher, dem klassischen Eisbecher nachempfunden. Gefüllt ist der kleine Naschvorrat mit 40 Gramm Brause, wahlweise in Bärchen- oder Stäbchenform. Lieferbar ist der Becher auf Wunsch mit komplett umliegender Werbebanderole oder direkt bedruckt, jeweils im 4c-Druck.



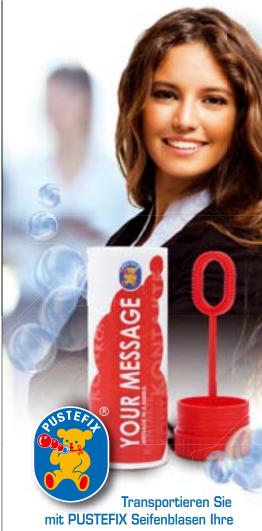
#### Grillgenuss aus der Tüte

Die neue Grillsaison hat eigentlich schon begonnen, da sollte der hochwertige Walnusssenf mit den leckeren Grillkräutern von Multiflower längst geordert sein. Verstaut sind die Zutaten in einer Tüte aus Naturpapier, darin enthalten sind 50 Gramm Grill-Kräuter, 200 Milliliter Walnuss-Senf und ein Marinier-Pinsel, mit dem sich die leckere Marinade gut auftragen lässt. Ein Werbeeindruck oder eine individuelle Gestaltung ist ab 250 Stück möglich.



#### SCHENKEN SIE EIN LÄCHELN.

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



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



#### Süße Köstlichkeiten

Wer liebt sie nicht, die köstlichen Schokoladenprodukte aus dem Hause Lindt. Magna sweets veredelt die Köstlichkeiten formschön und macht daraus hochwertige süße Werbeideen. Zum Beispiel werden die Mini Pralinen durch einen Pop-Up-Schuber in zwei verschiedenen Versionen zum absoluten Highlight. Zur Auswahl stehen die Motive "Luftballons" oder "Sprechblase". Magna bietet die exklusiven Lindorkugeln in verschiedenen Verpackungen an. Jeweils zwei Lindorkugeln in Vollmilch (rot) oder Feinherb (blau) werden im individuellen Werbeballotin verpackt oder können auch einzeln verpackt in einer Klemmkartonage in Herz- oder Quadratform angeboten werden.







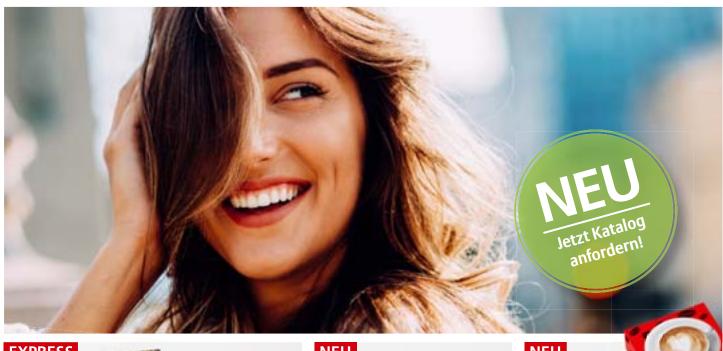
#### Saubere Sache

Wenn Messer beim Essen für mehrere Lebensmittel gleichzeitig verwendet werden, ist zum Beispiel schon bald die Butter mit Wurstresten verunreinigt oder umgekehrt. Natürlich kann man das Messer ablecken. Das ist aber nicht nur unappetitlich, sondern auch noch höchst unhygienisch. Die Lösung ist der patentierte Messercleaner Swysy von Assca. Mit einer Handbewegung wird das Messer gründlich von beiden Seiten gereinigt. Die weichen Silikonpads sind dabei besonders schonend zur Messeroberfläche und lassen sich bequem in der Spülmaschine reinigen. Es stehen verschiedene Branding- und Verpackungsoptionen zur Auswahl, die Farben können individuell nach Pantone bestimmt werden.





# **CDLUX**









# Süße Werbemittel in Premium-Qualität!

www.cd-lux.de











#### Bärenstarke Ansprache

Egal ob die Standard-Gummibärchen mit 20 oder die vegane Variante mit 24 Prozent Fruchtsaftanteil – bei myfitmix ist für jeden Geschmack etwas dabei. Beide Sorten gibt es in der Mini-, Midi- oder Maxi-Tüte zu 10, 15 oder 30 Gramm, sowie in weiteren tollen Sonderverpackungen. Die Lieferung erfolgt ab einer Mindestmenge von 1.000 Stück im 4c-Digitaldruck innerhalb von drei bis vier Wochen, auf besonderen Wunsch lässt sich der Vorgang auch beschleunigen.



#### 100 Prozent Geschmack

Geschmack, aber gesund! Wörter wie Bio und vegan haben längst Einzug in den Werbemittelmarkt gehalten, was auch die Schärfer Werben GmbH erkannt hat. Der neue 100-Prozent-Geschmack-Katalog bietet Angebote von herzhaft bis süß, von der Kleinigkeit bis hin zum großen Präsentkorb, von heimischen bis mediterranen Köstlichkeiten. Der Genuss fängt hier schon beim Blättern an. Erhältlich ist der Katalog in einer neutralen Print- sowie einer Onlineversion.



#### Das schmeckt Grillfans

www.die-marketingvertretung.de https://www.psiproductfinder.de/mzrmyj

Das Standard-Sortiment der Weber Food Gewürzmischungen ist um einen Artikel reicher und ab sofort auch über die Markenvertretung Living Bytes erhältlich. Die Nachfüllgläser lassen sich ganz einfach austauschen und sind in zehn verschiedenen Geschmacksrichtungen erhältlich. Unter anderem erwarten Grillfans die Noten BeerCanChicken, Fish, Burger, Karibik, Steak oder Salz und Pfeffer. In Kombination mit einer der beiden Gourmet-Cremes lässt sich sogar ein individuelles Paket schnüren, welches mit einem Logo versehen werden kann. Wie wäre es zum Beispiel mit der BBQ Gourmet Creme und dem Universal Barbecue Gewürz? Einfach mal ausprobieren. Am besten mit Gaumenfreuden frisch von einem Weber-Grill.

# SUBBUNG NEU Beauty-Fruchtgummi mit Kollagen, 10 g

Mit Superfrucht Granatapfel & Açai



www.suesse-werbung.de

Service-Hotline: 0049 76 43 / 801-555



#### 3-Gang-Menü im neuen Kleid

Schon seit Jahren zählen sie zu den Kundenlieblingen im Präsentbereich, nun hat die Hamburger Manufaktur "1001 Gewürze" ihre 3-Gang-Menüs in ein neues Design gesteckt. In einer schönen Schachtel mit Klarsichtdeckel präsentieren sich die drei hochwertigen Gewürzmischungen in kleinen Weißblechdosen, denen ein Rezeptbogen für Vorspeise, Hauptgang und Dessert beiliegt. Der Kunde kann zwischen verschiedenen Geschmacksrichtungen wie mediterran, orientalisch oder vegetarisch wählen. Der Clou: die Etiketten lassen sich in der Manufaktur bedrucken. So sind individualisierte Sets schon in kleiner Auflage möglich.



#### Süß und herzig

Für Freunde von Lebkuchenherzen hält die Zuckersucht GmbH ein Sortiment der Firma Dostler bereit, traditionell hergestellt aus feinsten Zutaten, farbig mit Zuckerguss umrandet und von Hand verziert. Zusätzlich lässt sich jedes Herz noch mit einem Logo aus Marzipan, Papieraufleger oder per Siebdruck individualisieren. Auch die Verzierungen werden dem Kundenwunsch entsprechend ausgeführt, und dies Lieferzeiten von nur etwa zwei Wochen, so das Unternehmen. Das Wunschherz kann aus einem Angebot von zwölf verschiedenen Größen ausgewählt werden. Alle Herzen sind GQB zertifiziert und werden klimaneutral produziert.

#### Handgefertigte Kuchenbotschaft

Der "Lieblingskuchen im Glas" von Kathi wird in der hauseigenen Manufaktur mit sorgfältig ausgewählten Zutaten von erfahrenen Konditoren gebacken. In zwei verschiedenen Glasgrößen erhältlich und mit einer riesigen Sortenvielfalt ist garantiert für jeden Geschmack und Anlass etwas dabei. Das "Kuchen-ABO" bietet die Möglichkeit regelmäßig frisch gebackenen Kuchen in Teilmengen abrufen zu können. Individuell gestaltbare Etiketten und Banderolen transportieren wirksam die gewünschte Werbebotschaft und machen den Kuchen im Glas zur Leckerei mit Erinnerungswert.

PSI 49628 • Kathi Rainer Thiele GmbH Tel +49 345 5700867 info@kathi.de • www.kathi.de https://www.psiproductfinder.de/mti1mt

#### Süße Appetizer

Seit 35 Jahren bietet das mittelständische Familienunternehmen i.p.a. sweets süße Eigenmarken im Apothekenbereich an. Mit Leidenschaft, Zuverlässigkeit und Flexibilität finden die Norddeutschen kreative wie köstliche Lösungen für individuelle Werbeaktionen.

Diverse Verpackungsvarianten und Individualisierungsoptionen runden das Leistungsspektrum appetitlich ab. Die neue designstarke ovale Kunststoff-Box Easy Box beispielsweise ist gefüllt mit erfrischenden Mini-Mint-Dragees. Die Box wird mit einem vierfarbigen, ovalen Etikett im Digitaldruck veredelt. Wer es fruchtig mag, greift zur Easy Box Fruit.



info@ipasweets.de • www.ipasweets.de https://www.psiproductfinder.de/owzhnt



## Profi für kulinarische Präsente Private Labels







- · Weine, Sekte & Prosecco
- · Jubiläums-Geschenke für jede Branche
- Sonderabfüllungen



info@gutsweine.de +49 (0)821 464192





#### Positive Emotionen liefern

Die Werbemittel-Experten von CD-LUX sind überzeugt, dass in der heutigen rasanten Entwicklung von Online-Shopping, Service-Informationen in Echtzeit oder Rund-um-die-Uhr-Support via Social Media gewisse Werte Bestand haben werden: Zwischenmenschlichkeit und positive Emotionen. Diese Motivation steckt im neuen CD-LUX Sortiment "Werbung mit Genuss". Einzigartige und innovative Werbeideen rund um die Themen individuell bedruckbare Premium-Schokolade, Full-Service-Mailings, Marken-Fruchtgummi, "Gesund und Fit" oder "Sommer-Promotion" finden Kunden im neuen Katalog, der ab sofort angefordert werden kann.



#### Der Weg zum Küchenchef

Ein perfekt zubereitetes Essen gelingt mit dem richtigen Hilfsmittel auch Hobbyköchen. Egal ob saftiges Steak oder leckererer Babybrei, das WS 1010 technoline Küchenthermometer misst die exakte Temperatur von Speisen und Getränken. Einfach den Messfühler in die Speise einstechen oder eintauchen, schon zeigt das LCD-Display an, ob die optimale Temperatur erreicht ist. Nach dem Benutzen muss die Sonde nur mit einem Tuch gereinigt werden und kann an der praktischen Öse wieder aufbewahrt werden.



#### Backen leicht gemacht

Mit dem Backförmchen-Set Cupcake von Inspirion gelingen Muffins und Törtchen fast ganz von alleine. Die fertigen Backwaren lassen sich dank flexiblem Silikon leicht aus der Form drücken, auf ein extra Einfetten kann durch die Antihaftbeschichtung verzichtet werden. Die Formen sind wiederverwendbar und daher die perfekte Alternative zu Einweg-Backförmchen. Das hitzebeständige Set beinhaltet vier Formen in den Farben Blau, Grün, Weiß und Magenta.

#### Sonnige Botschaften







**WIR FÜLLEN** FÜR DICH AB: **KLASSIK** & CRAFT

Pils Helles **Dunkles** Weizen Pale Ale India Pale Ale Porter



KONTAKT Malte Tack TEL. +49 2652 520 390 MAIL m.tack@vulkan-brauerei.de



WWW.VULKAN-BRAUEREI.DE



PSI 45860 • Gutsweine Zimmer mann can & Co. KG • Tel +49 821 464192 info@gutsweine.de • www.gutsweine.de https://www.psiproductfinder.de/ownmmw

#### Gaumenfreude im kleinen Fass

Von Gutsweine Zimmermann kommen diese handgefertigten Essig- und Ölfässchen in aufwändiger Verpackung. Sie sind gefüllt mit hochwertigem italienischem Olivenöl extra vergine und Balsamico di Modena IGP. Aus dem großen Angebot des Unternehmens können zudem auch andere Inhalte, wie Whisky oder Gin gewählt werden. Sowohl die Fässchen als auch die Verpackung sind nach Wunsch personalisierbar. Außerdem bietet Gutsweine Zimmermann eine vielfältige Auswahl an nationalen und internationalen kulinarischen Präsenten – z.B. auch für Firmen-Jubiläen – an.





PSI 49502 • Hilarius Design
Tel +31 624 673620
info@hilariusdesign.com
www.hilariusdesign.com
https://www.psiproductfinder.de/n2fhmw

#### So transportiert man Werbung

Aus umweltfreundlichem Faltkarton produziert Hilarius Design jedes beliebige Fahrzeugmodell mit dem entsprechenden Aufdruck nach Kundenwunsch. Lieferwagen, Lkw, Bus oder Firmenwagen in den unterschiedlichsten Ausführungen sind möglich und werden vom Anbieter dann gleich auch passend nach Anforderungen des Kunden befüllt. Dabei spielt es keine Rolle, ob als Inhalt Schokolade, andere Süßwaren, Pfefferminz oder eine gute Flasche Wein gewünscht werden.

#### Biologisch, veggie, lecker

Gesunde und auch zunehmend vegetarische oder gar vegane Lebensmittel aus biologischem Anbau gewinnen mehr und mehr an Bedeutung auch im Werbemittelgeschäft. Kalfany Süße Werbung bietet daher ab sofort ein ausgedehntes Sortiment bio-zertifizierter Leckerbissen an. So können sich vegane Fruchtgummi-Liebhaber für die Veganen Bio-Bärchen im kompostierbaren Werbetütchen entscheiden. Knabber-Fans greifen vielleicht lieber zum vegetarischen 15 g Bio Chia-Riegel Kern+Korn oder zum BIO COOKIE mit Apfelzimt-Geschmack und Chia-Samen aus dem Hause Lambertz.



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

-Anzeige-



# FUSE fruit fusion bottle

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





#### Individuell Anstoßen

Nur noch wenige Wochen bis zum Anstoß der Fußball-WM 2018. Einen besseren Anlass, sich mit einem ganz persönlichen WM-Bier einzudecken, gibt es wohl kaum. Vom aromatischen Bier der Braufabrik werden nicht nur Mitarbeiter, sondern auch Kunden und Geschäftsfreunde begeistert sein. Neben der Auswahl des Biergeschmacks kann sowohl das Vorder-, Rücken- und Halsetikett personalisiert werden. Zahlreiche Verpackungsoptionen wie individualisierbare Sixpacks runden das Produktportfolio ab. Ein einzigartiges Produkt – und das bereits ab Kleinmengen von nur 15 Flaschen.



#### Passt perfekt zusammen

Fast schon ein bisschen Retro, aber voll im Trend. Das ist die Vorratsdose "Match" aus dem Sortiment von elasto. Ob für Schul- und Kindergartenkinder als Pausenbox, für Angestellte, die ihr Mittagessen sicher ins Büro bringen wollen oder für Sportler, die ihre Brotzeit unterwegs genießen wollen: Die geräumige Brotzeitdose besteht aus zwei eckigen Einzelschalen aus lebensmittelechtem Kunststoff, die sich perfekt ineinanderstecken lassen. Verstärkt wird der Zusammenhalt mithilfe des elastischen Bandes aus 65 Prozent Polyester und 35 Prozent Latex. Die Box ist BPA-frei und spülmaschinengeeignet.



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

#### Slim and micro

Praktisch, wiederverschließbar und optimal als geschmackvolles und erfrischendes Sommer-Give-away geeignet ist die Slim Box Mini von Jung, die mit Micro-Bonbons befüllt wird. Die wahrscheinlich kleinsten Bonbons der Welt werden in der eigenen Bonbonfabrik in Vaihingen/Enz produziert und überzeugen durch Qualität und Geschmack. Erhältlich ist die Box in verschiedenen erfrischenden und starken Geschmacksrichtungen wie Fruchtmix, Japanische Minze oder Lakritz. Die werbliche Individualisierung erfolgt über die äußeren Werbeflächen der Box.



#### Geschmackvoll unterwegs

Die Lunchbag Solution von Halfar sorgt für den sicheren Transport von allem, was heute als to-go-Version angeboten wird oder von zuhause mitgenommen werden kann. Wie der Name schon sagt: In die Lunchbag passt gut und gerne ein komplettes Mittagessen, etwa ein paar leckere Sandwiches, ein Apfel, ein Joghurt und ein kleines Getränk. Dank dicker Polsterung und lebensmittelechter Materialien hält sie alles schön kühl und frisch. Der umlaufende Zweiwege-Reißverschluss macht sie gleichzeitig zur kleinen Snackbar: Einfach Deckel ausklappen und guten Appetit. Besteck und Servietten finden auch außen im Einsteckfach Platz. Die smarte Tasche ist in den Farben Schwarz, Marine, Rot, Weiß oder Maigrün zu haben.













WWW.ROEMERFAMILIE.DE



#### Kaffee to-go mal ganz anders

Mit MyCoffeebag stellt das Unternehmen mycoffeebag Alexander Streck "den weltweit ersten Streuartikel, der das liebste Getränk der Deutschen in sich trägt", vor – und damit einen Streuartikel, der die Art der Kaffee-Zeremonie ganz neu interpretiert. MyCoffeebag ist ein zu 100 Prozent kompostierbarer Kaffeefilter für die Tasse, befüllt mit hochqualitativen Kaffeebohnen aus den besten Kaffeeanbaugebieten der Welt. Damit fällt nicht nur die Art der Zubereitung aus dem klassischen Raster des Kaffeegenusses, sondern auch das individualisierbare Design, das bestens für hochwertige Werbeanbringungen geeignet ist. Neben acht verschiedenen Kaffeesorten, bietet die Vorderseite der Coffeebags eine 4-farbig vollständig frei gestaltbare Werbefläche von 74 x 74 Millimetern.

#### Frühstück to go

Es gibt Menschen, die haben morgens wenig Zeit zum Frühstücken, wollen aber trotzdem auf ihre Gesundheit achten. Genau an diese Zielgruppe denkt die Firma InterPro mit dem Yoghurtbecher to go, der ein separates Müslifach enthält. Auch der Löffel fehlt natürlich nicht. Die Füllmenge des Bechers beträgt 0,35 Liter. Er kann in den Farben Rot, Schwarz, Weiß und Royalblau geliefert werden. Logos oder Werbebotschaften lassen sich per Tampondruck anbringen.



info@interprobrands.de www.interprobrands.de https://www.psiproductfinder.de/nmfmyz

#### WHITEBOARD-TAFELN in verschiedenen Ausführungen

#### adamo design®gmbh

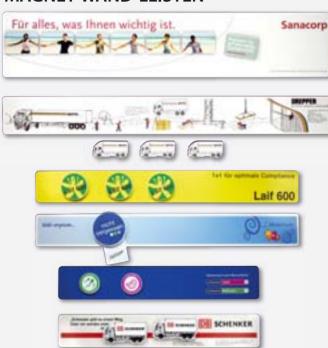




beschreibbar und trocken abwischbar

# Made in Germany

#### **MAGNET-WAND-LEISTEN**





In unserem Programm finden Sie ein breites Sortiment an Magneten in Standardgrößen und vielen Sonderformen, ebenso speziell nach Kundenwunsch gefertigte Magnete sind möglich. Aus einer Vielfalt an Magnettafeln und Magneten kann so im Baukastensystem ein individueller Promotionartikel zusammengestellt werden. Wir beraten Sie gern!

#### adamo design®gmbh

Konzeption und Herstellung von Kunststoff- und Metallwaren Bundesstr. 13c · D-32694 Dörentrup · Tel. +49 (0) 5265/7474 www.adamo-design.de · info@adamo-design.de



Die Auszeichnung als bester Industriepartner geht bei Wera "unter die Haut".

#### Gold bei der Wahl zum Partner des PVH 2017

Wera ist vom Produktionsverbindungshandel (PVH) zum besten "Partner des PVH 2017" gewählt worden. Im Bereich Handwerkzeuge belegte der Wuppertaler Schraubwerkzeughersteller damit erneut den ersten Platz. Grundlage für die begehrte Auszeichnung bildet eine vom Arbeitskreis Werkzeuge (AKW) im Zentralverband Hartwarenhandel (ZHH) durchgeführte

Wera Werkzeuge GmbH bundesweite Umfrage, mit der der Fachhandel seine Industriepartner in fünf verschiedenen Kategorien bewertet. Insbesondere bei Produktinnovation und

Abverkaufsunterstützung konnte sich Wera mit deutlichem Abstand vor den Wettbewerbern qualifizieren, so dass über alle Kategorien hinweg der Spitzenplatz erreicht wurde. "Diese Wahl sorgte bei allen 'Tool Rebels' im Hause Wera für echte Gänsehaut", sagt Marketingleiter Detlef Seyfarth. "Das Ergebnis macht uns stolz und bestätigt erneut unseren Kurs als Vorreiter für Innovation, Qualität und Kundenorientierung. Wir haben Freude daran, Schraubwerkzeuge immer wieder neu zu erfinden und Problemlösungen zu entwickeln, die den Anwendern die Arbeit erleichtern. Diesem selbstgesetzten Anspruch wollen wir auch künftig gerecht werden." www.wera.de

#### **Personalien**

#### Zweiter Geschäftsführer

Anfang März wurde Jonathan Stahl zum zweiten Geschäftsführer der GF Werbemittel GmbH eingesetzt. Er war im Unternehmen bereits seit Dezember 2014 für den Bereich E-Commerce und den Onlineshop des Unternehmens zuständig. Künftig wird Stahl die Bereiche E-Commerce, EDV, Marketing und

Arbeitsorganisation hauptverantwortlich führen. Kontakt unter:

www.gf-werbeartikel.de



#### Verstärkung im Team

Seit dem 1. Februar 2018 verstärkt Anja Zurawski das Team der MYRIX GmbH, dem Spezialisten für hochwertige individualisierbare Notizbücher und Papier-Werbeartikel. Mit über 15 Jahren Berufserfahrung in Kundenservice und Vertrieb ist Anja Zurawski

Ansprechpartnerin im Innendienst für Werbemittelhändler, national wie auch international, und unterstützt diese aktiv in der Umsetzung von Kundenprojekten. Mehr Informationen: www.myrix.de

#### <mark>Jonathan Stahl bei der</mark> Vertragsunterzeichnung.

#### Spenden übergeben – neuer Run angekündigt



Allseits Freude bei der Übergabe der Spenden.

Im vergangenen Jahr fand der 2. Schneider-Run im Rahmen der Eröffnung des neuen Schneider Logistikzentrums an der Weierhalde in Tennenbronn statt – auch dieses Jahr eine rundum gelungene Veranstaltung, die wie auch schon im Vorjahr eine beachtliche Spendensumme einbrachte. Die Spendenübergabe erfolgte in Heiligenbronn, wo der symbolische Scheck in Höhe von 4000 Euro in Kooperation mit der Stiftung "Sport tut GUTes" an die Stiftung St. Franziskus Heiligenbronn und den Schülerhort "Doppelpunkt" der Peter-Meyer-

Schneider-Run

Schule übergeben wurde. Das Geld soll unter anderem in den Bau einer neuen, behindertengerechten Schulsporthalle flie-

ßen. Während der Übergabe kündigten die Schneider-Vertreter Florian Hermann und Beatrix Dresel einen weiteren Schneider-Run für dieses Jahr an, bei dem die Startgebühren erneut an wohltätige Zwecke gespendet werden sollen. Der Termin für den 3. Lauf steht bereits fest: Am Samstag, dem 21. Juli 2018, wird der Startschuss in Tennenbronn im Rahmen des Sportwochenendes des örtlichen Fußballvereins fallen. Anmeldungen werden ab März unter

www.schneider-run.de entgegengenommen. www.schneiderpen.com

Edwin Bouman (rechts) übergibt die Zügel an Joop van Veelen.

#### Joop van Veelen neuer Vorsitzender

Auf der jüngsten Hauptversammlung des niederländischen Verbandes Platform Promotional Products (PPP) wurde Joop van Veelen von ProComm Partners zum neuen Vorsitzenden gewählt. Er folgt Edwin Bouman nach, der nach dreijähriger Amtszeit aus diesem Amt ausscheidet. Van Veelen war zuvor innerhalb des PPP-Aufsichtsrats aktiv und vertritt den Fachverband im europäischen Kontext. Er übernimmt diese Aufgabe für ein Jahr und wird in dieser Zeit einen neuen Vorsitzenden suchen, der für einen längeren Zeitraum im Amt bleiben



soll. Außer Van Veelen wurden die beiden neuen Mitglieder Lex van den Bosch von The Cow Company und Jan Hazejager von Alpha Holland für den PPP-Aufsichtsrat ernannt. Sie treten an die Stelle von Joshua Lopez und Niels Peters, die beide mehrere Jahre dort aktiv waren. Der Verband hat rund 250 Mitglieder, die alle den PPP-Verhaltenskodex unterzeichnet haben. Die PPP-Mitgliedschaft dient den Unternehmenskunden und Endverbrauchern als ein Qualitätssiegel. PPP-Mitglieder umfassen Importeure, Großhändler, Produzenten und Zwischenhändler. Weitere Informationen unter: www.ppp-online.nl

#### **Personalien**

Michael Koch

#### Weitere Vertriebspower

Anfang März 2018 hat Michael Koch für den irischen Werbeartikelproduzenten mit Schwerpunkt auf hochwertigen Metallkugelschreibern, Goldstar Europe, den Vertrieb in Deutschland für die Postleitzahlenbereiche 7,8 und 9 sowie für Österreich und die Schweiz übernommen. Michael Koch ist seit vielen Jahren im Bereich Schreibgeräte tätig und verfügt über ausgezeichnete Produkt- und Branchenkenntnisse. Schon seit Jahresbeginn verstärkt Ralf Stefansky das deutsche Vertriebsteam. Auch er arbeitet seit vielen Jahren erfolgreich in der Werbeartikelbranche und verfügt neben profunden Produkt-und Marktkenntnissen, auch über umfassende Vertriebserfahrungen im Hersteller-, -Händler- und Industriebereich. Colin Loughran, Geschäftsführer von Goldstar Europe, möchte mit dieser Teamerweiterung die Konsolidierung der Marke "Goldstar"

und die enge Zusammenarbeit mit dem Werbemittelgroßhandel forcieren. Kontakt: Michael Koch, Tel. +49 151 58561243; michael.koch@goldstar-europe.com – Ralf Stefansky Tel. +49 176 44498075; ralf.stefansky@goldstar-europe.com. www.goldstar-europe.com



#### 17-fach mit Gold ausgezeichnet

Der Fleischerverband Nordrhein-Westfalen vergab auf seiner jüngsten Prämierung 17 Gold-Auszeichnungen an die Mönchengladbacher Premiumfleisch-

Manufaktur Gourmetfleisch.de. "Hervorragende handwerkliche Leistungen und kreative Ideen" attestierte der Fleischerverband dem Online-Fleischversand Gourmetfleisch.de, der sich in der Ausschreibung "Meisterstücke" und den Kategorien "Geschmack, einwandfreie Herstellung und Kreativität" gleich siebzehnmal auf dem Siegertreppchen platzierte. Stellvertretend für das komplette Gourmetfleisch.de-Team haben die beiden frisch zertifizierten Fleischsommeliers des Unternehmens, Timo Schwarz und Yannick Meurer, die Gold-Auszeichnungen von Landesinnungsmeister Adalbert Wolf entgegengenommen. "Höchste Qualitätsstandards sowie innovative und kreative Unternehmenskultur zahlen sich aus", so Timo Schwarz. "Diese erneute Auszeichnung im zehnten Jubiläumsjahr von Gourmetfleisch.de gibt uns einen zusätzlichen Motivationsschub und ist eine besondere Wertschätzung für unsere hochwertigen Produkte, aber auch für unser handwerkliches Knowhow", konstatiert Gourmetfleisch-Geschäftsführer Burkhard Schulte.





Bei der Auszeichnung (v.l.): Landesinnungsmeister Adalbert Wolf, Fleischsommelier Timo Schwarz und Fleischsommelier Vannick Meurer

#### Contemporary nach SA 8000 zertifiziert

Contemporary Leather Private Ltd., Tochtergesellschaft des britischen Unternehmens The Leather Business, wurde nach der Norm SA 8000 zertifiziert. Diese Norm zur Social Accountability gilt weithin als die strengste und befasst sich mit allen sozialen und arbeitstechnischen Aspekten. Parallel dazu hat Contemporary erfolgreich die SEDEX-Säule 4 erreicht, der die Umwelt- und Geschäftsethik zugrunde liegt. John Thorp, Chairman von The Lethter Business: "Wir freuen uns sehr für unseren indischen Geschäftsführer Sriram R. und sein Team, die sechs Monate lang unermüdlich an unserem Erfolg gearbeitet haben. Wir haben beschlossen, außer SEDEX auch noch die Herausforderungen der SA 8000-Zertifizierung anzugehen, was uns in Zukunft zu einem besseren Unternehmen machen wird. Die einzige Möglichkeit, die Ausbeutung von Arbeitskräften und schlechte Arbeitsbedingungen zu unterbinden, besteht darin, zukünftig nur noch mit zertifizierten Unter-



nehmen zusammenzuarbeiten. Wir müssen jedoch akzeptieren, dass die Zertifizierung ihren Preis hat, nicht nur bezüglich der eigentlichen Norm sondern auch im Hinblick auf die Maßnahmen, die wir einführen müssen, um dem geforderten Standard zu entsprechen."

www.leather-busines.co.uk

Das Foto zeigt (v.l.): Sriram R. (Geschäftsführer Contemporary), John Thorp (Vorsitzender Contemporary), Umakanthan Rajagopalan (Regionaler Vertriebsleiter, BSI), Jayaraman (Personalleiter Contemporary), Padmanabhan Subbaraman (Kundenmanager, BSI).

#### Vier Produktpreise errungen

Der britische Keramikhersteller Listawood erhält Merchandise World-Awards für vier innovative neue Produkte. Listawoods patentierter ColourFusion-Fotobecher wurde in seiner Kategorie mit der Platin-Medaille für das "Innovativste Produkt des Jahres" ausgezeichnet. ColourFusion ist ein Print-System, das dem Kunden laut Listawood mehr bedruckbare Fläche auf einem Becher bietet als jemals zuvor. Die Technik eignet sich vor allem für gebogene Flächen, so dass der Becher vom Rand bis zum Boden, inkl. Henkel, mit einem Foto bedruckt werden kann. Der Halo-Becher mit

seinem an Pantone®-Farben angepassten Rand (für alle Bechertypen des Anbieters möglich), erhielt den Preis für das beste Desk-Produkt, wäh-

derselben Kategorie mit der Silbermedaille ausgezeichnet wurde. Den Best Design Award erhielt Listawoods neuestes Produkt, der ColourFill-Emaillebecher, bei dem das Design in den Becherkörper geätzt wird. "Wir freuen uns sehr, dass diese neuen Produkte so gut ankommen und mit den Merchandise World-Awards ausgezeichnet wurden", kommentiert Listawod-CEO Alex Turner und ergänzt: "Es ist Teil unseres laufenden Programms, mit den branchenweit beliebtesten Produktserien innovative neue Produkte und Branding-Techniken auf den Markt zu

bringen." www.listawood.com





#### Gespräche im NRW-Finanzministerium

Der Gesamtverband Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) treibt den Dialog mit der Politik voran. Anfang März empfingen NRW-Finanzminister Lutz Lienenkämper und dessen Ministerialdirigent Dr. Steffen Neumann auf Vermittlung und unter Mitwirkung von Daniel Meffert, S&P Werbeartikel, den GWW-Vorsitzenden Frank Dangmann und GWW-Geschäftsführer Ralf Samuel zu einem mehr als einstündigen Gespräch. Unterstützt von Dr. Janine v. Wolfersdorff, Steuerberaterin und Geschäftsführerin des Berliner Instituts für Finanzen und Steuern, lenkten Dangmann, Meffert und Samuel die Aufmerksamkeit der Politiker auf die aus den Einkommenssteuergesetzen resultierenden Probleme sowohl für die Branche als auch insbesondere die Werbung treibenden Unternehmen des mittelständischen Sektors. Die Vertreter des Gesamtverbandes bemängelten die Diskriminierung gegenüber anderen Werbeformen und betonten die Verunsicherung, die auf Seiten der Anwender bis hin zu deren Steuerberatern vorherrsche. "Im intensiv geführten Gespräch konnten die Steuerexperten Dr. von Wol-



Freuten sich über aufschlussreiche Gespräche (v.l.): Daniel Meffert, Lutz Lienenkämper, Dr. Janine v. Wolfersdorff und Frank Dangmann.

fersdorff und Dr. Neumann bereits erste Lösungsansätze erörtern, die auch zu einem erheblichen Bürokratieabbau beitragen würden", heißt es seitens des GWW. Und weiter: "Schon in Kürze sollen in größerer Expertenrunde weitere Reformvorschläge ausführlich erörtert werden." **www.gww.de** 

#### Mitglieder-Dialog soll intensiviert werden

Um den Meinungsaustausch untereinander zu fördern und somit die Zusammenarbeit der Berater und Lieferanten zu stärken, versammelten sich auf Einladung des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) am 12. März mehrere Berater und Lieferanten beim Werbetaschenspezialisten Halfar in Bielefeld. Wie der GWW berichtet, soll der Dialog unter seinen Mitgliedern, aber auch darüber hinaus, intensiviert werden. Deshalb wird der Gesamtverband unter Leitung von Ralf Hesse ab sofort in unregelmäßigen Abständen zu regionalen Round-Table-Gesprächen einladen. "Die Gesprächsrunden

sollen dazu dienen, Geschäftspartnern weiterreichende Einblicke in die eigene Tagesarbeit und die damit verbundenen Problemstellungen zu gewähren, um dort, wo möglich, gemeinsam Lösungen zu entwickeln und zusammen die Vertriebsschiene im Wettbewerb um den gemeinsamen Endkunden zu stärken", heißt es. beim GWW. Die Teilnehmer des Treffens bei Halfar diskutierten die veränderten Marktbedingungen infolge zunehmender umfassender Ausschreibungen, überzogener Forderungen auf Endkundenseite, den Margenverfall und vieles mehr. Thematisiert

wurden auch die Herausforderungen durch von außen auf den Markt drängende Unternehmen wie Flyeralarm oder Amazon. "Der offene und ungezwungene Austausch wurde von allen Teilnehmern äußerst positiv bewertet und soll bereits in wenigen Wochen an anderer Stätte in die zweite Runde gehen", so der GWW. www.gww.de



Die Teilnehmer des Austauschs bei Halfar im Gruppenfoto.

#### Neues Belegschaftsaktienmodell

Die Geiger-Notes AG bietet ihren Mitarbeitern ab sofort die Möglichkeit Stammaktien zu erwerben. Damit können die neuen Aktionäre nicht nur die Zukunft des Unternehmens noch aktiver mitgestalten, sondern sie fügen auch ihrer privaten Altersvorsorge eine weitere Säule hinzu. Der Mittelständler setzt damit ein Zeichen, das auch seine Attraktivität als Arbeitgeber weiter verbessert. "Ich freue mich schon auf unsere nächste Hauptversammlung im Juni", so Vorstand Jürgen Geiger. Denn wo aktuell nur drei Personen Platz genommen haben, werden künftig deutlich mehr Stühle nötig sein. Denn jeder Mitarbeiter der Geiger-Notes AG, der mindestens ein Jahr an Bord ist, kann nun vollwertige Stammaktien des Unternehmens zeichnen und damit auch an der Hauptversammlung teilnehmen – und natürlich mitdiskutieren und mitentscheiden.

#### Mitarbeiter können mitentscheiden

Mit dem neuen Belegschaftsaktien-Angebot verfolgt der Hersteller von Kalendern, Haftnotizen und Business-Notizbüchern mit Hauptsitz in Mainz-Kastel gleich mehrere Ziele: Zum einen sind die Aktien durch attraktive Dividenden und Wertsteigerungen selbst bei einer konservativen Planung eine gute (und steuerlich geförderte) Stütze bei der Altersversorgung. Zum anderen aber sollen die Mitarbeiter ein noch größeres Mitspracherecht bei Entscheidungen der AG bekommen. "Unser Team ist der wichtigste Faktor für den Unternehmenserfolg. Diese Menschen haben sich mit ihrem Engagement, ihrer Motivation und ihrer Leistung unser Vertrauen und dieses ganz offizielle Mitspracherecht mehr als verdient", freut sich der Vorstand, der bei dem neuen Angebot von einer "Herzensangelegenheit" spricht.

#### Bewusst gegen Vorzugsaktien

Bei Geiger-Notes hat man sich ganz bewusst gegen Vorzugsaktien (bei denen es kein Stimmrecht gibt) oder die Ausgliederung in eine Beteiligungsgesellschaft entschieden. Theoretisch können durch die neuen Belegschaftsaktien in der ersten Stufe bis zu 24,9 Prozent des Unternehmens in Mitarbeiter-Hand gelangen. Aber vorrangiges Ziel ist, dass möglichst viele Team-Mitglieder bei dem neuen Angebot mitmachen. Los geht es dementsprechend schon mit einem Investment von unter hundert Euro.

Es könnte also tatsächlich eng werden, wenn Geiger-Notes dann im Sommer zur nächsten Hauptversammlung ruft.

#### Qualität "Made in Germany"

Die Geiger-Notes AG ist ein unabhängiger mittelständischer Hersteller von Business-Werbemitteln aus Papier. Mehr als 200 Mitarbeiter an den vier Standorten Mainz-Kastel, Schwäbisch Hall, Bielefeld und Quickborn haben es sich zur Aufgabe gemacht, ihren Kunden Kalender, Haftnotizen und Notizbücher in der Qualität "Made in Germany" zu liefern. www.geiger-notes.ag

Geiger-Notes 26

Silke Bruch aus der Kundenbetreuung in Mainz-Kastel zeichnete als erste ihre Anteile. Belohnt für ihren schnellen Entschluss wurde die erste Belegschaftsaktionärin mit Glückwünschen der Vorstandsmitglieder Marianne Marlow und Jürgen Geiger sowie einem großen Blumenstrauß.





# Die Verleihung der PSI Sustainability Awards 2018

Die PSI Sustainability Awards 2018 werden am 7. September 2018 im feierlichen Ambiente des Kurhauses Wiesbaden verliehen.

Nach der Verleihung findet ein gemeinsames Dinner statt.







Nur noch wenige Wochen und die GWW-Newsweek startet ihre neue Runde durch die Republik. Diesmal unter dem Motto "Promotional ARTists" stehend macht die "mobile Hausmesse" außer in acht deutschen Städten nun erstmals auch in der Schweiz Station.

GWW-Newsweek 2018: Promotional ARTists

# Kunstsinnige Werbeartikelschau

erbeartikel möglichst kunstvoll in Szene zu setzen, darum geht es bei der vom Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) organisierten Newsweek 2018. Vom 4. bis 20. Juni ist man dementspre-

chend unter dem Motto "Promotional ARTists" unterwegs, um Werbeartikelhändlern und -beratern und deren Kunden die neuesten kreativen Werbeideen und Produkttrends nahezubringen. Rund 90 "Meister ihres Fachs" sind als Aussteller mit dabei und geben ausführlich Auskunft darüber, wie die dargebotenen Objekte ihre volle Wirkung bei den Empfängern entfalten können. Acht attraktive "Großraumgalerien" in München, Nürnberg, Stuttgart und Frankfurt sowie Berlin, Hamburg, Bielefeld und Köln und erstmals ein Standort in der Schweiz stehen auf dem Tour-

> plan und laden zur Begutachtung der Exponate ein. Wie es sich für eine Ausstellung gehört, wird an allen neun Standorten auch für das leibliche Wohl umfassend Sorge getragen.





Gemeinsam mit dem schweizerischen Verband Promoswiss "entführt" der GWW die Newsweek am 20. Juni in die Umweltarena Spreitenbach: Im Anschluss an das traditionelle PSF-Forum wird die Roadshow eigens fürs Schweizer Fachpublikum und dessen Kunden eröffnet. "Das internationale Ansehen, das die Newsweek genießt, ist ein Indiz für den hohen Mehrwert und die Professionalität der Veranstaltung", so die Einschätzung des GWW. Wie üblich haben Industriekunden bei der Newsweek nur über die Einladung eines ausgewiesenen Beraters Besuchsrecht.

#### **Durchdachtes Konzept**

2017 konnte die GWW-Newsweek einen weiteren Besucherrekord verzeichnen: 4.214 Marketingentscheider machten sich auf den Weg zu den Veranstaltungsorten - eine Steigerung von rund fünf Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die große Beliebtheit, der sich die Newsweek sowohl bei Ausstellern, Beratern als auch deren Kunden aus der Industrie erfreut, fußt auf einem durchdachten Konzept. Binnen kurzer Zeit können sich die Besucher in entspannter Atmosphäre über Neuheiten und Trends aus erster Hand informieren. Die einladenden Berater wiederum können ihren Kunden zahlreiche Anregungen und Impulse geben und so zusätzliche Umsätze generieren.

#### Termine und Standorte

04. Juni 2018 – München – Eisbach Filmstudios

06. Juni 2018 – Stuttgart – Porsche-Arena

07. Juni 2018 – Frankfurt – Fraport-Arena

11. Juni 2018 – Berlin – Bolle Festsäle

12. Juni 2018 – Hamburg – Kuppel

......

14. Juni 2018 – Köln – Rheinenergiestadion

20. Juni 2018 - Spreitenbach/Schweiz -



"Mach Dein Leben bunt" war das Motto der diesjährigen Hausmesse von K+M Werbemittel in Obertshausen. Angesichts der farbenfrohen Palette an Produkten und Werbeideen dürfte es den zahlreich erschienenen Kunden sehr leichtgefallen sein, für ihre Werbeaktionen das Passende zu finden. Wie gewohnt war es eine gelungene Produktschau auf hohem Niveau, viel Information inklusive.

#### K+M Werbemittelmesse 2018

# **Nachhaltigkeit** im Fokus



Mach Dein Leben bunt: So bunt wie die Welt der Werbeartikel waren auch die mit dem Messe-Motto gebrandeten Produktbeispiele.

erfekt organisiert und von Veranstalterwie von Ausstellerseite professionell durchgeführt war die K+M Werbemittelmesse wieder ein Event, der seinem hervorragenden Ruf alle Ehre machte. Die 63 Aussteller hatten auch in diesem Jahr die Vitrinen wieder im Vorfeld mit aktuellen Produkten bestückt und konnten so recht entspannt in den Messetag starten. Vor allem

am Vormittag herrschte reger Andrang, so dass es zwischen den Regalwänden richtig eng werden konnte. Wir beobachteten gut gefüllte Gänge und vielbeschäftigte Aussteller – obwohl sich die Grippewelle zu dieser Zeit auf ihren Höhepunkt zubewegte. Dies führte allerdings dazu, dass rund 70 der 348 Angemeldeten absagen mussten. Auch das K+M-Team war am Messetag krankheitsbedingt nicht vollzählig.



Nachhaltigkeit war auf der Messe ein großes Thema. Alle Lieferanten präsentierten auch umweltschonende Produkte.

#### Geschäftsleitung erweitert

Roland Liederbach, seit gut eineinhalb Jahren zweiter Geschäftsführer von K+M, war in diesem Jahr unser Ansprechpartner vor Ort. Liederbach, der zur Familie gehört, kümmert sich vorwiegend um administrative Prozesse und entlastet Geschäftsführer Stéphane Hennig nach Kräften. Zurzeit widmet er sich der Aufgabe, die Organisation und die Prozessabläufe des Unternehmens neu zu strukturieren und neuen Aufgabenstellungen anzupassen. Hierzu gehört unter anderem die Überarbeitung der Online-Angebote und Webshops sowie der firmeneigenen Plattform "Connect", über die der Werbeartikel-Kunde auch andere Produkte und Leistungen von K+M beziehen kann. Der

Vorteil für den Kunden liegt auf der Hand: "Wir machen dem Kunden das Leben leichter: er bekommt neben Werbeartikeln, Prämien und Präsenten zum Beispiel alles für seine Events – bis hin zu Blumen, Wein und Deko. Alles aus einer Hand, mit einer Rechnung". Dieses Angebot soll ausgebaut und perfektioniert werden.

#### **Gelebte Nachhaltigkeit**

Nachhaltigkeit liegt K+M besonders am Herzen und war deswegen auch auf der Messe ein großes Thema: Jeder Lieferant musste sich verpflichten, einen oder mehrere nachhaltige Artikel zu zeigen, die mit entsprechenden Schildern kenntlich gemacht wurden. Die Aktion zeigte, dass sich der Nachhaltigkeitsgedanke schon bei vielen Lieferanten im Sortiment niedergeschlagen hat. Einige Beispiele: Magna Sweets hat ein stetig wachsendes Segment mit naturbelassenen Produkten wie etwa Nüssen, Studentenfutter, Apfelchips oder Energieriegeln aufgebaut. Dank kreativer Verpackungen lässt es sich mit diesen hochwertigen, natürlichen Lebensmitteln ebenso wirksam werben wie mit konventionellen Süßigkeiten. Die Kooperation mit dem bekannten Markenhersteller Seeberger macht das Statement umso glaubwürdiger. Auch Uma hat mit dem recycled PET Pen ein überzeugendes Produkt zum Trendthema Nachhaltigkeit im Sortiment. Der Druckkugelschreiber aus recyceltem rPET Material ist stabil und strapazierfähig – für einen langen und nachhaltigen Werbeeffekt also wie geschaffen.

#### Klima-Verantwortung wird ernst genommen

Digitale Werbeträger für Marketing, Promotion und Verkaufsförderung sind die Leidenschaft des kreativen Bielefelder Unternehmens micx-media, das mit seiner innova-



Immer wieder schön: Besucher lassen sich Artikel vorführen – und staunen, was Werbeartikel alles können.



Roland Liederbach (l.) unterstützt Stéphane Hennig seit gut eineinhalb Jahren als zweiter Geschäftsführer.



tiven VideoCard einen echten Bestseller anbietet. Viele Geräte, die micx-media in Obertshausen präsentierte, gibt es inzwischen auch umweltfreundlich mit austauschbaren Akkus. Auch die Dom Polymer-Technik GmbH als Hersteller hochwertiger Kunststoffartikel Made in Germany bietet viele trendige Produkte aus Bio-Kunststoff an. Das rein pflanzliche Material besteht aus Abfallprodukten (Zellulose), die etwa bei der Verarbeitung von Zuckerrohr anfallen. Alle Kunststoffe sind recycelbar. Spranz, ebenfalls Aussteller bei K+M, nimmt die Klima-Verantwortung besonders ernst: "Unser Unternehmen arbeitet klimaneutral", erklärte Lorne Spranz. "Wir arbeiten mit einem seriösen Anbieter zusammen, der tragfähige Klimaschutzprojekte betreut. Wir wollen einfach ein Zeichen setzen, auch wenn uns das einiges kostet." Nicht nur über Nachhaltigkeit zu reden, sondern auch zu handeln ist auch das Anliegen von K+M-Geschäftsführer Stéphane Hennig. "Jeder Einkäufer hat es in der Hand, sich für umweltverträgliche Produkte zu entscheiden und es ist an uns, den Kunden entsprechend aufzuklären." Logisch, dass sich K+M selbst auch für Klimaschutz-Projekte einsetzt.

#### Eine Box für alle Fälle

Neben dem abwechslungsreichen Angebot der branchenbekannten Aussteller war ein Marketing-Tool der besonderen Art zu sehen: Die geschlossene Fotobox (Modul XXL) der Frankfurter Eventtool-Manufaktur tyntyn zeigte, wie vielseitig sich digitale Markenkommunikation heute präsentiert. Mit den modernen und digitalen tyntyn Fotound Videoboxen werden Branding, Storytelling, Content, Customer Journey, Sharing sowie messbare Reichweite möglich. Ihr äußeres Erscheinungsbild kann komplett an das Branding oder das zu bewerbende Ereignis angepasst werden und geht damit in der Corporate Identity des Kunden auf. Die Box war unübersehbar im Übergangsbereich zur Catering-Zone platziert und so ließen sich viele neugierige Besucher und Aussteller demonstrieren, was die Box alles kann.









# **Marketing** Festival

**ADVERTISING AND PRINTING FAIR** 

12-13<sup>th</sup> September 2018 | EXPO XXI Warsaw, POLAND

Order booth or ask for more information:

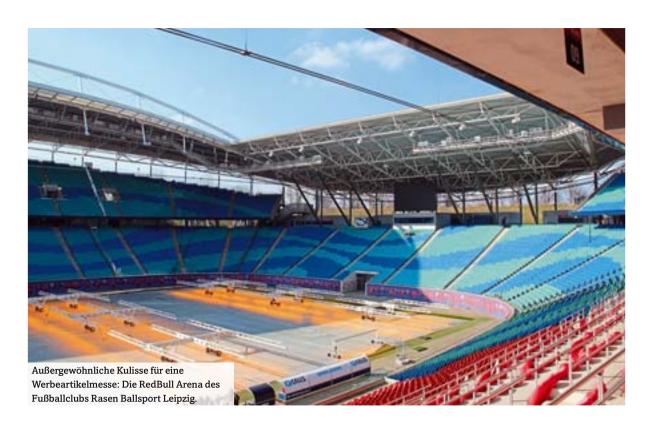
Katarzyna Lipska
redakcja@oohmagazine.pl



Unter dem Motto "Faszination ist unsere Stärke" luden die Spezialisten der Hallbauer Exklusivwerbung GmbH nach zweijähriger Pause wieder zu ihrer Promotion- und Werbeartikelmesse ein. Eindrucksvolle Kulisse der Produktpräsentation bildete diesmal die RedBull Arena Leipzig, Heimspielstätte des Fußballbundesligisten RB Leipzig.

#### Hallbauer Exklusivwerbung GmbH

# Werbepower im Stadionflair



ie Hausmessen des traditionsreichen Leipziger Werbeartikelhändlers Hallbauer – das 1980 als einziges privates Werbeartikelunternehmen der damaligen DDR aus der Taufe gehoben wurde – umfangen ihre Gäste gerne mit dem Flair außergewöhnlicher Orte. Das war auch diesmal so. Schauplatz der Promotion- und Werbe-

artikelmesse bei frostigem, aber sonnigem Wetter war der

VIP-Bereich in der fünften Etage der RedBull Arena Leip-

zig. Die anwesenden 31 Lieferantenpartner fanden dort genügend Raum für ihre Stände mit ihrem abwechslungsreichen Angebot aus Neuheiten und Dauerbrennern.

#### **Tolles Ambiente**

Zahlreiche Unternehmensvertreter verschiedener Branchen vorwiegend aus dem ostdeutschen Raum hatten sich angemeldet, um die neusten werbestarken Produkte für ihr Marketing zu begutachten. Als zusätzlicher Magnet fungierte natürlich auch die tolle Umgebung der modernen Multifunktionsarena, in der neben den Erstligapartien auch Konzerte stattfinden. Alle halbe Stunde wurden Stadionführungen angeboten, die denn auch immer gut frequentiert waren und ausführliche Einblicke in Geschichte, Innenleben und Funktionsweise der Spielstätte gestatteten, die anstelle des ehemaligen Leipziger Zentralstadions errichtet worden war.

# Beste Voraussetzungen für einen erfolgreichen Tag

Hauptanziehungspunkt allerdings waren die innovativen Kreationen der Hallbauerschen Werbeartikellieferanten. Dies zeigte sich schon am Morgen des Messetags, an dem sich die Stände des großzügig angelegten Rundgangs bereits sehr gut frequentiert zeigten. Die Geschäftsführerin des Leipziger Traditionsunternehmens, Marie-Theres Raese, Enkelin des Gründers und ebenfalls noch als Geschäftsführer tätigen Jürgen Hallbauer, zeigte sich schon am Messetag "begeistert vom Zulauf und dem Interesse" der Gäste. Das Team der Werbemittelspezialisten hatte hierfür allerdings auch professionelle Voraussetzungen geschaffen. Von der Organisation, der attraktiven Location mit Parkmöglichkeiten direkt in der Tiefgarage des Stadions bis hin zum hervorragenden Catering zeigte man sich bis ins Detail bestens vorbereitet. Die zur Umgebung passend im Fußballtrikot gewandeten Hallbauer-Teammitglieder begleiteten die Gäste – darunter viele langjährige Kunden, aber auch "sehr interessante Neukunden" (Jürgen Hallbauer) - stets beratend von Stand zu Stand.

#### "Sehr positives Feedback"

Das Feedback von Besuchern, Ausstellern wie den Ausrichtern ließ alle Beteiligten auf ein noch erfolgreicheres Ergebnis als bei der schon vielbeachteten Vorgängermesse im Godwanaland des Leiziger Zoos vor zwei Jahren hoffen. Dementsprechend fällt auch das Resümee von Marie-Theres Raese aus: Wir haben 150 Firmen mit 250 Be-





Das Führungstrio der Hallbauer Exklusivwerbung (v.l.): Stefan Hertranft (Prokurist), Marie-Theres Raese und Jürgen Hallbauer (Geschäftsführung).

suchern begrüßen dürfen und sind wirklich sehr zufrieden. Natürlich gab es aufgrund der Grippewelle ein paar Absagen, aber wir hatten wirklich einen sehr bemerkenswerten Besucherzulauf. Viele haben die Chance genutzt, eine Stadionführung mitzumachen. Wir haben sehr positives Feedback von Kunden und Ausstellern erhalten. Es wurden tolle Gespräche geführt und Anfragen gestellt. Der frühe Zeitpunkt unsrer Messe im Jahr hat sich für uns auch als positiv erwiesen, denn die Budgetplanungen für den



Gespannt begutachteten die Besucher die Neuheiten der Aussteller.



Der Besuch in Welt der haptischen Werbung ist für die Kunden auch immer eine Art Entdeckungsreise.



Schon am Morgen des Messetags herrschte reger Betrieb.



Die Aussteller hatten für die Gäste Giveaways mit dem Logo der Messe vorbereitet.



Die halbstündlich stattfinden Führungen durch die RedBull Arena stießen stets auf großes Interesse.

Werbeartikeleinsatz in diesem Jahr sind bei den werbetreibenden Unternehmen gerade voll im Gange und können uns daher von Nutzen sein." Jürgen Hallbauer ergänzt: "Wir haben wieder versucht, kreativ zu sein. Ich denke, das ist uns angesichts dieses vielversprechenden Tages auch gelungen."

#### Blick in die Zukunft

Die 28-Jährige leitet seit drei Jahren das Unternehmen. Als Absolventin der Studiengänge Internationales Management und Betriebswirtschaft sammelte sie bereits zuvor in der Firma ihres Großvaters wichtige Erfahrungen, konnte diese während eines einjährigen USA-Aufenthalts noch vertiefen und verantwortet nun die Zukunft des Familienunternehmens, dessen Weiterentwicklung und schrittweise Verjüngung sie vorantreibt. Weiterhin unterstützend mit ihrem Erfahrungsschatz zur Seite stehen ihr dabei der fürs Controlling zuständige Jürgen Hallbauer und Prokurist Stefan Hertranft, die für sie nochmals während der bevorstehenden Mutterschaftspause "übernehmen" werden. Auf die kommenden Jahre bei Hallbauer Exklusivwerbung darf man also gespannt sein, aber auch auf die nächste Messe mit Eventcharakter. Zunächst allerdings steht die Aufarbei-

tung der gerade zurückliegenden an, deren Erfolg auch auf den Grundprinzipien bei Hallbauer fußt: der individuellen wie ausgesprochen persönlichen Kundenbetreuung. "Daran wird sich auch in den kommenden Zeiten nichts ändern", bekräftigt Marie-

Theres Raese.





DIE WELT DES WERBENS UND VERKAUFENS





Internationale Fachmesse für Promotion-, Sports- und Workwear



Weibeartinetwirefullit about 25 and Workwear.



Das skandinavische Werbeartikelmesse-Karussell hat eine Pause eingelegt. Die ersten vier Veranstaltungen sind beendet, die fünfte wird im August folgen. Zwar gab es wie andernorts auch in Skandinavien einen leicht rückläufigen Trend an Besucherzahlen. Dagegen wuchs die Qualität und Professionalität der besuchenden Händler, die sich im Allgemeinen gut vorbereitet zeigten.

#### Skandinavien

# Messekarussell dreht sich



leich nach der PSI folgte mit der dreitägigen "Nordic Profile Fair" die erste der skandinavischen Messen im schwedischen Jönköping. Von insgesamt 130 Ausstellern aus elf Ländern stellte Schweden mit 70

Prozent den größten Anteil. Danach folgten Deutschland mit neun sowie Dänemark mit acht Prozent Lieferanten. Polen war mit fünf und Norwegen mit zwei Prozent vertreten. Stände aus Belgien, Finnland, Holland, Portugal, Tschechien und Ungarn rundeten das Bild ab.

#### "Nordic Profile Fair" im Sommer zweitägig

Insgesamt kamen diesmal 1.650 Personen zur "Nordic Profile Fair", davon 322 Personen mehrfach – wobei der dritte Tag mit 142 neuen Besuchern sehr schwach besucht war. Bei der Sommerveranstaltung am 15. und 16. August wird man zu einer zweitägigen Veranstaltung zurückkehren. Die Organisation lag in den Händen des bewährten ELMIA-Messeteams, das die Messe in Auftrag des schwedischen Lieferantenverbandes PWA durchführte.

Gleich anschließend war die norwegische Hauptstadt Oslo Station im skandinavischen Messekalender. Die Produktschau wird durch den norwegischen Händlerverband NBR ausgerichtet. Sie findet ebenfalls zweimal jährlich statt. In einem hier kleineren Rahmen fanden sich 44 Aussteller in den "Eventhallen" ein, um ihre Händlerkunden zu begrüßen. Die Besucherzahlen mit 310 Personen waren (trotz ungünstigen Wetters) durchaus zufriedenstellend. Auch hier lag die Ausführung der Organisation für die deutschen Aussteller in den bewährten Händen des Skandinavien-Spezialisten Klaus Beyer von der Beyer GmbH.

#### PWA-Show / Helsinki

Die dritte Messe, die PWA-Show in Helsinki, hatte in der Folgewoche dann unter widrigen Witterungsverhältnissen zu leiden. 38 Aussteller präsentierten ihre Neuheiten hier insgesamt 285 Personen aus rund 170 Unternehmen. Die PWA-Show zeichnet sich durch eine lange Verweilzeit der einzelnen Händler aus. "Eine immer wieder überraschend gute Veranstaltung", so die Einschätzung von Klaus Beyer.

# Skandinavische Messen der nächsten 12 Monate:

#### Schweden

 ELMIA Nordic Profile Fair / Jönköping • 15.-16. August 2018 und 16.-17. Januar 2019

#### Finnland

 WA-Show / Helsinki 29.-30. August 2018 und 30.-31. Januar 2019

#### Norwegen

• NBR-Show / Oslo • 22.-23. August 2018 und 22.-23. Januar 2019

#### Dänemark

• MyVendo / Odense • 6.-7. März 2019

#### MyVendo / Odense

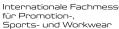
Am 7. und 8. März rundete die zum zweiten Mal stattgefundene "MyVendo" in Odense/Dänemark die skandinavische Messefolge zum Jahresbeginn ab. Die "MyVendo" hat sich mit 90 hochkarätigen Ausstellern bereits jetzt schon als Magnet für die nordische Werbemittelindustrie herauskristallisiert. Deutsche Lieferanten und Hersteller, die hier ausstellen, waren: Brand-it, Inspirion, Halfar, Fare, Jung Bonbonfabrik, Klio-Eterna, Mahlwerck, Pixika, PSI, UMA und WIL Langenberg. Die Messe war laut Veranstalter bereits seit Monaten ausgebucht. Dieser verweist jetzt schon auf die nächste Ausgabe am 6. und 7. März 2019. Auch hier bietet die Beyer GmbH als Exklusiv-Partner für deutsche Aussteller entsprechendes Know-how und Buchungsmöglichkeiten an.













Organised by





Unter dem Motto "Jahrmarkt der Ideen" veranstaltete der Mainzer Werbemittelgroßhändler Bartenbach im März seine alljährliche Hausmesse. 420 Fachbesucher aus über 200 Unternehmen waren dabei – angereist aus der näheren Umgebung sowie teilweise aus dem ganzen Bundesgebiet.

**Bartenbach Werbemittel** 

# Auftakt in den Marketing-Frühling

ie Gäste dieses 14. Werbemitteltages bei Bartenbach – allesamt Marketingverantwortliche aus Gewerbe, Handel und Industrie – nutzten die Gelegenheit, sich ausgiebig beraten zu lassen und die immer wieder neue Welt der Werbemittel live mitzuerleben.

#### Aktuelle Trends der jüngsten PSI Messe

40 namhafte Aussteller präsentierten von morgens bis abends aktuelle Trends der jüngsten PSI Messe sowie

moderne (Streuartikel-)Klassiker; außerdem digitale Werbeartikel, Prämien, Markenprodukte und natürlich alles rund um das Sportjahr 2018 mit der Fußball-Weltmeisterschaft. So wurden etwa Produktneuheiten (nicht nur) für Fußballfans vorgestellt, darunter die süße "Abseits-Erklär-Hilfe" zum Naschen oder Sitzwürfel und -bänke mit Branding als ideales Sitzmöbel für Public Viewing-Events im Mitarbeiter- oder Kollegenkreis. Weiteres "Highlight" unter den Neuheiten: beleuchtete Displays aus Kunststoff als leichte und leicht aufgebaute Alternative zu klassischen Alu-Displays.



Beratung ist Trumpf – und die gab's in Mainz aus erster Hand und mit großer Erfahrung.



Großes Thema in diesem WM-Jahr natürlich auch bei Bartenbach: König Fußball. Hier werden Bälle bedruckt.

#### Individuelle Entscheidungshilfen

Doch egal ob Neuheit oder Klassiker: Der Fokus lag wie immer auf dem echten haptischen Erlebnis. Der Werbemitteltag bot Unternehmen jeder Größe wieder einmal einen umfassenden Überblick sowie ganz praktische und individuelle Entscheidungshilfen bei der Qual der Wahl des passenden Werbemittels.



 ${\bf Zum\,Staunen:\,Zeitgem\"{a}{\it Be}\,Verbindung\,von\,haptischer\,und\,digitaler\,Dimension.}$ 



Wie immer stand das Bartenbach-Team den Kunden mit Rat und Tat zur Seite.

#### Digitalisierung im Blick

Zum zweiten Mal galt ein Themenschwerpunkt der Digitalisierung. "Für uns sind klassische Werbeartikel und digitale Marketingtrends keine Gegensätze. Ganz im Gegenteil, wir machen aus ihnen eine große gemeinsame Einheit im Marketing-Mix und zeigen auf unserer Messe zahlreiche Praxisbeispiele dieser gelungenen Integration", so Firmenchef Tobias Bartenbach.

#### Maßgeschneidertes Servicepaket

Zu entdecken gab es auch das "Rundum-sorglos-Paket": Mit "Bartenbach All inclusive" bietet das Team um Anne und Tobias Bartenbach ein maßgeschneidertes Werbemittel-Servicepaket, bestehend aus einem Bestellshop für die eigene Logistik sowie einem individuellen Sortiment inklusive Design, Erstellung, Hosting und Lagerhaltung. Neben vielfältiger Information und Unterhaltung waren die Besucher außerdem in der beliebten Networklounge dazu eingeladen, sich in angenehmer Atmosphäre auszutauschen und das kulinarische Angebot (Live-Cooking) zu genießen – Jahrmarkt-Feeling inklusive.



Gute Laune bei allen Beteiligten.



Formbar und trotzdem stark, elastisch und dennoch bruchfest, temperatur-, wärmeform- und auch noch chemisch beständig. Dazu leicht und in allen Farben des Regenbogens und der Firmen-Cl verfügbar – das ist der Steckbrief eines wunderbaren Werkstoffes.



PSI 44501 • InterPro Brands GmbH & Co.KG • Tel +49 421 3306000 info@interprobrands.de www.interprobrands.de https://www.psiproductfinder.de/nmfmyz

# Nie mehr suchen müssen

Wo ist der Chip für den Einkaufswagen und wie soll man im Dunkeln den Namen auf dem Klingelschild lesen? Diese Fragen stellen sich nicht, wenn der kleine Helfer der InterPro Brands GmbH am Schlüsselbund ist. Mit Hilfe der Schlüsselkette lässt sich der Anhänger mühelos befestigen, so hat man im Dunkeln schnell eine kleine LED-Taschenlampe parat und für jeden (Spontan-)Einkauf einen Einkaufswagenchip. Der Artikel wird in den Farben Royalblau, Rot, Limette oder Schwarz angeboten. Die Werbeanbringung erfolgt via Tampondruck.



# Spannende Werbung

Wer für seine nächste Werbeaktion nach einem spannenden Produkt sucht, sollte auf die Website der Hey!blau Labs e.K. schauen. Dort findet sich ein Artikel mit dem Namen Grammophone®. Dahinter verbirgt sich ein Handyhalter aus Karton mit der Zusatzfunktion eines passiven Lautsprechers. Beim spielerischen Zusammenbauen des Sets ist neben handwerklichem Geschick auch Geduld gefragt. Grammophone® ist ein außergewöhnliches Werbemittel mit "Call-To-Action", das eine starke Bindung zwischen Marke und Kunde aufbaut. Die Innen- und Außenflächen können komplett frei gestaltet werden.

# Fanartikel zu Fußball WM Team-Geist







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

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

www.pinsundmehr.de

info@pinsundmehr.de



## **Vielseitig**

Viel Originelles findet sich im Portfolio der Schünke GmbH. Darunter auch ein Multifunktionstool der besonderen Art: Zunächst ist es ein Flaschenöffner, der aber auch als Bithalter, Schaltschrankschlüssel oder Werkzeug zum Heizungsentlüften gute Dienste leisten kann. Ein Bitsatz kann auf Wunsch mitgeliefert werden. Werbeanbringungen lassen sich auf Anfrage realisieren.

PSI 44106 • Schünke GmbH
Tel +49 2733 8925889
info@schuenke.gmbh • www.schuenke.gmbh
https://www.psiproductfinder.de/zmi2nt

# Erinnerungsträchtig

Wer erinnert sich nicht an die kleinen, viereckigen, bunten Bausteine aus der Kindheit, aus denen sich ganze Welten bauen ließen. Mit dem Schlüsselanhänger Keystone schafft Troika den Spagat: pure Nostalgie und moderne Funktionalität kombiniert zu einem pfiffigen Schlüsselanhänger, mit vier bunten Bausteinen zum Feststecken (blau, rot, schwarz und transparent).

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





### **Frischer Wind**

Mit dem Werbeträger Mentos Mini bringt Jung frischen Wind in das vielfältige Sortiment an süßen Werbeideen. Der Werbeträger ist mit 10,5 Gramm Mentos Mini in den Geschmacksrichtungen Mint oder Fruit Mix (Grüner Apfel, Orange, Zitrone, Erdbeere) bestückt und eignet sich damit ideal als sommerliches Give-away für Events oder als kleine Erfrischung. Die werbliche Individualisierung erfolgt über eine eingeschobene Werbekarte, die die Werbebotschaft aufmerksamkeitsstark in Szene setzt. Verpackt ist die Werbekarte mit süßer Beilage in einer transparenten und industriell kompostierbaren Außenfolie.



# Lupcard

das Leichtgewicht mit ca. 2 g und 4-facher Vergrößerung ein idealer Mailingbeileger

# Papierlesezeichen

doppelte Werbefläche, da beidseitig bedruckbar



# Stiellupe

"für mehr Durchblick" bei Ihrer Werbung



Lesezeichen Basic

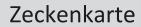
damit Sie "genauer hinschauen" können





Mikrofasertücher

mit brillantem Fotodruck - made in Germany!



die richtige Waffe bei Zeckenalarm





## Qual der Wahl

Die Liefermöglichkeiten des polnischen Unternehmens 12M lassen fast keine Wünsche offen. Das Sortiment besteht aus Kunststoffartikeln, die sich zum Beispiel im Büro, in der Schule, im Handwerk oder auch zu Hause einsetzen lassen und bestens als Werbeträger eignen. Flache Artikel, wie beispielsweise Lineale, sind für den Einsatz als Mailingverstärker oder Give-away geradezu prädestiniert. Spezielle Kundenwünsche, was Farben, Formen und Werbebotschaften angeht, werden bei 12M perfekt umgesetzt.



# Der mit dem Dachklipp

Auch in diesem Jahr wartet Klio-Eterna wieder mit einer spannenden Produktneuheit auf. Seit April erweitert der außergewöhnliche und in seiner Formsprache einzigartige "Tecto" das umfangreiche Produktportfolio des Schreibgeräteherstellers. Nach dem sechskantigen "Trias" aus dem Jahr 2015 folgt nun eine weitere Neuentwicklung in Dreiecksform. Der abgerundete Dreikant-Schaft und der aufgesetzte, prägnante Klipp in Dachform bringen Dynamik ins Spiel und bilden eine harmonische Einheit. In vier verschiedenen Ausführungen bietet der "Tecto" tolle Kombinationsmöglichkeiten und auch in Sachen Werbewirksamkeit hat der "Kantige mit dem Dachklipp" Einiges zu bieten. Neben den drei Standarddruckflächen auf dem Schaft bietet die besondere Klippgestaltung des "Tecto" erstmalig die Möglichkeit, den Klipp wahlweise rechts, links oder auch über den Grat hinweg zu bedrucken.

# Kultige Sonderanfertigungen

Fröhlich bunt und quietschfidel – das ist das mbw<sup>®</sup>-Markenzeichen der Helden der Herzen aus dem Heimatministerium sympathischer Werbeträger. Kein Wunder, denn die kleinen Herzensbrecher sind aus pflegeleichtem Kunststoff und beflügeln ihre stolzen Besitzer. Allen voran die sanften Stresskiller aus den Reihen der Squeezies<sup>®</sup>, der vielgestaltige Herr Bert<sup>®</sup> sowie die Enten von Schnabels<sup>®</sup> mit einer ganzen Schar neuer Berufsbilder und Charaktere.

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







# Gut geschützt

Unter den Bezeichnungen Transparent und Easy können bei Giving Europe zwei Schutzhüllen für Handys geordert werden. Die Modelle unterscheiden sich in den Abmessungen, sind also für bestimmte Handy-Größen geeignet. Gemeinsam sind den in verschiedenen Farben erhältlichen Artikeln die einfache Bedienung der Telefone durch die Hüllen hindurch sowie die großen Werbeflächen, die per Tampondruck individualisiert werden können.



#### **Tolle Tasche**

Der Artikel Wrappy-BAG10® von TrinnoQ International ist mehr als außergewöhnlich, handelt es sich doch um eine Tasche mit integriertem Fotorahmen. Das patentierte Produkt ist somit maximal personalisierbar, kann es doch alle gängigen Foto-Formate aufnehmen. Außerdem ist die Wrappy-BAG die perfekte Hülle für jedes Tablet. Beim Anbieter steht ein erfahrenes Team zur Anwendungsberatung und Individualisierung zur Verfügung.

Germany

# Gut gelöst

entfällt.

Der Smartklic Sport Einkaufswagenlöser bietet sich als besonderes Werbemittel an, vor allem wenn sich wie in diesem Sommer fast alles um Fußball dreht. Darüber hinaus ist er für nahezu jede andere Sportart einsetzbar. Auch für viele andere Branchen bietet sich dieser Smartklic in T-Shirt-Form als Werbemittel an. Die Rundung unten kann beispielsweise für Logos verwendet werden. Die Funktion ist einfach erklärt: Einkaufswagen mit einer leichten Links-Rechts-Bewegung lösen, Smartklic® In&Out sofort wieder abziehen und mit dem Schlüsselbund wegpacken. Das lästige Suchen nach dem Chip für den Einkaufswagen

PSI 48593 • Smartklic GmbH Tel +43 72290 930800 office@smartklic.com www.smartklic.com https://www.psiproductfinder.de/mzm4nj www.psi-network.de

PSI Journal 5/2018



## Stets zu Diensten

Unter dem klangvollen Namen Gloomy Hook ist bei Kasper & Richter eine kleine, aber sehr leistungsstarke Taschenlampe zu haben. Der formschöne, ultra-leichte Anhänger mit vielen praktischen Einsatzmöglichkeiten ist der ideale Begleiter als Schlüsselanhänger oder als kleine Taschenlampe mit LED-Leuchte für unterwegs. Zwei Batterien CR1220 werden mitgeliefert. Die Maße sind 70 x 25 x 11 Millimeter, das Gewicht beträgt16 Gramm.





#### Ressourcenschonend

Der neue Kugelschreiber "Alex" von Boomerang besteht aus recycelten PET-Flaschen, was man auch an seinem "PET-Flaschen-Design" erkennt. In den transparenten Farben Blau, Weiß und Orange erhältlich, punktet Alex beim Umweltschutz: Er schont Ressourcen und hilft beim Abbau der Müllberge. Der auch preislich interessante Kugelschreiber schreibt mit blauer Tinte und ist per Tampondruck personalisierbar. Unter dem Namen "Peter" gibt es ihn auch schwarz schreibend.

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







# Kleiner Aufwand, große Wirkung

Reflektierende Materialien haben eine hohe Schutzfunktion für Leib und Leben. Deshalb begleiten uns Reflektoren im Alltag. reflAktive bietet hier eine große Auswahl. Viele dieser Artikel sind nach EN 13356 zertifiziert und verfügen über das TÜV-GS-Zeichen. Kinder lieben die lustigen Sticker. Die sehen nicht nur cool aus, sie machen Schulkinder, Radfahrer, Inline-Skater, Kinderwagen und vieles mehr sichtbar – und damit sicher in Dämmerung und Dunkelheit. Kunden können zwischen zahlreichen Standarddesigns oder individuellen Formen ganz nach Wunsch wählen. Viele Formen und Farben sind machbar. "Und wenn Sie uns das Thema Ihrer Kampagne nennen, entwickeln unsere Experten für Sie gerne auch verschiedene Design-Vorschläge", heißt es bei reflAktive. Bedruckt werden die Sticker auf oder unter der reflektierenden Folie.



PSI 46131 • KHK GmbH Tel +49 221 9854730 sales@lipcare.de • www.lipcare.de https://www.psiproductfinder.de/ztuymw

# Lippenpflege mit gutem Gewissen

Die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten steigt beständig und ebenso die Anzahl an Kunden, denen eine klare Position zur Umwelt wichtig ist. Für diese bieten die Spezialisten der KHK GmbH die neue Lippenpflege-Rezeptur "LipNature Fair" an, die zu 100 Prozent vegan ist. Außerdem können die Lippenpflegestifte, garantiert hergestellt in Deutschland, auch mit einer Außenhülle aus recyceltem Kunststoff geliefert werden. "Lipcare Recycled Plastic" sind ab 300 Stück in den Farben Weiß, Sand, Naturgrün und Schwarz bestellbar, mit Fairtrade-Rezeptur ab 1.000 Stück.



# Großer Spaß zu kleinem Preis

Nach zweijähriger Exklusivvergabe und über 20 Millionen verkaufter Exemplare ist der patentierte Keksstempel von Global Innovations nun wieder verfügbar. Mit nur drei Millimeter Höhe eignet er sich optimal als günstiger On-Pack oder Mailing-Artikel mit voller Funktion. Der Kunde kann aus einem großen Angebot an Motiven (unter anderem Fußball, Halloween, Weihnachten, Ostern, Liebe) auswählen oder einen Stempel selbst gestalten (ab einer Bestellmenge von 5.000 Stück). Mit einer Botschaft auf der Rückseite wird der Keksstempel zum perfekten Werbeartikel.





#### Die Sache mit dem Knick

Stäbe sind vielseitig im Einsatz wie zum Beispiel für Ballons, Fahnen, Windräder und andere Anwendungen. Die zum Patent angemeldeten KNIX !T-Stäbe von Vermod haben eine zusätzliche Funktion/Nutzen: Wenn der Stab an der gekennzeichneten Stelle geknickt wird, steckt in dem abgetrennten Teil ein Zettel. Dieser kann mit Werbung versehen sein und/oder ist zusätzlich ein Gutschein, Coupon, Gewinnlos oder eine Rabattkarte. Daraus ergibt sich eine Vielzahl von Werbeund Promotionmöglichkeiten.



# Durststiller für unterwegs

Eine exzellente Trinkflasche mit richtig guten Eigenschaften gehört zum Sortiment der Relags GmbH. Hergestellt aus Tritan™ Copolyester ist der praktische Durststiller nahezu unzerstörbar sowie geschmacksneutral. Die Flasche ist absolut dicht, extrem leicht und lässt sich sehr gut reinigen. Auffällig sind der große Verschluss und der weite Hals. Lieferbar sind neun Farben und zwei Größen (0,5 und 1,0 Liter). Eine Personalisierung erfolgt per Druck.





#### **Acoustic Bomb**

Der Schlüsselanhänger Acoustic Bomb von Inspirion verleiht seinem Träger ein sicheres Gefühl. Der kleine Bodyguard passt in jede Jackentasche und ist jederzeit griffbereit, wenn es ernst wird. Sobald der Ring mit dem Sicherheitsstift herausgezogen wird, erklingt ein bis zu 98 Dezibel lauter Warnton. Der Alarm soll potenzielle Angreifer und Tiere abschrecken. Zudem besitzt der Schlüsselanhänger ein LED-Licht, das bei der Suche nach dem Schlüsselloch behilflich ist. Der Alarm-Anhänger ist der perfekte Begleiter am Schlüsselbund und in den Farben Weiß, Schwarz, Blau und Rot erhältlich.



# Leistungsstarker Zwerg

Für zuhause und unterwegs: Die neue Mini-Lampe aus dem Hause Lumitoys ist nicht nur leicht und hell, sondern auch vielseitig einsetzbar. Als Schlüsselanhänger, mit Band, Karabiner oder als Kühlschrankmagnet, dieses kleine Give-away ist ein praktischer Begleiter im Alltag. Neben einer Vielzahl vorhandener Standardmodelle sind individuelle Formen durch das leicht zu verarbeitende PVC-Material problemlos umsetzbar, auch eine individuelle Bedruckung ist selbstverständlich möglich.



Die Handschrift der Werbung



Schreibgeräte-Frühling.

Fordern Sie kostenlose Muster an unter

s.bachlmayr@uma-pen.com - Code SKYFRÜHLING18

### Sommerliche Farben

Der Sommer kommt beim Taschenexperten Halfar mit neuen Farben für den fröhlichen Zugbeutel Join. Der ist jetzt mit vier neuen Tönen lieferbar: feuriges Rot, smartes Maigrün, knalliges Orange und strahlendes Cyan stehen zur Wahl. Der Allrounder für viele Zielgruppen und viele Werbeideen empfiehlt sich für Kinder, Jugendliche, Sportler und modebewusste Menschen gleichermaßen. Auch, weil er neben seinem hippen Äußeren solide Qualitäten mitbringt. Er verfügt dank einer Reißverschlusstasche über ein zweites verschließbares Fach. Ideal für Schlüssel, Handy und Portemonnaie.

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





## Lachender Posthelfer

Da Briefpost auch in der heutigen digitalen Welt nicht wegzudenken ist, bietet die Hermann Flörke GmbH einen praktischen Alltagshelfer an. Der scharfe Unterkiefer des Brieföffners Moby "frisst" sich problemlos durch jedes Papier und sein Oberkiefer bietet großzügigen Platz für individuelle Werbeanbringungen im Digitaldruck bis 4-farbig. Ab einer Auflage von bereits 200 Stück schwimmt der quirlige, gut gelaunte Wal ins Office des Empfängers. Er ist in verschiedenen Standardfarben, Vollton oder transparenter Ausführung verfügbar.



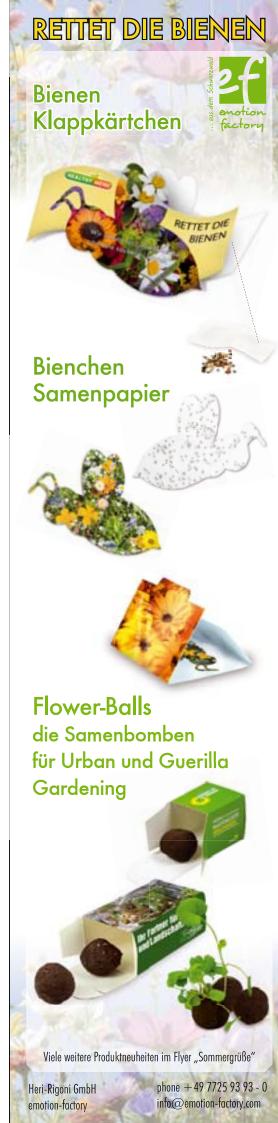
# Kleine Bürste – große Wirkung

Das ideale Werbegeschenk für Golfer kommt aus dem Hause Frank Bürsten GmbH. Die Golfbürste in Form und Größe eines Golfballs sieht nicht nur gut aus, sie besticht auch durch ihre praktische Anwendung und hervorragende Qualität. Mit den harten synthetischen Borsten kann der Golfschläger im Handumdrehen vom Schmutz befreit werden. Die Bürste lässt sich mit dem Karabiner an jedem Golfbag befestigen. Abgerundet wird das wertige Werbegeschenk durch den ansprechenden Geschenkkarton, der wunschgemäß mit einem Logo bedruckt werden kann.



# Verrückter Flaschenöffner

Im Sortiment von team-d findet sich der Flaschenöffner Crazy. Das kleine, verrückte Ding sorgt für allerhand Spaß. Der Durstige darf sich zwischen zwei Seiten entscheiden oder gleich zwei Flaschen mit einem Mal öffnen. Wem das immer noch zu langweilig ist, dreht nervenberuhigend am "Spinner". Ab Lager ist der aus ABS-Plastik gefertigte Flaschenöffner lieferbar in den Farben Schwarz, Weiß, Blau, Rot und Orange. Eine Werbeanbringung ist auf einer Fläche von 15 x 15 Millimeter möglich.





#### Shirt mit Farbenvielfalt

Die griechische Klick Company stellt für die bevorstehende warme Jahreszeit ein Kurzarm-T-Shirt für Erwachsene in besonders großen Farbvarianten vor. Das Shirt besteht aus Schlauchware mit Doppelnaht an Kragen, Ärmeln und Bund. Es wird aus einlaufvorbehandelter Baumwolle gefertigt und steht in den Größen XS bis 3XL zur Verfügung. XS und 3XL ist allerdings nur in einigen ausgewählten Farben erhältlich. Grundsätzlich stehen 20 Farben und drei weitere stonewashed Farben zur Verfügung. Weitere Details gibt's direkt beim Lieferanten.

#### Klein aber fein

Zum Portfolio der Living Bytes GmbH gehört auch das Gerber®-Produkt Vise Pocket Tool, ein sehr schönes kleines Multifunktionswerkzeug zum "immer-dabei-haben". Dieses kompakte Tool mit einer Minizange passt an den Schlüsselanhänger und wartet mit weiteren nützlichen Funktionen wie mit einer geraden Klinge, einer Wellenschliffklinge, einer Feile, einem Kapselheber, einem kleinen und einem mittleren Schraubendreher und einem Kreuzschlitzschraubendreher (am Ende der Feile) auf. Durch sein geringes Gewicht von nur etwa 57 Gramm und einer Länge von rund sechs Zentimeter schafft es das Vise Pocket Tool auch durch jede Flugzeugkontrolle.





## Handschmeichler

Aus flexiblem Soft PVC hergestellt, verfügen die rubber-BADGE® Schlüsselanhänger von Asia Pins über eine tolle, angenehm weiche Haptik. Im 3D-, 2D- oder Flachguss-Design sind der gewünschten Gestaltung in Größe und Form fast keine Grenzen gesetzt. Das Material ist langlebig, widerstandsfähig und kann annähernd Pantone eingefärbt werden. Die Produkte lassen sich auch als Aufnäher, Kofferanhänger, Magnet, Untersetzer oder Pin umsetzen.



# **CHOOSE YOUR SHAPE!**



# PUSH THE BUTTON

**CAT. NO 0339** 

#### **AVAILABLE SHAPES**





















Square

Rectangle

Heart

Oval

Capsule

Plus













#### Süße Nachrichten streuen

Mit Schoko-Herzen oder -Männchen, Dextro-Energy Traubenzucker-Täfelchen und vielem mehr überbringt das süße Kärtchen von Kalfany Süße Werbung nicht nur eine Werbebotschaft, sondern auch eine kleine leckere Mini-Mahlzeit. Zum Fußballevent 2018 das perfekte Werbemittel für Fußballclubs, Sponsoren oder Fußballkneipen. Die Sweet Card im Format 113 x 77 Millimeter bietet der Werbebotschaft genug Fläche und setzt die Schoki-Figuren, -Herzen und Traubenzuckertäfelchen gekonnt in Szene, bevor sie auf der Zunge zergehen. Kalfany Süße Werbung stellt die komplette Sweet Card IFS-zertifiziert her.

# Werbung zum Mitnehmen

Mit der Tragetasche "Wien" stellt Joytex, der Ansprechpartner für Werbetaschen, ein neues Produkt vor, das insbesondere durch die große Farbauswahl mit 29 Standardfarben ins Auge sticht. Die Tasche besteht aus PP Non-Woven, bietet kurze Henkel für angenehmen Tragekomfort und ist mit einer Größe von 38 x 42 Zentimetern groß genug für viel Inhalt. Die nachhaltige Alternative zur Plastiktüte ist mit Aufdruck ab 250 Stück innerhalb von 2 bis 3 Wochen lieferbar.

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



www.psi-network.de PSI Journal 5/2018



# Smartphone fächelt Kühlung

Dieser kleine Handyventilator (A101129) ist für alle gängigen Smartphones mit Micro USB oder Lightning Anschluss geeignet. Die extrem biegsamen Rotationsblätter starten beim Anschließen automatisch und sorgen für eine angenehme Luftzirkulation an heißen Tagen. Bereits ab einer Menge von nur 100 Stück ist dieses Produkt in den Farben Weiß und Schwarz bei der Vim Solution erhältlich.



# Bio-Kunststoff voll im Trend

Die Bio-Branche in Deutschland boomt stärker denn je, denn nachhaltiger Konsum liegt voll im Trend. Kein Wunder also, dass elasto sich hier anschließt und Bio-Kunststoff in Deutschland produziert. Aktuell bietet der Werbeartikel-Produzent einige Kunststoff-Bestseller auch als Bio-Variante an. Bei der Produktion dieser Artikel werden zwei neue Bio-Kunststoffe verwendet, die entweder zu 34 oder zu 94 Prozent aus biobasiertem Kohlenstoff bestehen. Neben Zellulose und Zucker nimmt hier vor allem Stärke eine Schlüsselposition ein. Die wichtigsten Stärkelieferanten sind Mais, Weizen und Kartoffeln. Vom Löffel, über den Shaker bis hin zur Müslischale stehen diverse hochwertige Kunststoff-Werbeartikel zur Auswahl.



## MrDISC.com

MrDISC® c/o Digistor Deutschland GmbH Neuer Höltigbaum 22 · 22143 Hamburg info@mrdisc.de · www.mrdisc.com



# Unkaputtbar

Eine neue Serie mit zehn verschiedenen Gläsern aus einem ganz besonderen Hightech-Material stellt koziol mit seiner "Superglas"-Range vor. Das "Glas" isoliert nicht nur viermal besser als herkömmliche Gläser und hält Drinks viel länger kalt, es ist auch praktisch unkaputtbar und verkraftet selbst Weitwürfe ohne Scherben. Die Gläser lassen sich perfekt in der Spülmaschine reinigen und sind immer wieder verwendbar. Sie schonen so gleichzeitig mit gutem Gewissen die Umwelt. Das Superglas wird zu 100 Prozent in Erbach im Odenwald designed und hergestellt und ist in den Farben Weiß, klar, Anthrazit, emerald green, Amber, Aquamarine, Jade, Rose oder Quartz erhältlich.

# Nützlich für Patienten

Zwei neue Produkte aus dem Hause Dr. Junghans bieten jeweils ihren eigenen Nutzen für Patienten an. Der Inhalator aus Kunststoff sorgt für wohltuenden Dampf, der schnell und sicher in die Atemwege eindringt. Das Unterteil des Gerätes kann einfach vom Oberteil gelöst werden. Die optimal angepasste Form des Mundstückes unterstützt eine effektive und nutzbringende Anwendung. Die praktische Tablettenbox mit 28 Fächern ist ein Werbeartikel, der es Menschen ermöglicht, die regelmäßige Einnahme von Tabletten tageszeitgenau zu koordinieren. Das Design ermöglicht die Platzierung einer Logofläche mit hoher Sichtbarkeit auf der Rückseite.



#### Zündende Idee

Etwas Außergewöhnliches ist im Angebot von KP Plattner zu finden: das Formula ARC Lichtbogenfeuerzeug. Hier gibt es keine Flamme, sondern einen Lichtbogen, der zum Entzünden von Zigaretten oder Kerzen dient. Das verleiht diesem Feuerzeug einen besonderen und einzigartigen Touch. Das Formula ARC Lichtbogenfeuerzeug ist passend für jeden Gebrauch und umweltfreundlich, denn das Wiederaufladen erfolgt durch ein inkludiertes USB Ladekabel. Die hochwertige Geschenkverpackung gibt dem Gesamtpaket einen zusätzlichen Reiz.



PSI 41565 • KP Plattner GmbH
Tel +43 512 2640 64
office@kp-plattner.at • www.kp-plattner.at
https://www.psiproductfinder.de/zwezmd



## Frühling auf dem Schreibtisch

Bei uma blühen und sprießen die Ideen zum Frühling. Mit dem neuen SKY GUM präsentiert der Spezialist in Sachen innovative Werbekugelschreiber ein Highlight. So richtig zur Geltung kommt er durch knallige Designs in Hellgrün, Magenta, Orange, Hellblau oder Gelb. Das neue uma-Erfolgsmodell sieht nicht nur gut aus – es fühlt sich auch so an. Mit seinem gummierten Schaft liegt der Stift so angenehm in der Hand, dass man ihn gar nicht mehr weglegen möchte. Einen glänzenden Kontrast zur matten GUM-Optik bilden dann die silberne Metall-Spitze und der Metall-Clip, auf dem sich bunte Markenbotschaften platzieren lassen. Altbewährt bleibt die Qualität der bekannten uma Tech Refill Mine mit Neusilberspitze und Wolfram-Karbid-Kugel mit deutscher Schreibpaste nach ISO-Norm für Schreib-Freuden bis zu 4.000 Metern.

PSI 41848 • UMA Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 7832 7070 info@uma-pen.com • www.uma-pen.com https://www.psiproductfinder.de/mjy0yz



Neues Jahr – neuer Standort – neuer Markenauftritt: Der Werbemittelexperte Multigate aus Wien startet mit erweitertem Geschäftsmodell ins Frühjahr und präsentiert sich nicht nur im neuen Design in der Wiener Innenstadt, sondern bietet ab sofort auch Kampagnen im below-theline-Segment sowie kreative Live-Marketingkonzepte an.

Strategische Neupositionierung mit Live-Marketing

# Neue **Potenziale** erschließen



Passt bestens ins Farbkonzept der neuen Büros: Ein befreundeter Künstler schuf ein filigranes Gemälde nach dem Vorbild des neuen Unternehmenslogos.

A

ls äußeres Zeichen der strategischen Neupositionierung und gleichzeitig damit korrespondierend fungierte die feierliche Eröffnung der neuen Büros Anfang März (siehe auch gesonderter Abschnitt). Im Her-

zen der Wiener Innenstadt im 1. Bezirk und unmittelbarer Nachbarschaft zum Wiener Wahrzeichen, dem Stephansdom, am Fleischmarkt gelegen, unterstreicht der neue Standort mit seiner räumlichen Konzeption die Neuausrichtung von Multigate auf augenfällige Weise.

#### Moderne Arbeitsplätze in historischem Umfeld

Nach einem 16-wöchigen Umbau erscheinen die Büroflächen im denkmalgeschützten historischen Umfeld am Wiener Fleischmarkt im neuen Stil und bilden mit großzügigen Lounge-Bereichen und Creative-Walls auf unterschiedlichen Ebenen ein mehr als zeitgemäßes Arbeitsumfeld. Die Arbeitsplätze in Form von Work-Benches zeichnen sich durch ihre hohe Funktionalität aus. Bereichsübergreifende Zusammenarbeit wird damit einfacher und Kom-

munikationswege kürzer. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Teams haben nun die Möglichkeit, in verschiedenen Bereichen des Open Space Büros Platz zu nehmen und ihren Aufgaben nachzugehen. Hochmoderne Präsentationsmöglichkeiten für Besucher runden das stilvolle Ambiente ab.

#### **Dynamisches Arbeitsumfeld**

Trotz denkmalpflegerischer Auflagen steht dem Werbeartikelspezialisten Multigate nach der Umgestaltung des Innenbereichs nun die komplette Infrastruktur eines Neubaus zur Verfügung, inklusive einer Garage direkt unterm Haus. "Wir haben uns im Vorfeld intensiv mit der Architektur, der Planung und Gestaltung auseinandergesetzt", so Firmengründer Werner Keltscha, der das Unternehmen zusammen mit seinem Sohn Daniel leitet. "Dabei haben wir uns auch sehr genau mit den Voraussetzungen zeitgemäßer Arbeit beschäftigt und haben uns dabei an höchsten Standards orientiert. In unserem neuen Büro zeigt sich das dynamische Arbeitsumfeld unseres Unternehmens: Offene Kommunikation, Innovation und gemeinsame Kreativität stehen im Mittelpunkt. Damit sind optimale Rahmenbedingungen für weiteres Wachstum geschaffen worden." Herausgekommen ist eine gelungene wie geschmackvolle Symbiose von Alt und Neu. Und so schaffen die neuen, offenen und mit Stil designten Räumlichkeiten mit ihrer modernsten Erfordernissen entsprechenden Ausstattung eine nahezu ideale Atmosphäre für effizientes Arbeiten und spiegeln in ihrer Anmutung auch die konzeptionelle Neuausrichtung des Unternehmens wider.

#### "We create Brand Experiences"

Ein weiteres, smartes Indiz auf dem Wege zu moderner Markenkommunikation zeigt sich in der neuen, behutsam angepassten CI und der Neugestaltung des Logos. Diesem gesellt sich auch ein neuer Claim: "We create Brand Experiences". Flankiert von einem neuen Webauftritt und einem inhouse produzierten Imagefilm umschreibt dieses Motto auch das erweiterte Multigate Geschäftsfeld im Zeichen von "New Business", einem Thema, das den klassischen Werbemittelbereich um die Dimension eines um





Ein eingespieltes und sich ergänzendes Gespann: Daniel und Werner Keltscha (v.l.) führen Multigate in eine Zukunft voller neuer Werbemöglichkeiten.

fassenden emotionalen Markenerlebnisses erweitert. Hier bei geht es ums Kreieren ganzer haptischer Welten für den Kunden. Konkret bedeutet dies: Kampagnen im belowthe-line-Segment sowie kreative Live-Marketingkonzepte aus einer Hand – eine absolute Neuheit in der Branche.

#### Markenerlebnisse schaffen

Die strategische Öffnung des Portfolios durch Live-Marketing und die damit verbundene konzeptionelle, grafische Markenkommunikation erweitert die Möglichkeiten von Multigate als Ansprechpartner kreativer, ganzheitlicher, ganz auf die Kundenwünsche zugeschnittener Kommunikations- und Marketingkonzepte. "Die neue Business Unit Live-Marketing wurde mit dem Ziel eingeführt, Markenerlebnisse im Alltag zu schaffen und damit unser sehr erfolgreiches haptisches Kerngeschäft zu erweitern. Das Kon-



Die neuen, smart designten Räumlichkeiten schaffen mit ihrer modernsten Erfordernissen entsprechenden Ausstattung eine nahezu ideale Atmosphäre für effizientes Arbeiten und spiegeln in ihrer Anmutung die konzeptionelle Neuausrichtung des Unternehmens wider.

zept funktioniert und wird vom Markt sehr gut angenommen, somit sehe ich eine äußerst positive Weiterentwicklung von Multigate in den kommenden Jahren", betont Daniel Keltscha. Erste, vielversprechende Projekte zeigen den beiden Geschäftsführern, dass sie sich mit ihrer Konzeption auf dem richtigen Weg befinden.

#### Logischer Schritt in die Zukunft

Unabhängig davon bleibt Multigate aber auch der klassische Werbeartikelberater mit über 30-jähriger Branchen-Expertise. "Beratung ist nach wie vor gefragt. Und dem Kunden aufmerksam zuzuhören, um seine Bedürfnisse zu verstehen und für ihn die beste Lösung zu generieren, wird auch weiterhin das Wichtigste sein", so Werner Keltscha, "aber es war an der Zeit, unsere Handelserfahrung mit Marketing-Know-how zu bündeln, um für unsere Kunden erweiterte Kommunikationskonzepte zu schmieden." Das neue Angebotsportfolio über den Import und Vertrieb von Merchandise- und Werbeartikeln hinaus fungiert gewissermaßen als "Add-on" und "zusätzliches Kundenbindungsinstrument". So war die Angebotserweiterung des Full-Service-Dienstleisters und Anbieters exklusiver E-Shop-Lösungen auf SAP-Basis bis hin zum Lager- und Logistikmanagement um Live-Marketing und grafische Agenturdienstleistung "ein logischer Schritt in die Zukunft des Familienunternehmens". Daniel Keltscha fasst zusammen: "Wir entwickeln nun nicht mehr nur einen Baustein einer Marketingaktion, sondern erschaffen kreative Möglichkeiten rund um den Einsatz von Werbeartikeln sowie eigenständige Live-Marketing-Konzepte."

#### Vertriebsmannschaft verstärkt

Diesen zusätzlichen Service effizient zu vermitteln hat man im Zuge des Unternehmensentwicklungsprozesses in den vergangenen zweieinhalb Jahren das Team systematisch umgestaltet und die Vertriebsmannschaft verstärkt. Für die neue Kreativ- und Live-Marketingabteilung wurde mit Mike R. Gase ein Marketing Director und Head of New Business mit rund 15 Jahren Agenturerfahrung an Bord geholt. Als Creative Director bzw. Geschäftsführer von Werbeagenturen konnte er in der Vergangenheit mehrere Award-Gewinne verbuchen. Weiterer Zuwachs ist Marcus Myckan. Der neue Art Director bringt jahrlange Erfahrungen im Bereich konzeptioneller und grafischer Markenkommunikation mit ein. Dank dieser neuen vielseitigen Kompetenzen schlägt Multigate die konzeptionelle Brücke zwischen Markenkommunikation und dem klassischen Werbeartikelhandel. Eines allerdings hat sich bei Multigate in all den Jahren nicht verändert und bleibt auch in der Zukunft als Konstante erhalten. Werner und Daniel Keltscha führen ihre Profession gemeinsam mit ihrem Team auch weiterhin "mit Herz und Liebe" aus.

#### Neues Büro feierlich eröffnet

Am 8. März 2018 feierte Multigate gemeinsam mit Kunden, hochrangigen Vertretern aus Politik und Wirtschaft sowie Freunden des Familienunternehmens die Eröffnung der neuen Büroräumlichkeiten am Fleischmarkt in der Wiener Innenstadt. Rund 200 Gäste waren der Einladung zur feierlichen Eröffnung des neuen Unternehmenssitzes von Multigate gefolgt. Der Pfarrer des benachbarten Stephansdoms, Toni Faber, gab dem Standort im Rahmen der rundum gelungenen Eröffnungsfeier den kirchlichen Segen. Das unterhaltsame Programm umfasste unter anderem auch eine Darbietung der chinesischen Opernsängerin Qin Long.

In seiner Begrüßungsrede bedankte sich Unternehmensgründer Werner Keltscha für das Vertrauen der Kunden und Partner und betonte das große Potenzial des Standortes. Sein Sohn Daniel Keltscha erläuterte die Vorteile der neuen, modernen Räumlichkeiten im Herzen der Stadt. Auch der gute Zweck kam am Eröffnungstag nicht zu kurz: So wurde eine Spende an die St. Anna Kinderkrebsforschung über-



Großer Bahnhof bei der offiziellen Eröffnungsfeier der Büros: Rund 200 Gäste waren gekommen und auch die Kirche gab ihren Segen.

geben, die Multigate bereits seit Jahren immer wieder unterstützt. Andrea Prantl, Leiterin des Spendenbüros: "Multigate ist für uns ein nachhaltiger und vertrauter Partner im Kampf gegen den Kinderkrebs. Ich schätze die persönliche Zusammenarbeit sehr und bedanke mich für die Verdopplung aller während der Feierlichkeit erhaltenen Spenden durch Multigate". Der Abschluss des offiziellen Teils wurde sportlich: Der österreichische Fußballstar Helge Payer moderierte ein Fußballquiz, machte mit den Gästen Selfies und verteilte Autogramme. Er war als Vertreter des SK Rapid Wien Business-Clubs anwesend, in dem Multigate Partner ist.



WIR BESIEGEN BLUTKREBS

# "MEIN BLUT WAR KAPUTT."

Marlon, geheilter Blutkrebspatient

Dank eines passenden Stammzellspenders konnte Marlon den Kampf gegen den Blutkrebs gewinnen. Heute führt Marlon wieder ein normales Leben. Viele Blutkrebspatienten haben dieses Glück leider nicht.

Sie können helfen: Registrieren Sie sich jetzt als Stammzellspender und schenken Sie Patienten wie Marlon so neue Hoffnung auf Leben!

Jetzt registrieren auf dkms.de

Mund auf. Stäbchen rein. Spender sein!











Powerfrau. Kreativer Kopf. Ideenratgeberin. So charakterisiert sich Martina Wolf, Inhaberin und Geschäftsführerin der MWS Werbemittelagentur Stuttgart, auf ihrer Homepage. Wer die 55-jährige Werbeartikelspezialistin persönlich kennenlernt, wird unumwunden zugeben: Das passt. Seit zwei Jahren gehört MWS zum Kreis der Werbeartikelberater.

Mit ungewöhnlichen Ideen zum Erfolg

# Immer ein bisschen **anders** sein



Martina Wolf (l., mit ihrem Hund Pepe) und Christine Hettrich (mit dem Unternehmensmaskottchen) von der MWS Werbemittelagentur Stuttgart.

it Martina Wolf ist man sofort im Gespräch. Kein Wunder, denn mit ihrem kleinen Unternehmen verfolgt sie konsequent ein Konzept. Und dieses Konzept beginnt mit dem Zuhören und dem gemeinsamen Analysieren des individuellen Kundenbedarfs. Ist der Bedarf ermittelt, wird für das anstehende Projekt die Werbeträgeridee entworfen und eine passende Lösung gefunden. Alles aus einer Hand, lautet auch für Martina Wolf die Devise. Denn mit der passenden Lösung ist ihr Job keineswegs getan. Für die 55-Jährige ist es selbstverständlich, dass sie die ausgewählten Artikel mit den individuellen Werbebotschaften visualisieren lässt und dafür Sorge trägt, dass sie an den gewünschten Ort geliefert werden. 100 Prozent Zuverlässigkeit verspricht Martina Wolf. Sie ist

erst dann zufrieden, wenn ihre Kunden es auch sind. "Wenn wir von Kunden Bildern mit dem erfolgreichen Einsatz der Werbeartikel bekommen, dann ist das ein wunderschönes Feedback." Ein Blick auf ihre Referenzenliste, in der sich einige namhafte Kunden finden, gibt ihr Recht.

#### Auf Umwegen in die Branche

Dafür, dass die MWS Werbemittelagentur erst seit zwei Jahren am Start ist, scheint das zunächst ein wenig zu verwundern. Betrachtet man jedoch den Werdegang von Martina Wolf etwas genauer, stellt man sehr rasch fest, dass die gelernte Fremdsprachenkorrespondentin schon länger in der Werbeartikelbranche zuhause ist. Bevor sie im Mai 2016 den, wie sie es beschreibt, "Sprung ins kalte Wasser" wagte und ihr eigenes Unternehmen gründete, war sie bereits in verschiedenen Aufgabenbereichen und Branchen tätig. Bis 1987 arbeitete sie in ihrem Ausbildungsberuf in einem Autohaus. Nach drei Jahren dort stand für sie allerdings fest: Eine neue Herausforderung muss her. Sie wechselte in ein europaweit agierendes Maschinenbauunternehmen, war im Import-Export beschäftigt. Da ihr die Tätigkeit doch ein wenig zu eintönig erschien, wechselte sie 1992 noch einmal, machte ihren Handelsfachwirt, und wurde Assistentin der Geschäftsführung eines Chemieunternehmens. 1996 brachte dann noch einmal einen Wechsel und der führte sie direkt in die Werbeartikelbranche. Aus ihren vorherigen Anstellungen kannte sie bereits den Werbeartikelhändler Werbepartner Renz aus Leinfelden-Echterdingen, bei dem sie 1996 beginnen konnte. Hier stellte Martina Wolf sehr schnell fest, was sie im Berufsleben wirklich reizte: kreativ zu arbeiten, vielseitig sein und ihre kaufmännischen Fähigkeiten miteinbringen zu können. Mit der Geburt ihrer Tochter 1999 fuhr sie ihr Pensum jedoch runter, wollte mehr Zeit für das eigene Kind haben. Zwar gelang



ihr 2006 der stundenweise Wiedereinstieg. Doch wenig später kam die große Wirtschaftskrise. Sie musste erneut wechseln. Es kamen beruflich schwierigere Zeiten und neue Herausforderungen auf Martina Wolf zu. Nach der Neuausrichtung im privaten Bereich stand sie vor der entscheidenden Frage: was nun?

#### Mehr als eine Sofafirma

Gute Bekannte hatten ihr zur Selbstständigkeit geraten. Das hatte ihr einige schlaflose Nächte beschert. Aber verzweifeln ist nicht ihr Ding. Im Rückblick beschreibt Martina Wolf ihre damalige Situation so: "Hinfallen ist nicht das Problem, aber du musst wieder aufstehen, Niederlagen einstecken." Mit der Unterstützung aus dem Bekanntenkreis hat sie dann das Unternehmen Selbstständigkeit mutig in Angriff genommen und ihr eigene Werbemittelberatung aufgebaut. Die Branche und die Abläufe kannte sie. Über die nötigen Kontakte verfügte sie auch. Die MWS Werbemittelagentur war geboren. Wenn sie zunächst auch alleine begann, über eines war sich Martina Wolf von Anfang an im Klaren. "Ich wollte keine Sofafirma". Es sollte schon im Rahmen des Möglichen etwas Repräsentatives sein. So bezog sie ihre heutigen Räume in Stuttgart-Weilimdorf. Einige ihrer vorherigen Kunden sind mit ihr gewechselt und vertrauten weiterhin auf das, was sie bereits gewohnt waren: gezielte Beratung, passende Konzepte, eine gute Selektion und das beruhigende Gefühl, an die Hand genommen zu werden. Für Martina Wolf ein mehr als sicheres Startkapital.

#### Ideale Geschäftspartnerin gefunden

Bestandskunden zu pflegen, ist das eine. Neue Klientel hinzuzugewinnen, das andere. Da hat Martina Wolf bislang die gute Mundpropaganda geholfen. Allein darauf möchte sie sich jedoch nicht verlassen. So, wie sie Ideengeberin für ihre

Kunden ist, setzt sie auch ganz auf ihre Ideen bei der Neugewinnung. Ihr Konzept? "Intuition, Zufall, Glück, Eingabe", kommt ohne Zögern als Antwort. "Ein Patentrezept gibt es nicht. Ich überlege mir, wen ich integent finden könnte. Oft fällt mir

ressant finden könnte. Oft fällt mir etwas auf und dem gehe ich nach. Es ist schon vorgekommen, dass ich ursprüng-

lich jemand ganz anderes im Kopf hatte als den, den ich dann als Kunden gewinnen konnte. Aber genau das macht den Reiz aus." Die ideale Geschäftspartnerin dafür hat sie in Christine Hettrich gefunden, die sie seit Januar 2017 nicht nur unterstützt, sondern vielmehr bereits ihre rechte Hand geworden ist. Kennengelernt hatten sich die beiden bei einem früheren gemeinsamen Arbeitgeber. War die Gründung der MWS Werbemittelagentur noch ein Sprung ins kalte Wasser, mit Christine Hettrich war sie gleich auf der sicheren Seite. Die beiden Frauen ergänzen sich hervorragend, haben die gleiche Vorstellung davon, wie ihr Business ablaufen sollte. "Im Umgang mit unseren Kunden steht für uns beide das Persönliche im Vordergrund. Die Chemie muss stimmen", verrät Christine Hettrich, die, wie Martina Wolf, ihre Arbeit mehr im Hintergrund sieht. "Nicht wir glänzen, sondern unsere Kunden. Wir bleiben im Hintergrund. Wir sind zufrieden, wenn wir liefern dürfen. Wenn wir es dann wieder tun dürfen, ist das umso schöner." Die persönliche Schiene betonen beide Frauen unisono. "Bei uns gibt es keinen Shop. Wer zu uns kommt, hat alles vom Tisch, muss sich um nichts kümmern."

#### Nicht Profit um jeden Preis

"Wir möchten Freude wecken, schöne Erinnerungen schaffen, immer ein bisschen anders sein und uns über Ideen etablieren, die man sonst nicht so sieht", beschreibt Martina Wolf das, womit sie sich vom Wettbewerb abheben möchte. Und Christine Hettrich ergänzt: "Wir bieten Werbung zum Anfassen, denn Haptik ist das A und O." Dabei spielt Transparenz jederzeit eine entscheidende Rolle. Sauber zu kommunizieren. Deshalb gibt es auch für beide Frauen eine Grenze, was die Wahl von Werbeartikeln angeht. "Für uns sind Produkte, die durch Kinderarbeit entstanden sind, absolut tabu. Die Qualität des Werbeartikels muss im Vordergrund stehen, nicht der Profit um jeden Preis." Das wird auch die Maxime für die Zukunft sein, für die Martina Wolf noch einige Pläne hat. "Wir wollen weiter wachsen. Ich möchte mittelfristig gerne unsere Halbtagskraft zu 100 Prozent beschäftigen." Und sonst? "Mein Ziel ist es, in zwei Jahren eine eigene Hausmesse ausrichten zu können", verrät Martina Wolf. Eine große Herausforderung, aber bislang hat Martina Wolf noch immer geschafft, was sie sich vorgenommen hat.

powered by

intertek



Jahr für Jahr können Waren im Wert von mehreren Millionen Euro nicht in den Handel gebracht werden, weil sie mit Schimmelpilzen kontaminiert sind. Im schlimmsten Fall droht eine kostenpflichtige Vernichtung der Produkte. Solche Verluste lassen sich durch Prävention vermeiden.

#### Risiko Schimmelbefall

# Prävention macht Sinn

Truck oder Bahn – unterwegs, im Lager oder schon bei der Produktion ist die Gefahr groß, dass sich Schimmel an der Ware oder der Verpackung bildet. Vor allem bei komplexen Wertschöpfungsketten und langen Transportwegen ist das Risiko von Verkaufsausfällen durch Schimmelbildung enorm. In manchen Fällen lässt sich die Ware zwar aufbereiten, doch solche speziellen Dienstleistungen sind teuer und aufwendig. Betroffen vom Schimmelproblem sind unter anderem Produzenten, Lieferanten, Inverkehrbringer und Markenhersteller von Ge-

arenströme fließen heute unablässig rund

um den Globus. Ob per Luft- oder Seefracht,

vom Schimmelproblem sind unter anderem Produzenten, Lieferanten, Inverkehrbringer und Markenhersteller von Gebrauchsgütern, aber auch Logistiker sowie Lager- und Warenhaus-Manager. Sie alle können Kosten sparen, indem sie sich frühzeitig um Maßnahmen zur Schimmelprävention kümmern. Hierbei ist Intertek der ideale Partner.

#### Maßnahmen zur Schimmelvermeidung

Intertek-Experten verfügen über langjährige Erfahrung in der Schimmelidentifikation sowie über exzellentes Fachwissen darüber, welche Materialien bzw. Produkte betroffen sein können. Ausgehend von der Kenntnis, warum sich Schimmel bildet, erkennen sie schnell, welche Materialien, Chemikalien, Nährstoffe und Rahmenbedingungen das Schimmelwachstum begünstigen. So können sie zusammen mit Unternehmen effiziente Maßnahmen zur Schimmelvermeidung entwickeln und implementieren. Intertek bietet eine Vielzahl von Dienstleistungen, um Schimmelrisiken besser einzuschätzen und deutlich zu reduzieren. Bei der Einstufung des Risi-

kos sollte man produktunabhängig agieren. Entscheidend für die Risikobewertung sind die verwendeten Materialien wie etwa Leder, Holz, Naturfasern, Kork

Geeignete Maßnahmen zur Schimmelprävention erhalten den Wert empfindlicher und hochwertiger Produkte. Leder etwa ist eines der Naturmaterialien, die für Schimmel besonders anfällig sind. oder sonstige natürliche Materialien. Auch die geographische Lage (etwa in Monsun- und Taifun-gefährdeten Gebieten) spielt eine signifikante Rolle, ebenso wie das bei der Produktion herrschende (oft tropische) Klima. Intertek unterstützt Unternehmen entlang der kompletten Wertschöpfungskette: Auswahl passender Materialien und Rohstoffe, Erarbeitung geeigneter Maßnahmen zur Feuchtigkeitskontrolle bis hin zu Verpackung, Transport und korrekter Lagerung. Auch bauliche Mängel, die zu Schimmel an Gebäuden führen, werden aufgespürt, denn dieser kann sich auch auf Produkte übertragen.

#### **Qualifizierte Assessments**

Die Experten von Intertek bieten Unternehmen qualifizierte Assessments an, die Lösungswege zur Behebung festgestellter Mängel in den Produktionsstätten aufzeigen. Personalschulungen, die auf Wunsch mehr oder weniger in die Tiefe gehen, komplettieren das Angebot. Es reicht vom Komplettpaket Schimmelprävention bis zu simplen Quick-Checks durch fabrikinterne Mitarbeiter, die sich an gegebenen Problematiken jeweiliger Produktionsstätten orientieren. Trainings und Schulungen vermitteln in jedem Fall viel mehr als nur das benötigte Grundwissen. Soll schimmelbefallene Ware aufgearbeitet werden, kooperiert Intertek mit einem unabhängig und seriös operierenden Dienstleister.

#### Intertek als Projektpartner des BMZ\*

Im Rahmen eines auf zwei Jahre befristeten DEG-Projektes (Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbG) engagiert sich Intertek in Kooperation mit der WKS Gruppe, einem renommierten Fachdienstleister für die Bekleidungsindustrie, bei der Schimmelprävention in China und Vietnam. Ziel des Projektes ist es, nachhaltig Lösungen in diesen Ländern zu implementieren, um Schäden durch Schimmel für deutsche Unternehmen, die dort produzieren, zu minimieren oder gar zu vermeiden.

 ${\it *Bundesministerium\ f\"ur\ wirtschaftliche\ Zusammenarbeit\ und\ Entwicklung}$ 





# Sicherheit und Qualität von Werbeartikeln

powered by intertek





# **PSI** kooperiert mit Intertek

Für PSI Mitglieder bedeutet das: Vergünstigte Inhouse-Workshops, die zwischen Intertek und PSI Mitgliedern inhaltlich nach Bedarf abgestimmt werden können.

Das vergünstigte Angebot Workshop zu den drei Themen:

- Qualitätssicherungskonzepte für Werbeartikel
- **Social Compliance Audits**
- **REACH-Konformität**

Alle weiteren Informationen finden Sie unter:

connect.psi-network.de/Intertek2018









### So macht Schrauben Spaß

Jeder, der das lästige, immer wieder neue Ansetzen an einer Schraube kennt, wird den Wera-Kraftform **Kompaktschrauber mit Ratschenfunktion** zu schätzen wissen. Mit diesem Ratschenschraubendreher spart der Anwender das lästige Umgreifen und kann bis zum Anschlag weiterschrauben, ohne das Werkzeug aus der Schraube nehmen müssen. Zusätzlicher Clou: Im integrierten Bit-Magazin befinden sich sechs unterschiedliche Bits mit den gängigsten Profilen. Viel Werkzeug mit praktischer Ratschenfunktion auf engstem Raum.

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



### Werbung liegt auf der Hand

Für **nachhaltige Handtücher** mit individualisierter Jacquardeinwebung aus 100 Prozent europäischer Produktion ist Herka ein kompetenter Ansprechpartner. Alle Frottierprodukte sind vielfach zertifiziert (Öko-Tex, EMAS, ISO14001) und werden seit über 90 Jahren in der traditionsreichen Textilregion Waldviertel in Österreich gefertigt. Bereits ab 100 Stück wird jede Werbebotschaft großflächig in Szene gesetzt. Dabei sind alle Tuchgrößen, Farben sowie Materialien möglich. Außerdem eignen sich Jacquardeinwebungen auch zur Veredelung als Velourshandtuch. So werden zwei wichtige Kundenkriterien zur Perfektion getrieben: Weichheit und Saugkraft.

PSI 46235 • HERKA GmbH • Tel +43 2864 2317 sales@herka-frottier.at • www.herka-frottier.at https://www.psiproductfinder.de/yznlyw

## Das auffällig andere Accessoire

Der neue Bumper von Sanders Imagetools ist nicht nur optisch ein Hingucker. Erhältlich in fünf verschieden Silikonhüllen transportiert er mit hochwertiger Sonnenmilch die Werbebotschaft effektiv und wirksam. Mit der praktischen Schlaufe zum Anhängen wird er gleichzeitig zum Mode-Accessoire. Mit der Sonnenmilch ist man bestens für den Strandausflug gewappnet, da der hohe Lichtschutzfaktor von 30 optimalen Schutz für jeden Hauttyp bietet. Jetzt sogar mit **verbesserter, nanofreier Rezeptur**. Der typische Duft unterstreicht die Markenartikelqualität der Sonnenmilch. Der Bumper ist ab 250 Stück und innerhalb kurzer Lieferzeit erhältlich.

PSI Journal 5/2018

PSI 46551 • Sanders Imagetools GmbH & Co. KG
Tel +49 9401 607980 • welcome@imagetools.com • www.imagetools.com
https://www.psiproductfinder.de/zge1nt





#### It-Piece für die Dame

Was für den Herrn die Krawatte, ist für die Dame der Schal: Als modisches Kombinationswunder verleiht er ihrem Outfit den letzten Schliff. Wer keine Lust auf eine Kette hat, findet in den hochwertigen Schals von Club Crawatte Crefeld eine stylishe Alternative. Die **feinen Schals** der Krefelder sind aus geschmeidigem, hundertprozentigem Polyester-Chiffon gefertigt. Sehr feinmaschig und luftig-zart, eignen sich halbtransparente Chiffonstoffe mit ihrem weich fließenden Fall optimal für Schals. Die Kreationen der Krefelder sind etwa 45 x 180 Zentimeter groß und bereits ab einem Stück lieferbar. Ab 30 Stück sind sie mit Veredelung im Druck erhältlich, ab 100 Stück mit individueller Gestaltung.

PSI 43606 • Club Crawatte Crefeld GmbH • Tel +49 2151 7812990 service@club-crawatte.de • www.club-crawatte.de https://www.psiproductfinder.de/ywm0mj

# Lineale Datenscheiben & Datenschieber



## schreiner coburg passion to innovate

Eichhofweg 17 | 96450 Coburg Tel.: +49 (0)9561 8330-11 Kontakt: info@schreinercoburg.de

#### Mehr Profil im Werbeauftritt

Werbedrucke, die man fühlen kann, machen einen ganz besonderen Eindruck und bleiben in Erinnerung. senator® bietet zwei Verfahren, die den Druck auf Kugelschreibern spürbar hervorheben. Bei dem neuen Schaftdruck 360° Plus ergänzt eine zusätzliche Lackschicht den bis zu vierfarbigen Druck. Diese hochglänzende Lackschicht lässt sich sowohl großflächig über das gesamte Logo als auch partiell aufbringen, um Details besonders hervorzuheben. Möglich ist dieser neue haptische Druck sowohl auf den glänzenden als auch matten Oberflächen und einer großen Modellauswahl des senator® Sortiments. Noch mehr Aufmerksamkeit realisiert das Unternehmen mit dem HD Druck, einem digitalen Direktdruck auf hochglänzend weißen Kugelschreiberschäften.

PSI 41838 • Senator GmbH • Tel +49 6162 8010 info@senator.com • www.senator.com https://www.psiproductfinder.de/ytizzd



#### Talentierter Shoppingbegleiter

Ein **Multitalent**, mit dem alle großen Einkäufe richtig in Fahrt kommen, stellt Reisenthel mit seinem Carrycruiser vor. Ein stabiler Aluminiumrahmen, das herausnehmbare, waschbare Innenfutter und die herausnehmbare Netz-Innentasche machen den Cruiser zum beliebten Shoppingbegleiter. Der verstellbare Schultergurt mit Polster, eine zweifach ausziehbare Teleskopstange und große, leicht laufende kugelgelagerte Räder sorgen für gutes Handling. Der Shopper ist in verschiedenen Uni-Color-Varianten und mit attraktiven aktuellen Dekoren lieferbar.

PSI 47182 • Reisenthel Accessoires GmbH & Co. KG
Tel +49 8105 77292240 • promotion@reisenthel.de • www.reisenthel.com
https://www.psiproductfinder.de/zgjhnm

#### Als Bienenretter aktiv werden

**Urban gardening** oder auch guerilla gardening ist nicht einfach ein neuer Modebegriff sondern ein **Trend**, dem immer mehr umweltbewusste Hobby-Gärtner ihre Freizeit widmen. Mit Produkten wie dem Bienen-Klappkärtchen oder dem Bienchen-Samenpapier knüpft die emotion factory an das topaktuelle Thema "Bienen retten" und urbanes Gärtnern an, denn jedes dieser Produkte und acht weitere Werbemittel enthalten bienenfreundlichen Blumensamen. Echte "Samenbomben" im Sinne des guerilla gardening sind die Flower-Balls in der praktischen Einzelverpackung aus Karton, der individuell gestaltet werden kann. All diese Werbeartikel mit Blumensamen machen die Städte und Umwelt grüner und dienen als Nektarspender für die wichtigen gelb-schwarzen Insekten.

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





#### Kindheitserinnerungen

Beim Steine-Flitschen muss man sich den passenden Stein erst suchen. Anders beim JUMPY **Wasserhüpfer** aus Kunststoff von team-d. Der hat bereits die perfekte Form und geht im Gegensatz zu einem Stein auch nicht unter, so dass man gleich erneut "flitschen" kann. JUMPY hat die Form eines UFOs, misst acht Zentimeter im Durchmesser und kommt in Blau, Rot und Gelb mit einem Smile-Gesicht zum Empfänger.

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







#### Volltreffer für die Fußball-Promotion

Die Verbindung der positiven Stimmung im Vorfeld der Fußball-Weltmeisterschaft mit einer aufmerksamkeitsstarken Werbeaktion schafft der exklusive **Countdown-Kalender** von CD-LUX. Er verkürzt die Wartezeit bis zum großen Ereignis und hält die Werbung im Blickfeld. Die Countdown-Kalender sind rundum individuell bedruckbar. Das gilt auch für die Innentürchen, die für Fan- und Rabattaktionen genutzt werden können. Gefüllt mit Power-Traubenzucker oder feiner Schokolade kommt dieses Werbemittel auch bei Sportlern gut an! Verschiedene Größen, Formate und individuelle Türchenanzahlen sind nach Kundenwunsch lieferbar.

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

#### Die kleine Portion Fußballrasen

Die **Naschtasche** mit einer kleinen Portion essbarem Rasen und einem Kaugummi als Fußball ist ein Beitrag von Zuckerbäcker zum bevorstehenden Event auf dem grünen Rasen. Fruchtiger Apfelgeschmack kombiniert mit dem klassischen Kugel-Kaugummi lassen Fan-Herzen höherschlagen. Die Naschtaschen werden von Hand in Deutschland gefüllt und sind bereits ab einer kleinen Mindestmenge von 500 Stück mit individuellem Druck erhältlich. Großflächigen Platz für Werbebotschaften bietet das Reiterkärtchen auf der Innen- und Außenseite.

PSI 48449 • Der Zuckerbäcker GmbH • Tel +49 7131 8996146 werbeartikel@der-zuckerbaecker.de • www.der-zuckerbaecker.de https://www.psiproductfinder.de/ode2nz



#### Heller Helfer im Alltag

Den perfekten Helfer im Alltag und auf der Reise stellt Spranz mit der neuen **Metmaxx® Lupe** LED&See vor. Die optisch qualitativ hochwertige Lupe mit integrierter Taschenlampe und Lesebeleuchtung hilft bei allen kleinen und größeren Alltagsproblemen, teilt der Anbieter mit. Der Empfänger erhält diese Lupe im ansprechenden Designkarton inklusive der passenden Knopfzellen-Batterien.

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





#### Effektiver Datenschutz

Loken Token, erhältlich bei SDI Gifts, ist ein praktischer USB-Speicherstick im High-Tech-Design mit integriertem fünfstelligem mechanischem Kombinationsschloss für **zusätzliche Datensicherheit** bei Verlust. Das im Kunststoffmantel eingekleidete Speichermedium ist erhältlich in Kapazitäten von 16, 32 sowie 64 Gigabyte und basiert auf der USB 3.0 Technologie. Das für Endgeräte mit OTG-Funktion geeignete Produkt ist kompatibel mit Windows/Android und kann mit einem Logo personalisiert werden, etwa per Tampondruck auf der Hinterseite des Sticks oder Thermo-Druck auf dem Anhänger.

PSI 48834 • SDI gifts s.r.o. • Tel +420 9 10119478 info@sdigifts.com • www.sdigifts.com https://www.psiproductfinder.de/nddjm2

#### Für die Kunden von morgen

Das farbenfrohe Buntstifte-Set Jotta von Giving Europe ist ein **maßgeschneidertes Set** für die Kunden von morgen: Es kommt im praktischen Nylon Etui zum Empfänger und besteht aus acht Buntstiften in den Farben Hellblau, Orange, Schwarz, Rot, Pink, Gelb, Lila und Grün. Dazu gibt es einen Anspitzer aus Metall. Der Kunststoff Karabinerhaken am Etui rundet dieses Buntstifte-Set als perfekten Streuartikel ab. Die Werbeanbringung erfolgt mittels Tampondruck.

PSI 45737 • Giving Europe B.V. • Tel +31 344 640500 contact@givingeurope.com • www.givingeurope.com https://www.psiproductfinder.de/nda1nt



#### PromoTex Expo feiert Premiere | Großer Messeverbund

Vom 8. bis 10. Januar 2019 feiert die PromoTex Expo Premiere in Düsseldorf. Schwerpunkt der für Promotion-, Sports- und Workwear konzipierten internationalen Fachmesse werden die Themen Werbetextilien, Teamwear, Corporate Fashion, Haus- und Heimtextilien sowie Textilveredlung sein. Mit der PromoTex Expo, die zeitgleich zur PSI und viscom stattfindet, forciert Reed Exhibitions seine Messeaktivitäten im Themenfeld Marketing und Werbung.

Durch den Verbund der drei eigenständigen Veranstaltungen PromoTex Expo, PSI und viscom entsteht Europas größte Messe zum Thema Werben und Verkaufen. Zusammen zählen die drei Messen über 1.000 ausstellende Unternehmen und mehr als 20.000 Fachbesucher aus aller Welt. "Sie bilden damit auf internationalem Niveau das gesamte Spektrum der visuellen, textilen und haptischen Werbung und Kommunikation ab", erklärt Michael Freter, Geschäftsführer Reed Exhibitions Deutschland. Mit dem frühen Termin im Januar bildet die PromoTex



Expo künftig den Auftakt ins neue Geschäftsjahr. Internationalität ist dabei Trumpf: Aus mehr als 80 Nationen werden Textilveredler, Textilfachleute, Werbeartikelhändler, Werbetechniker, Designer und Agenturen erwartet. "Fast jeder zweite Fachbesucher reist aus dem Ausland an – ein Internationalitätsgrad, der europaweit einzigartig ist. Denn hier auf der PromoTex Expo treffen sie die wichtigen internationalen Textilhersteller, Importeure, Textilhändler und Veredlungsdienstleister", unterstreicht Petra Lassahn, die als Event Director für das gesamte Messe-Trio verantwortlich ist. Rund 140 Aussteller werden zur Erstveranstaltung der PromoTex Expo in Halle 13 des Düsseldorfer Messegeländes erwartet. Im Mittelpunkt stehen dabei die Trendthemen Mass Customization und Personalisierung, Smart Clothes, Nachhaltigkeit in der textilen Produktionskette sowie die Textilveredlung in ihrer ganzen Vielfalt. Kreative Sonderschauen zu wichtigen Branchenthemen so-

wie Networking-Formate wie das Matchmaking runden das Programm ab. Parallel zum neuen Ausstellungsbereich "Textilveredlungstechnologie" der viscom wird die Halle 13 zum Hotspot der Textilveredlung, textilen Promotion und Weiterverarbeitung.

#### Stefan Roller-Aßfalg übernimmt Projektleitung

Stefan Roller-Aßfalg, seit fast 20 Jahren in der Textilveredlungs- und Promotion-Branche tätig, wird Projektleiter der PromoTex Expo. "Ein Glücksfall für uns, ein Glücksfall für die Branche: Stefan Roller-Aßfalg ist ein geschätzter Kenner der Branche, ein kluger Kopf und verlässlicher Partner der Unternehmen. Das Standing, das er in der gesamten Branche hat, ist enorm", so Michael Freter. Roller-Aßfalg hatte im Herbst 1999 die Redaktion der Fachzeitschrift "TVP Textilveredlung & Promotion" übernommen und begleitete zugleich die internationale Fachmesse "TV TecStyle Visions", die erstmals im Jahr 2000 stattfand. Hier war er maßgeblich für die Entwicklung des umfassenden Rahmenprogramms verantwortlich. Als selbstständiger Unternehmer bleibt Roller-Aßfalg weiterhin Leiter der Akademie für Textilveredlung, unter deren Dach er seit zwei Jahren Aus- und Weiterbildungsangebote für die Branche organisiert. "Ich freue mich sehr, diese Erfahrung auf internationaler Ebene einzubringen. Die Aufgabe, die PromoTex Expo im Kontext der PSI und viscom aufzusetzen, hat viel Perspektive und macht den besonderen Reiz aus", so Stefan Roller-Aßfalg.

#### PSI bleibt closed shop

"Der Besuch der PSI bleibt weiterhin ausschließlich PSI Mitgliedern und zertifizierten Agenturen vorbehalten. Durch die Schaffung einer eigenen textilen Werbewelt – der PromoTex Expo – stärken wir den exklusiven Charakter der PSI. Denn besonders aus dem Textil-Werbebereich war immer wieder der Wunsch nach einer offenen Handelszone geäußert worden, die über die Grenzen der PSI hinausgeht. In der neuen Struktur werden wir beiden Seiten gerecht." Damit haben PSI Mitglieder künftig die Möglichkeit, vom breiten Spektrum aller drei Messen zu profitieren. Die PromoTex Expo und die viscom sind für internationale Fachbesucher ohne Mitgliedschaft zugänglich. Wie bisher belegt die PSI die Hallen 9 bis 12, ihr schließen sich die PromoTex Expo in Halle 13 sowie die viscom in Halle 14 an.

79 Au

**Aufträge** 

49
Internationalität

# FAKTOR AKQUISE

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





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**



PSI No. 46925

www.pinsundmehr.de

#### PACKSACK / DRY BAG



PSI No.46925 www.pinsundmehr.de

#### **EINKAUFSWAGENLÖSER / KEY CHAIN**



PSI No. 49467

www.einkaufswagenlöser.de

#### **REGENSCHIRME / UMBRELLAS**



PSI No.48847 www.samsonite.de

#### **KUNSTSTOFFERZEUGNISSE / PLASTIC PRODUCTS**



PSI No. 44724

www.promowolsch.de

#### SCHLÜSSELFINDER / KEY FINDER



PSI No. 49467

www.einkaufswagenlöser.de

#### **SCHREIBGERÄTE / WRITING INSTRUMENTS**



SPIELWAREN / TOYS

# SEMO SOFT MINIS Softer geht's nicht. Plüschtierwelt TRIGON Deutschland GmbH Kränkelsweg 28 · D · 41748 Viersen · Tel. 021 62 - 53 008-0 Fax · 53008-20 · E-mail: info@semo.de · www.semo.de

PSI No. 44970

www.semo.de

#### **TASCHEN AUS BAUMWOLLE / COTTON BAGS**



PSI No. 42320

www.fischer-import.de

## TELESKOP-TASCHENLAMPEN / TELESCOP FLASHLIGHTS



PSI No.44455

www.linotex.com

# WERBE- & PROMOTIONSMATTEN / ADVERTISING AND PROMOTION MATS



PSI No.43358

www.promotion-mats.eu

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk PSI Supplier Finder 2/2017 oder online in unserem PSI Product Finder

www.psiproductfinder.de

#### STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS

#### 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



#### **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)

- Sie betreuen und bearbeiten unsere komplette Auftragsabwicklung mit dem modernen ERP-System Navision.
- Sie kaufen gezielt Produkte und Dienstleistungen ein.
- ${\bf Sie}\ koordinieren\ die\ angeschlossenen\ Abteilungen\ Logistik\ und\ Konfektion.$
- $\label{lem:mitunserem} \textbf{Mit} \, \textbf{unserem} \, \textbf{großen} \, \textbf{Portfolio} \, \textbf{an} \, \textbf{Werbeartikeln} \, \textbf{pflegen} \, \textbf{Sie} \, \textbf{eine} \, \textbf{Produktdatenbank} \, \textbf{für} \, \textbf{den} \, \textbf{Verkauf}.$

#### Optimal passen Sie zu uns:

- Sie verfügen über eine qualifizierte Ausbildung und haben Erfahrung im Einkauf/ Auftrags-abwicklung, idealerweise aus dem Konsumgüterbereich.
- $Sie\ k\"{o}nnen\ kurzfristig\ eine\ besondere\ Affinit\"{a}t\ zu\ gegenst\"{a}ndlichen\ Werbeartikeln\ entwickeln}.$
- Sie arbeiten gerne im Team, sind erfolgsorientiert und ehrgeizig. Ihre Arbeitsweise ist systematisch und strukturiert.

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

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

Werbung begreifbar machen.



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

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
- gerne Englischkenntnisse in Wort und Schrift

#### Das sollten Sie mitbringen:

- erfolgreich abgeschlossene kaufmännische Ausbildung
- mehriährige 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



Neuffenstraße 12 | 89518 Heidenheim Telefon +49(0)7321.9854-0 nfo@liha-werbung.de | www.liha-werbung.de

#### **INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS**

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page	48847	Samsonite GmbH	082	
42332	Prodir	001	42809	F. Pecher GmbH	083	
42907	Inspirion GmbH	007	42320	Fischer-Import GmbH	083	
43053	Pustefix GmbH	011	43358	Kleen-Tex Industries GmbH	083	
45452	CD-LUX GmbH	013	44455	LINOTEX GmbH	083	
45860	Gutsweine Zimmermann GmbH & Co. KG	017	44970	TRIGON Deutschland GmbH	083	
45974	Multiflower GmbH	018	17222	Brand.it GmbH	084	
44286	Vulkan Brauerei GmbH & Co. KG	018	46120	EUPens.com by The Pen Warehouse	084	
45767	Bottle Promotions	021	1423	LIHA-WERBUNG Max Liebhaber GmbH & CoKG	084	
43892	Römer Wein und Sekt GmbH	023	1807	WOLF & PABICH GmbH	084	
42299	adamo design GmbH	025	40972	PF Concept International BV	002+003	
48316	CHOCOLISSIMO by MM Brown Deutschland GmbH	033	42819	Gustav Daiber GmbH	005, 055	
50870	OOH magazine Sp. z oo	037		PSI Reed Exhibitions Deutschland GmbH	031, 041, 043, 085, 087	
47814	Lupenmaxx GmbH	049	46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	047, 082	
42020	mbw® Vertriebsges. mbH	051				
47182	Reisenthel Accessoires GmbH & Co. KG	053				
41848	uma Schreibgeräte	057	Beilage / Insert (*Teilauflage / part circulation)			
41016	Heri-Rigoni GmbH	059	47411	1 badge4u Wojciech Pawlowski*		
46325	Slodkie Upominki	061	49467	Einkaufswagenlöser.de*		
48471	MrDISC	063	44455	LINOTEX GmbH*		
49331	R <sub>3</sub> D, LDA	065				
	DKMS	069				
	Intertek Holding Deutschland GmbH	073				
40785	Schreiner Coburg GmbH	075				
46506	Confiserie Burg Lauenstein GmbH	077				
	AUMA e.V.	081				
49467	PiNkey AG	082				
44724	PROMOWOLSCH - The Customer Factory	082	1			



# Konfession und Ideologie



n was oder wen glauben Sie? Eine philosophische oder auch konfessionelle Frage. Ob Kirche oder Staatsform, Kommunismus oder Kapitalismus – jeder von uns glaubt an Dinge, die uns in der Gesellschaft Zusammenhalt geben. Oftmals glauben wir, darin die einzige Wahrheit zu erkennen. Unsere Gesellschaft gründet sich auf Geschichten, an die wir glauben und auf deren Basis wir Regeln aufgestellt haben. Der israelische Historiker Yuval Noah Harari beschreibt in seinen Werken eindrücklich, wie sich die Menschheit mit Geschichten, an die sie glaubt, im Laufe der Jahrhunderte Regeln für das Zusammenleben gegeben hat.

Wir sehen in Zeiten der digitalen Disruption, wie sich solche Geschichten immer öfter in Wohlgefallen auflösen. Das hat aber auch etwas Gutes. Man rückt wieder enger zusammen, man spricht mehr miteinander und besinnt sich auf alte Werte und Traditionen. Ich glaube deshalb auch nach wie vor an die Bedeutung des Handels. Die Analysen der letzten PSI haben gezeigt, wie stark das Geschäft auf der Messe gepusht werden kann, wenn der Händler mit seiner Kompetenz entsprechend berät und vermittelt.

Wir bauen deshalb auch unsere Dienstleistungen für die Händler weiter aus. Das macht sich in der erweiterten Handelsabteilung des PSI sowie in weiteren Sourcing-Services bemerkbar. Am wichtigsten ist uns dabei der direkte Kontakt zu Ihnen. Ein aktuelles Beispiel: Gerade ging eine neue Generation des Product-Finders an den Start, die zusammen mit einer großen Händler-Testgruppe entwickelt wurde. Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Wir glauben eben daran, dass es nur gemeinsam geht!



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





# PS (

Die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

8-10 Januar Düsseldorf 2019

Jetzt Stand buchen!

www.psi-messe.com

DIE WELT
DES WERBENS
UND VERKAUFENS





Internationale Fachmesse für Promotion-, Sports- und Workwear



Organised by





#### Alles, was gut tut

Um gesund und fit zu bleiben, investieren die Menschen große Summen in ihr Wohlbefinden und ihre Lebensqualität. Das galt zwar schon im Altertum, allerdings nur für privilegierte Schichten. In unsren Tagen ist aus dem Gesundheits- und Wohlfühlbedürfnis unter dem Zauberwort "Wellness" längst ein riesiger Industriezweig geworden. Die Werbeartikelwirtschaft begleitet diesen weiter anhaltenden Trend mit einer Fülle an verschiedensten wirkungsstarken Produkten. Eine Auswahl der neusten stellen wir im Juni vor. Dazu kommen Novitäten aus dem Bereich der "Marken- und Designprodukte".

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktthemen der Ausgabe Juli 2018 mit den Themengruppen "Weihnachten, Präsentsets, Veredelung" sowie "Täfeln und Genießen" und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 16. Mai 2018 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

#### Zeitloses Geschäft mit der Zeit



Mehr als 80 Jahre liegen nun zwischen dem ersten Bremer "Schiffahrtskalender" und einem weltweit erfolgreichen Werbekalender-Sortiment. Die Geschichte des Kalenderherstellers terminic umfasst zahlreiche interessante Facetten. 1937 entwarf die damalige Buchdruckerei B.C. Heye & Co. für die Unterweser Reederei AG Bremen den weltweit ersten 3-Monatskalender. Seither hat sich viel getan. Wie sich das Unternehmen heute präsentiert und für die Zukunft rüstet, darüber berichten wir in der nächsten Ausgabe.

#### Ausgesprochen stylish



Die Traditionsmarke Stedman® mit ihren mehr als sechs Jahrzehnten Erfahrung in der Produktion von ebenso nützlicher wie zeitgemäßer Bekleidung zählt mittlerweile auch zu den erfolgreichsten europäischen Marken im Bereich hochqualitativer Werbetextilien. Die neue Kollektion umfasst 134 Styles für Herren, Damen und Kinder, darunter auch 18 neue Styles.

#### **Impressum**

Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von

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

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

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, André Weijde

**Redaktion:** Edit Line Verlags- und Produktions-GmbH Dekan-Laist-Straße 17, D-55129 Mainz

im Auftrag der PSI GmbH

Chefredakteur: Manfred Schlösser Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

Redaktion: Martin Höchemer, Anke Zimmermann, Simon Frauendorfer,

Christian Jacob, Werner Menzel, Christoph Zimmermann

Chef vom Dienst: Martin Höchemer Head of Publishing: Anja Heidbüchel Anzeigenverkaufsleitung: Lars Kessler

**Key Account Kunden** 

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

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

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

Junior Sales Manager: Julian Coronato, julian.coronato@reedexpo.de Marina Eickhaus

marina.eickhaus@reedexpo.de

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,

qpe@qpexpo.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 Höchemer, Anke Zimmermann u.a. Titelmotiv und redaktionelle Beiträge teilweise unter Verwendung von Fotos von www.fotolia.de

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

Druck: Kössinger AG

D-84069 Schierling

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 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







# Branchenbarometer EUROPA



1/2018





#### **Impressum**

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

Tel +49 211 90191-0 Fax +49 211 90191-185 E-Mail info@psi-network.de

www.psi-network.de

Grafik: fotolia.de / © phongphan5922 U1 / © kartoxjm S. 4

schlicht [design] Nicole Schlicht Neustraße 40, 40213 Düsseldorf www.schlicht-design.de

**PSI Branchenbarometer Februar 2018** 

Herausgeber: Michael Freter

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, Michael Freter, André Weijde

Kontakt: institute@psi-network.de

© PSI Promotional Product Service Institute Alle Rechte vorbehalten Nutzung, Vervielfältigung, auch Datenbanken nur für PSI Mitglieder.

In Zusammenarbeit mit techconsult GmbH



Das "PSI Brachenbarometer" und/oder die darin enthaltenen Daten darf der Distributor/Supplier ausschließlich für den eigenen gewerblichen Gebrauch nutzen. Jede entgeltliche oder unentgeltliche Weitergabe des "Supplier Finder" und/ oder des "PSI Branchenbarometer" sowie der darin jeweils enthaltenen Daten ist dem Distributor/Supplier untersagt. Der Distributor/Supplier ist verpflichtet, den "Supplier Finder" und das "PSI Branchenbarometer" sowie die darin enthaltenen Daten streng vertraulich zu behandeln. Nachdruck und Vervielfältigung des "Supplier Finder" und/oder des "PSI Branchenbarometer" sind dem Distributor/Supplier untersagt. Der Distributor/Supplier ist verpflichtet, für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen eine der vorstehenden Verpflichtungen unter Ausschluss der Einrede des Fortsetzungszusammenhangs an PSI eine Vertragsstrafe von jeweils 1.000,00 EUR zu zahlen.

Die Geltendmachung weitergehender Schadensersatzoder sonstiger Ansprüche durch PSI bleibt unberührt und die fristlose Kündigung des Vertrages durch PSI vorbehalten.



#### **Vorwort**

#### PSI - Ein Netzwerk, das viel zu bieten hat!

Das PSI (Promotional Product Service Institute) dient der Werbeartikelwirtschaft in Europa und ihren Marktteilnehmern seit mehr als 50 Jahren als Dienstleister und Kontaktplattform. Seine Leistungen unterstützen über 6.000 Marktteilnehmer wie Hersteller, Importeure, Veredler, Händler und Agenturen bei ihrer täglichen Arbeit. Zentrale Dienstleistungen sind persönliche Beratung und Produktrecherche, Marketing, Weiterbildung, Branchenkontakte und Lösungen für die online Produktsuche. Diese Services ermöglichen es unseren Mitgliedsunternehmen Geschäft zu generieren und nachhaltig profitabel zu wachsen.

#### **PSI** Messe

Die PSI in Düsseldorf ist der Treffpunkt Nr. 1 für Europas Werbeartikelbranche. Ungefähr 18.000 Agenturen und Händler aus über 80 Ländern treffen auf rund 1.000 Hersteller und Importeure aus mehr als 35 Nationen. Im Januar, zu Beginn des neuen Geschäftsjahres veranstaltet, bietet diese umfangreichste Plattform drei Tage lang 50 echte Produkt-Premieren neben Innovationen, Trends, Geschäftsanbahnungen, Kontaktpflege und Weiterbildung. Alles was Sie benötigen, um wertvolle Einblicke in den Markt zu erlangen, Mehrwert für Ihre Kunden zu schaffen und Geschäfte zu generieren.

#### **PSI** Branchenbarometer

Werbeartikel sind gefragt, der Markt agiert auf hohem Niveau, zu diesem Ergebnis kommt die inzwischen sechste Auflage des "PSI Branchenbarometers". PSI Mitglieder erzielten 2017 gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzplus von durchschnittlich 5,2 Prozent. Auf ähnlichem Niveau liegt auch die Prognose für 2018.

Mit dem europaweiten PSI Branchenbarometer hat das PSI ein eigenes Marktforschungs-Tool konzipiert, das die aktuelle Lage als auch Trends der Branche abfragt und so regelmäßig Marktdaten und Brancheninformationen liefert.

An der aktuellen Marktstudie haben über 700 PSI Mitglieder teilgenommen.

Analysiert wurden neben den immer wiederkehrenden Themen zu Umsatz, Umsatz-Prognose und Nachhaltigkeit, diesmal auch Auftragsvolumen sowie eine Sicht auf Potentiale nach Branchen und Produktsegmenten. Um die richtigen Entscheidungen treffen zu können, müssen Unternehmer wissen, wie es im Markt aussieht, hierzu gehören unter anderem auch Informationen über die für Werbeartikel attraktivsten Branchen und profitabelsten Produktsegmente.

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt weiterhin an Bedeutung. Händler aber insbesondere auch Hersteller nehmen die gesellschaftliche Verantwortung ernst und orientieren sich zunehmend in Richtung nachhaltige Qualität. Mit der Größe der Unternehmen steigt zudem der Anteil der Unternehmen mit Zertifizierungen. Vor allem Mittelständler ab 25 Mitarbeiter nehmen eine Vorreiterrolle ein. Sie sehen in Nachhaltigkeits-Zertifizierungen eine Notwendigkeit und einen Wettbewerbsvorteil.

Neu im Branchenreport wurden Fragen zu der im Mai 2018 in Kraft tretenden gesetzlichen Veränderung zum Thema Datenschutz (DSGVO) aufgenommen. Im Vergleich zur bisherigen Rechtslage kommen auf die Unternehmen einige gravierende Änderungen zu.

Es ist daher wichtig, sich intensiv damit zu beschäftigen und vorzubereiten. Seitens der PSI Mitglieder gibt es noch deutlichen Handlungsbedarf, insbesondere in kleinen Unternehmen.



# **Teilnehmerstruktur**

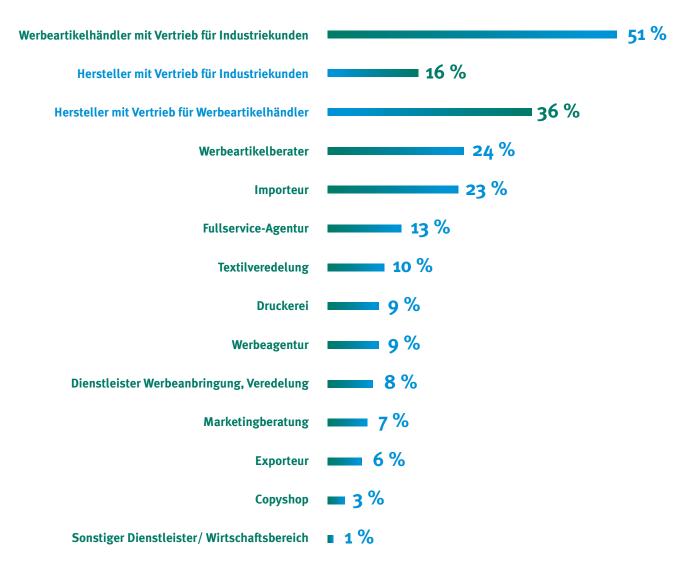
# Hauptsitz der 740 Unternehmen, die am Branchenbarometer 1/2018 teilgenommen haben

Lieferanten					Händler
	Deutschland Großbritannien Niederlande Spanien Schweden	50,2 % 10,5 % 7,1 % 5,2 % 4,9 %	44,4 % 16,7 % 6,1 % 5,3 % 3,5 %	Deutschland Großbritannien Österreich Spanien Schweden	<b>Deutschland</b> Großbritannien
<b>Deutschland</b>	Polen Türkei	3,4 % 3,0 %	2,9 % 2,6 %	Niederlande Schweiz	Österreich
Großbritannie		1,9 %	2,3 %	Italien	Spanien
Niederlande	Belgien Italien	1,5 % 1,5 %	1,8 %	Frankreich Belgien	Schweden
Spanien	Österreich	1,5 % 1,1 %	1,2 %	Griechenland Finnland	Niederlande
Schweden	Tschechien	1,1 %	0,9 %	Türkei	
Polen	Dänemark Russland Ungarn	0,7 % 0,7 % 0,7 %	0,6 % 0,6 % 0,6 %	Kroatien Rumänien Russland	
	Estland Kroatien	0,4 % 0,4 %	0,3 % © PSI 2018 0,3 %	Lettland Luxemburg	
	Rumänien Anderes Land	0,4 % 3,7 %	o,3 % o,3 %	Norwegen Polen	
			0,3 % 0,3 % 6,7 %	Portugal Tschechien Anderes Land	



#### Geschäftsfelder der teilnehmenden Unternehmen – Gesamtübersicht Europa

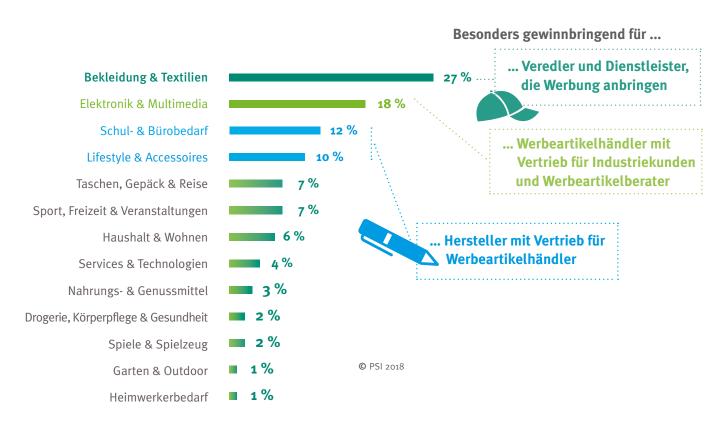
(Mehrfachnennungen möglich)



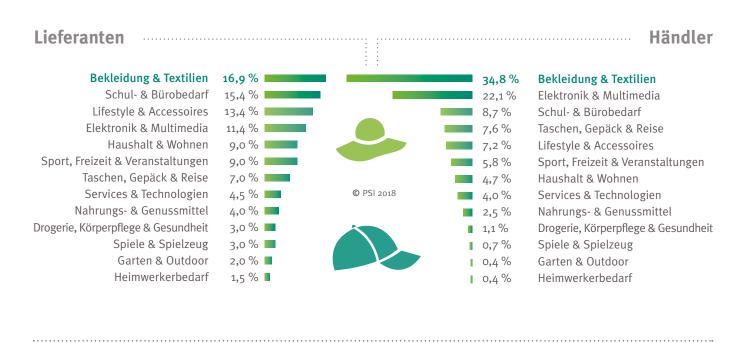
© PSI 2018



#### Welches Produktsegment war 2017 das profitabelste?



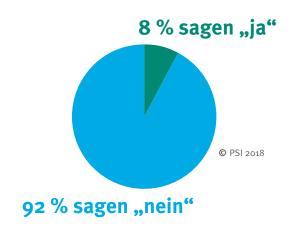
#### Das profitabelste Produktsegment in 2017 aus Sicht der befragten Unternehmen

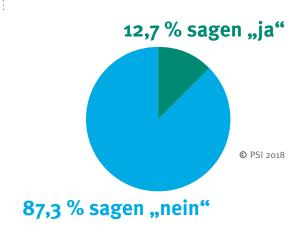




#### Das profitabelste Produktsegment 2017 – Hat sich hieran etwas geändert?

Lieferanten Händler





#### Den befragten Teilnehmern ist aufgefallen:

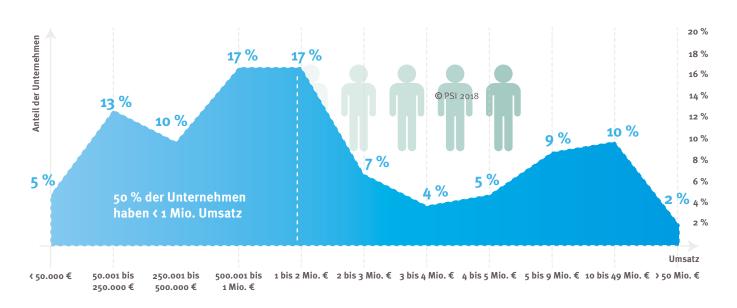
- **Eigenentwicklungen** in der hochwertigen personalisierten **Druckproduktion**.
- **Bio-Mode** und **ökologischer** Textilsiebdruck wird **zunehmend** angefragt.
- Das **Qualitätsbewusstsein** nimmt kontinuierlich zu.
- Das Thema **Dienstleistung** gewinnt an **Bedeutung**.
- Der Trend geht zu wertigen Artikeln.
- Unsere Kunden benötigen **innovativere** und **kreativere** Produkte als in der Vergangenheit.
- Die **europäische** Produktion steht im Mittelpunkt.
- Es **scheint**, dass Unternehmen **mehr Budget** für Werbeartikel **2017** zur Verfügung hatten.

#### Den befragten Teilnehmern ist aufgefallen:

- Unsere Kunden fragen vermehrt Produkte an, die hilfreich sind und eine lange Nutzungsdauer haben.
- Es werden vermehrt **Tassen** und **Porzellanbecher** angefragt, da der **Trend** weg vom Plastikbecher geht.
- Es gibt viel mehr Auswahl an **Veredelungs- methoden**, die dem Kunden angeboten werden können.
- Neue Produkte werden das gesamte Jahr über gelauncht.
- Es fällt auf, dass wesentlich mehr elektronische Produkte angefragt werden.



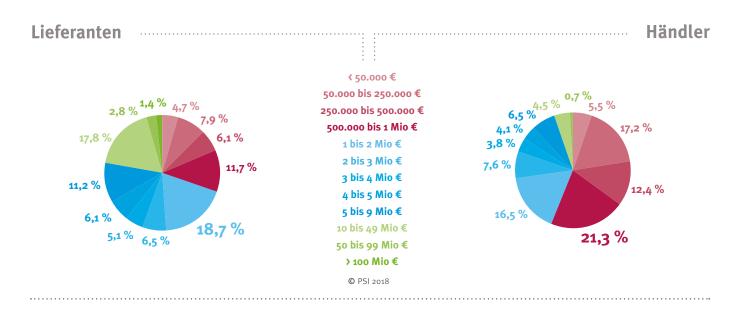
#### Umsatzhöhe in Bezug zur Anzahl der Mitarbeiter



Die befragten Mitgliedsunternehmen erzielten 2017 einen Umsatz von durchschnittlich 6,4 Mio. €

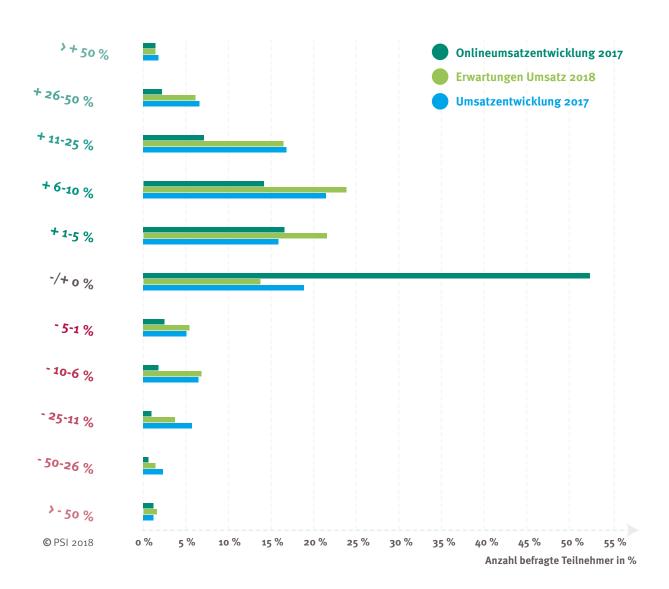
Ø 8,4 Mio. € Umsatz Hersteller mit Vertrieb für Werbeartikelhändler Ø 4,3 Mio. € Umsatz Werbeartikelhändler Das Importvolumen lag bei Ø 12,4 Mio. € Exportiert wurden Waren in Höhe von Ø 5,8 Mio. €

#### Umsatz mit Werbeartikeln 2017 in Europa





#### **Umsatzentwicklung - Online Umsatz - Erwarteter Umsatz 2018**



#### Der Markt für Werbeartikel entwickelt sich weiterhin positiv!

Online Umsatzentwicklung: Ø 3,4 %.
Davon Dienstleister Werbeanbringung, Veredelung (+7,2 %)
und Hersteller mit Vertrieb für
Werbeartikelhändler (+5,2 %).

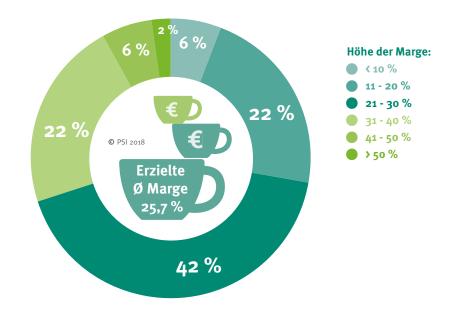
Prognose für 2018: Ø 5,3 %.

Textilveredler und Hersteller mit Vertrieb für Industriekunden erwarten 7,6 % und 7,0 % Wachstum. Umsatzwachstum 2017: Ø 5,2 %.

Überdurchschnittliches Wachstum 2017 bei Werbeagenturen (+8,7%), Importeuren (+7,7%) und Herstellern mit Vertrieb für Industriekunden (+6,0%).



#### Wie hoch beziffern Sie die durchschnittliche Marge 2017?

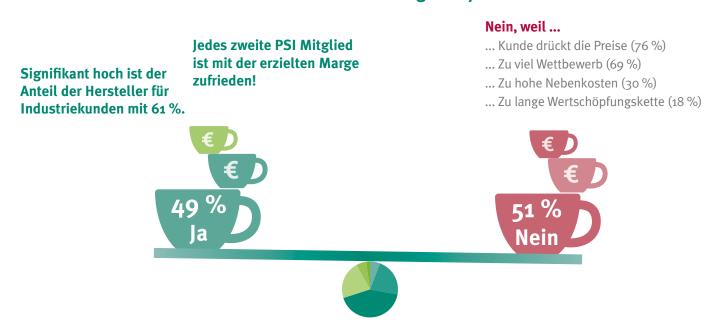


#### Hersteller und Händler liegen im Durchschnitt!

Exporteure haben eine Marge von Ø 29,8 %.

Dienstleister mit Werbeanbringung und Veredlung beziffern ihre Marge mit Ø 28,6 % .

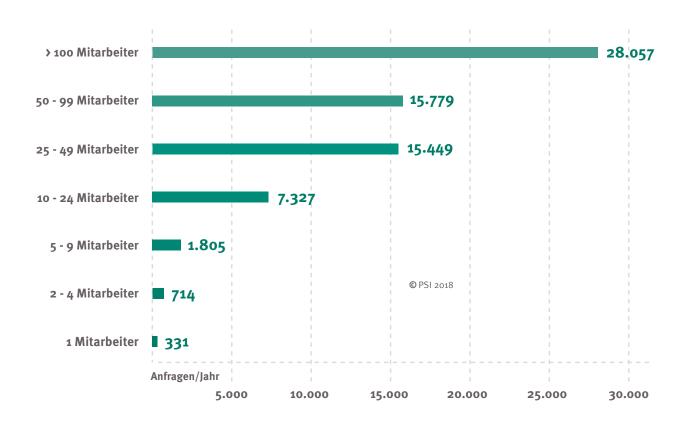
#### Sind Sie zufrieden mit der durchschnittlichen Marge 2017?





#### Wie viele Anfragen bearbeiten Sie pro Jahr? Nach Größenklassen

(mit und ohne Folgeaufträge)









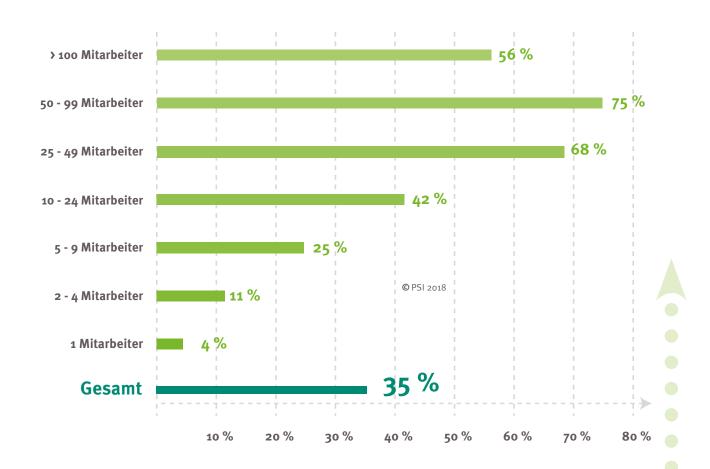
Der Orderbetrag einer Lieferung beträgt durchschnittlich € 2.100

**Exporteure Ø € 4.670** 

.....



# Haben Sie im Jahr 2017 Maßnahmen zur Zertifizierung ergriffen oder Nachweise der Nachhaltigkeit Ihrer Tätigkeit erlangt?









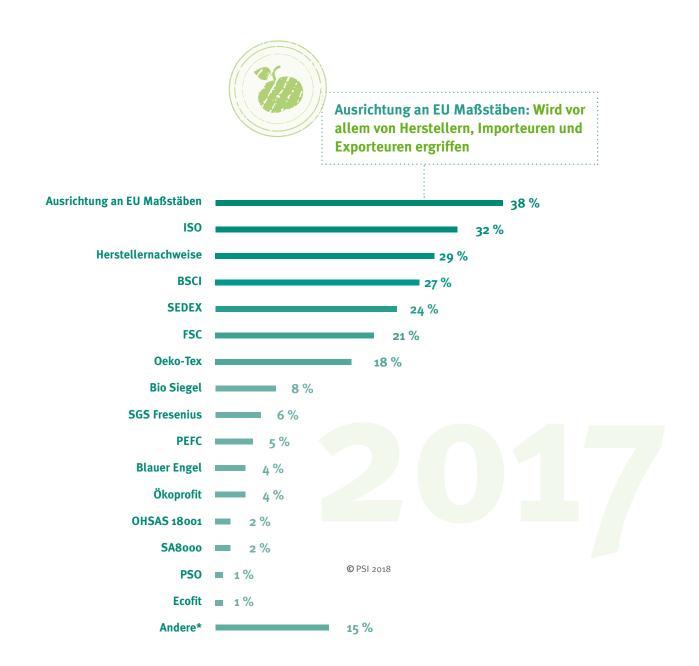


#### Nachhaltigkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung!

Lieferanten nehmen mehr als andere Bereiche die gesellschaftliche Verantwortung ernst und orientieren sich in Richtung nachhaltige Qualität.



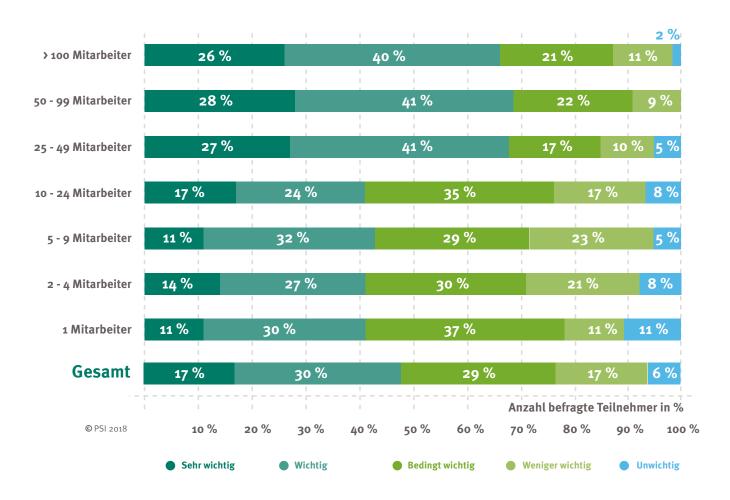
#### Welche Maßnahmen zur Zertifizierung haben Sie im letzten Jahr ergriffen?



#### \*Andere genannte Top-Zertifikate

- Achilles - BEE - BRC
- RISQ - EMAS - IFS
- Ecovadis - ROHS - HACCP
- WBE - UTZ - AIM
- GOTS - Social Charta

#### Wie wichtig sind Zertifizierungen oder Nachweise von Nachhaltigkeit für Sie?



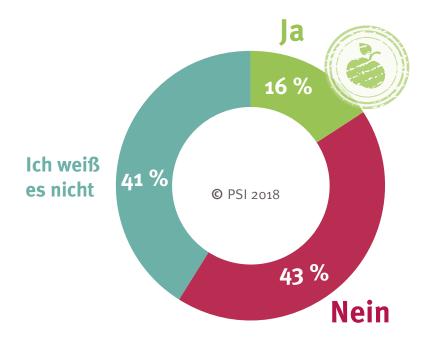
\ZIT

Jedem zweiten Unternehmen sind Zertifizierungen oder Nachweise von Nachhaltigkeit wichtig. Je größer das Unternehmen umso wichtiger!





# Entscheiden sich Ihre Kunden aufgrund Ihres Angebots an nachhaltigen Produkten für Sie?



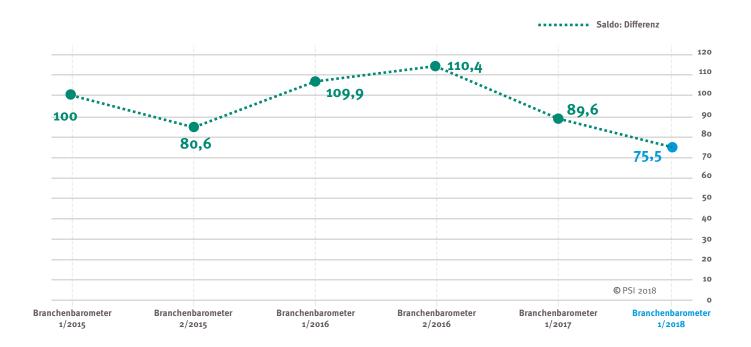
Nur 16 % glauben, dass die Entscheidungen der Produkte auf Basis der Nachhaltigkeit fallen.

Die Mehrheit der Unternehmen sieht in der Nachhaltigkeit keinen Treiber.



# **PSI Konjunkturindex**

#### **PSI KonjunkturIndex**



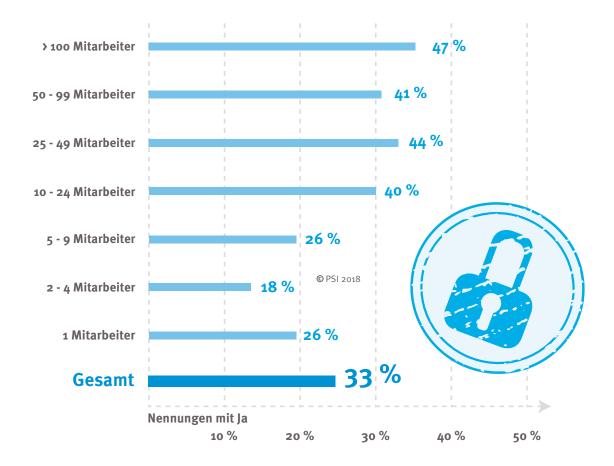
Der PSI Konjunkturindex sinkt in 2017 auf 75,5 %.

Im direkten Vergleich ist das Wirtschaftswachstum also 2017 nicht so stark gewesen, wie bisher. Dennoch hält der Index mit knapp 14 Punkten unter Vorjahr ein weiterhin sehr hohes Niveau.



### **Branchentrends**

Im Mai 2018 wird es eine gesetzliche Veränderung zum Thema Datenschutz geben (DSGVO); sind Sie darauf vorbereitet?



Noch zu wenig Unternehmen haben sich mit der DSGVO befasst.
Besonders in kleinen Unternehmen besteht dringend Handlungsbedarf!

17



#### Bisher erschienen:



















Für Rückfragen und Anregungen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung. Alle früheren Ausgaben des Branchenbarometers finden Sie downloadbar unter: www.psi-network.de/branchenbarometer.

Kontakt: institute@psi-network.de





# Weiß auf Blau ist das neue Schwarz auf Weiß.

Verlässliche Messedaten tragen dieses Zeichen:



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



