Düsseldorf · G-30212

PSI Journal
Internationales Magazin
für Werbeartikel

August/September 2018
57. Jahrgang

PSI JOURNAL





PSI · PromoTex Expo · viscom

Die neue Welt des Werbens und Verkaufens

Jan Breuer
mbw
Mit Sympathie und Kreativität

Product Guide
Ökologische und
nachhaltige Produkte
Kosmetik und Körperpflege

PF Concept
Nachhaltigkeit
aus Überzeugung

SL Bags
Mehrwert
statt Einweg

KMS Kafitz
Vom Datenträger- zum
Werbeartikel-Experten

Geiger-Notes
mypromo: Rundumlösung
für die Branche

FRISCHER WIND...

FÜR DIE BRANCHE!



100,- € Bonus für Ihre erste Bestellung.*
Code: PSI-09

XPROM®

Ihr Importpartner für Werbeartikel

frische ideen | coole preise | starker service

* Gültig für Bestellungen bis zum 31.12.2018 bei einem Netto-Mindestbestellwert von 1.000 Euro. Den Bonus-Code bitte bei Ihrer Bestellung angeben.

Nöckersberg 39 · 45257 Essen · T: 0201 – 84823-0 · F: 0201 – 84823-25
xprom.de · info@xprom.de



Editorial

Aktiv im Wandel

Heute möchte ich Sie an dieser Stelle auf zwei Themen aufmerksam machen, die Sie in dieser Ausgabe des PSI Journals finden.

Einmal ist da das politische Wirken eines Herstellers und Importeurs in Deutschland, das beispielhaft ist: elasto, im romantischen Städtchen Sulzbach-Rosenberg zuhause, hatte erneut politischen Besuch vor Ort und konnte diesem die Probleme der Branche hautnah vor Augen führen (Seiten 52/53). Bei einem Besuch im vergangenen Jahr traf ich bei elasto auf Jens Spahn (MdB), heute Gesundheitsminister im Kabinett Merkel. Beim jüngsten Besuch war Rita Hagl-Kehl (MdB), parlamentarische Staatssekretärin für Fragen des Verbraucherschutzes, im Unternehmen zu Gast. Thema des Tages: Gleiches Recht für alle im Handel und Schutz für die Verbraucher. Ein Themenkreis der Zukunft, der endlich angegangen werden muss, sonst gerät die europäische Wirtschaft in Schieflage – nicht nur die Werbeartikelwirtschaft. Regeln, die nur von einem Teil der Marktakteure eingehalten werden, haben eine zerstörerische Wirkung auf das Ganze. Man weiß das, nur die Politik weiß es noch zu wenig. Deshalb sind solche Termine mehr als Gold wert.

Mindestens genauso wichtig ist es, dass wir in der Branche mit der Zeit Schritt halten und uns dem Wandel in einer globalisierten und digitalisieren Welt nicht verschließen. Der Handel ist im Wandel, keine Frage. Wer das nicht sieht, der macht bewusst die Augen zu. Schon die Globalisierung hat enorme Bewegung in die Warenströme gebracht, die Digitalisierung hat dies noch zusätzlich befeuert. Nicht einfach, da seinen Platz für die Zukunft zu finden. Kleiner Trost: auch Verlage, Apotheken und viele andere Branchen stehen vor den gleichen Aufgaben.

Das PSI hat über die vielen Jahre seit seiner Gründung immer versucht, die Zukunft im Blick zu haben und der Branche die Wege in die Zukunft zu ebnen – das liegt in seiner Genetik, die der Gründer Walter Jung ihr eingepflanzt hat. Die PSI 2019 wird ein neuer Meilenstein in dieser Entwicklung sein. Die größte Messe für haptische Werbung in Europa wird zwei Messe-Geschwister bekommen: die neu kreierte PromoTex Expo und die viscom, letztere ist eine traditionsreiche Messe für visuelle Kommunikation (Seiten 10 bis 19). Drei Messen aus dem Themenbereich „Werben, Verkaufen und Kommunizieren“ zur gleichen Zeit und nur ein paar Schritte voneinander entfernt. Das ist das, was die Akteure in den Bereichen Werbeartikelwirtschaft, Marketing, Werbung und Kommunikation brauchen. Und das Gute für PSI-Mitglieder: Nur sie können alle drei Messen besuchen und neue Produkte, Ideen und vielleicht sogar Geschäftsmodelle finden – Chancen eben.

Viel Glück dabei



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

New QS**30**.
The working tool.



prodir®

Personality pens.
Swiss made.

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich
T +43 2622 40301

www.prodir.com
open.prodir.com

TRENDS & BRANDS 4

MARKTFORSCHUNG 8

DIE NEUE WELT DES WERBENS UND VERKAUFENS 2019 10

PRODUCT GUIDE
Ökologische & nachhaltige Produkte 20

MARKTFORSCHUNG
Unternehmen, Ereignisse, Märkte 46
elasto: Hoher SPD-Besuch 52
GWW Newsweek: „Werbekünstler" on tour 54
GWW feiert „Silbernes" 60
PIAP: Präzise Indikatoren für mehr Erfolg 62

PRODUCT GUIDE
Kosmetik und Körperpflege 64

UNTERNEHMEN
PF Concept: Nachhaltigkeit aus Überzeugung 76
SL Bags: Mehrwert statt Einweg 80
25 Jahre KMS Kafitz Medienservice 82
Troika: Partnerschaft mit National Geographic 84

BUSINESS
mypromo: Rundumlösung für die Branche 86
45. Deutscher Marketing Tag 88
Intertek: Gefahren auch in Details aufspüren 90

PORTRAIT
Jan Breuer: Mit Sympathie und Kreativität 92

PRODUCT GUIDE
Innovative Produkte 96

MY PSI 110

MEINUNG 118

VORSCHAU – IMPRESSUM 120

uma®
Die Handschrift der Werbung



Modell LUMOS
in 15 trendigen
Farben erhältlich.

Fordern Sie gleich unsere
LUMOS-Broschüre mit
Originalmuster an:
s.bachlmayr@uma-pen.com

LUMOS



LUMOS
0-9560



LUMOS GUM
0-9560 GUM



LUMOS M GUM
0-9560 M GUM

www.uma-pen.com



Ein Ticket – drei Messen 10

Mit der PromoTex Expo und der viscom gibt es 2019 erstmals parallel zur PSI zwei weitere Fachmessen zu den verwandten Themen textile und visuelle Werbung, die die PSI hervorragend ergänzen. PSI-Mitglieder können mit ihrem Messe-Ticket alle drei Veranstaltungen besuchen. Ein erster Blick auf die neue Welt des Werbens und Verkaufens.

Hoher SPD-Besuch bei elasto 52

Rita Hagl-Kehl, Mitglied des Deutschen Bundestages und Parlamentarische Staatssekretärin bei der Bundesministerin der Justiz und für Verbraucherschutz, war bei elasto zu Gast. Sie hatte sich auf den Weg gemacht, um mit den Verantwortlichen des Herstellers und Importeurs von Werbeartikeln über faire Bedingungen im Handel zu sprechen.



Newsweek 2018: „Werbekünstler“ on tour 54



„Promotional ARTists“ lautete die Parole, unter der die GWW Newsweek ihre Runde durch acht deutsche Städte absolvierte. Zum Abschluss machte die Werbeartikelshow als Partner des Verbandes Promoswiss erstmals auch in der Schweiz Station.

Breakout-Session für Werbeartikel 88

Als wesentlicher Bestandteil eines erfolgreichen Marketing-Mix ist es eine logische Konsequenz, dass der Werbeartikel nun auch einen eigenen Programmteil im Rahmen des Deutschen Marketing Tages erhält – dank einer Initiative, an der das PSI maßgeblichen Anteil hat.



Immer preiswerter werdende Mode hat dazu geführt, dass Kleidung zunehmend zum Wegwerfartikel wird. Dieser Entwicklung stellt sich die Bewegung „Slow Fashion“ entgegen – ein Trend, der nicht auf schnelllebige Trends setzt. Auch der PSI Branchenbarometer registriert ein Abrücken von der Wegwerfmentalität. Ökologische Komponenten rücken in den Fokus.



Entschleunigte Textilien





Nachgeschlagen

Slow Fashion, so das Lexikon der Nachhaltigkeit, ist nachhaltige, entschleunigte, bewusste Mode, die im Gegensatz zur schnelllebigen Massenware steht. Kleidung aus Biostoffen oder recycelten Materialien, gebrauchte Sachen, Produkte von kleineren Labels, die lokal produzieren, Stücke, die länger halten und nicht aus der Mode kommen.



Ein Statement für den professionellen Business Auftritt

Das setzen Sie am besten mit Business-Taschen aus der Kollektion PRO DLX 5.

samsonite.de | F +49 221 921 641 46 | werbemittel@samsonite.com



In Sachen Nachhaltigkeit gehen (junge) Textilprofis längst auch ungewöhnliche und vor allem neue Wege. So entwirft das französische Label Hôtel einzigartige Jacken aus recycelten Vorhangstoffen aus Pariser Hotels, Motels und Hostels. www.peppermynta.de, „Hôtel – Recycling Mode aus alten Pariser Hotel-Vorhängen“

Textile Nachhaltigkeit 4.0

Forscher der australischen RMIT University arbeiten an der Entwicklung von Textilien, die sich von selbst reinigen. Alles, was man dann noch tun muss, ist die Klamotten für rund sechs Minuten in die Sonne zu legen. Währenddessen wird der Schmutz und Dreck entfernt. Möglich machen dies speziell entwickelte Nanostrukturen. www.trendsderzukunft.de, „Mit Hilfe der Sonne: Forscher arbeiten an selbstreinigenden Textilien“





Schon seit Längerem arbeiten Materialwissenschaftler an smarten Textilien, die selbsttätig den Herzschlag messen oder auf Feuchtigkeit mit einer Farbänderung reagieren. Um solche Stoffe herzustellen, greifen Forscher meist auf synthetische Polymere (Kunststoffe) zurück, die sie chemisch nachbehandeln. Wissenschaftler um Filipe Natalio von der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg haben nun Baumwollpflanzen dazu gebracht, Zellulosefasern mit vorgegebenen Eigenschaften herzustellen. www.spektrum.de, „Smarte Textilien“

** Die Abbildungen auf Seite 4 und 6 sind Schmuckbilder und spiegeln nicht die beschriebenen Produkte und Verfahren wider.*


myrtle beach
JAMES & NICHOLSON
daiber
#HOODIELOVE
JN1143 & JN1144
Erhöhte Strapazierfähigkeit und Elastizität durch Interlock-Qualität – diese Jacke punktet als Allrounder für Business und Freizeit mit sportiver Leichtigkeit.
Hotline: +49 7432/7016-800
www.daiber.de
NEUE WEBSITE
www.daiber.de

46 **Milliarden** Euro wurden im Jahr 2017 in Deutschland für kommerzielle Kommunikation ausgegeben, schreibt horizont.net.

2,9%

mehr Wachstum *gegenüber dem Vorjahr prognostiziert Dentsu Aegis Network in Sachen Werbeausgaben 2018 laut statista.com.*

28.057

Anfragen *erhält jeder Werbeartikellieferant und -händler mit mehr als 100 Beschäftigten durchschnittlich pro Jahr. Unternehmen mit bis 50 Beschäftigten 15.449. Das ergab das aktuelle PSI Branchenbarometer.*

Die Hälfte

der vom Bund beschafften **Textilien** soll bis 2020 nachhaltig sein. So sieht es der Textil-Maßnahmenplan der Bundesregierung 2017 vor.

97,7 Milliarden

US-Dollar wurden laut GroupM im Jahr 2017 in Westeuropa in Werbung investiert. 2018 sollen die Werbeausgaben bei mehr als 100,2 Milliarden US-Dollar liegen, schreibt statista.com.

530 **Beschwerdefälle** zu Werbemitteln gingen 2017 beim Deutschen Werberat ein. Diese Zahl hat der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW in seinem Jahrbuch „Werbung 2018“ veröffentlicht. Werbeartikel wurden dabei nicht explizit genannt.

Jeder Dritte

der für das **PSI Branchenbarometer** Befragten sieht in Aufträgen aus der Automobilindustrie das höchste Umsatzpotenzial. Ebenfalls in den Top 5 befinden sich das Finanz- und Versicherungsgewerbe, der Handel, das Baugewerbe und der Tourismus.

ZWILLING
J.A.HENCKELS



www.zwilling.com

GESCHENKIDEEN FÜR JEDEN ANLASS

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

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









PSI · PromoTex Expo · viscom

Die **neue Welt** des Werbens und Verkaufens

Gestalten oder erleiden? Das ist die Frage, der sich Unternehmen in sich wandelnden Märkten schon immer stellen mussten – heute vielleicht mehr denn je. Auch die Veranstalter von Messen stellen sich dieser Frage. Ausstellern und Besuchern müssen sie Perspektiven bieten, Zukunftsszenarien zeigen, moderne Techniken vorstellen, angrenzende Geschäftsfelder erschließen. Kurz gesagt, sie müssen aufzeigen, wie und womit man gestalten kann, damit das Erleiden nicht infrage kommt. Chance muss die Option sein. Deshalb gibt es jetzt eine zeitliche und räumliche Plattform für drei Messen: PSI, PromoTex Expo und viscom, das ist die neue Welt des Werbens und Verkaufens.

Das Internet hat die Welt des Kaufens und Verkaufens mehr verändert als jede technische Innovation zuvor. Die Welt ist quasi zum Dorf geworden. Man muss nur einen Klick machen und kann alles haben. Alles vor der eigenen Haustür. Amazon, Rakuten, eBay, CQout, Alibaba, Linio oder Tokopedia: Online-Marktplätze und Verkaufsplattformen. Viele handeln und liefern rund um den Globus, andere spezialisieren sich auf Kontinente. Mit wenigen Englisch-Kenntnissen kann man überall einfach alles bestellen.

Wandel als Ziel

Gleichzeitig drängen eher traditionell aufgestellte Quereinsteiger in die Werbeartikelwirtschaft – auch das ein Vorgang, den Branchen seit Jahrhunderten erleben. Nur nicht so schnell und nicht mit solch finanzieller Kraft. Wenn Zinsen weltweit im Keller sind, suchen sich Investoren neue Wege, um ihr Geld zu mehren. Gezielt werden weltweit tätige Unternehmen kreiert, damit die großen Konzerne der Welt Ansprechpartner auf Augenhöhe haben. Die Geschäfte mit den Großen teilen sich dann die Großen. Die Welt der Werbeagenturen hat diese Konzentrationsprozesse Ende des vergangenen Jahrhunderts massiv durchlebt. Heute machen die großen internationalen Agenturen zweistellige Milliardenumsätze und haben zigtausend Beschäftigte. In junger Vergangenheit greifen zusätzlich Drucker und Logistiker an. Digitalisierung und Optimierung von Workflows ist für sie Alltagsgeschäft. Nein, das ist kein Bangemachen, das sind ganz einfach Tatsachen. In diesen sich wandelnden Märkten müssen die Unternehmen der Werbeartikelwirtschaft ihren Platz suchen und finden – sicher auch behaupten. Ohne den Wandel als Ziel wird dieser Prozess nicht zum Erfolg führen. Viele Unternehmen im PSI haben dies schon erkannt und sich auf den Weg gemacht. Einige haben sich ganz dem Online-Handel verschrieben, halten aber meist auch traditionelle Vertriebswege daneben aufrecht. Andere reichern ihr Geschäftsfeld um neue Elemente an. Sie stellen ganz die

Beratung in den Vordergrund oder rüsten technisch auf, werden teilweise zum Dienstleister für Kollegen und Kunden. Wieder andere beliefern nicht nur Events mit Werbeartikeln oder Promotional Textiles, sie organisieren, initiieren oder gestalten die Events und ziehen Gewinne aus der ganzen Wertschöpfungskette.

Neue Messe-Kreation eröffnet neue Chancen

Das neue Konstrukt, drei Messen zeitgleich mit sich berührenden, ergänzenden, manchmal sogar überschneidenden Themen, ist eine Antwort auf all diese Fragen und Entwicklungen. Sie sollen in ihrer Vielfalt Anregungen geben, Lösungen präsentieren und den Blick für neue Chancen öffnen. Das ist das, was Messen tun können und sollen. Im Hause Reed hat man über Jahre am Konzept dieser Konstellation gearbeitet und schließlich die Lösung gefunden: drei Messen gleichzeitig an einem Ort und mit eigentlich einem Thema: Marketing. Nun kann man das sicher unterschiedlich sehen. Für die einen ist es eben das, für die anderen ist es Kommunikation, für wieder andere klassische Werbung. Es ist auf jeden Fall eine Messe-Kreation, die die Szene und die Unternehmen bereichern wird. <

„Eine der größten Messen für Werben und Verkaufen“

Das PSI Journal sprach mit Petra Lassahn. Die Messefrau mit 31 Jahren Berufserfahrung hat schon einige Messen erfolgreich geführt, neu konzipiert und neue Themen an den Start gebracht. Als Event Director verantwortet sie heute das Messe-Trio PSI, PromoTex Expo und viscom.

Glücklich, dass die neue Messe-Konstellation gefunden wurde?
Na ja, finden tut man so was nicht. Das war ein langer Prozess innerhalb der Geschäftsführung, der erweiterten Geschäftsleitung und den Projektmanagern bei Reed Exhibitions. Wo viel Know-how ist, gibt es auch viele Meinungen.

Aber bei dieser Neu-Schöpfung und Zusammenführung gibt es doch kaum Risiken?
Immerhin musste die viscom ganz nach Düsseldorf geholt werden. Bis dato fand sie ja im Wechsel mit Frankfurt statt. Und sie war ein Oktober-/November-Termin. Das hieß, ein Jahr ohne viscom zu verantworten und den Wechsel in den Januar. Eigentlich ein besserer Termin, aber Messen lieben keine Wechsel. Und die PromoTex Expo musste von der Idee über die Nomenklatur bis zum Namen neu erfunden werden. Risiken also doch und wert, ausgiebig diskutiert zu werden. Aber wir sind jetzt bester Dinge.



Was signalisieren die Märkte?
Die Werbeartikelwirtschaft ist sehr gespannt. Die Textilwirtschaft hoch erfreut und die Firmen der visuellen Kommunikation, Drucker und Werbetechniker also, sind froh, endlich eine neue und dauerhafte Heimat zu haben. So könnte man es kurz formulieren.

Aus der Werbeartikelwirtschaft hörte man aber auch kritische Stimmen.
Aus allen drei Branchen hörte man kritische Stimmen. Aber aus unzähligen Gesprächen über viele Monate hinweg wissen wir, dass die große, ja die übergroße Mehrheit die Chancen sieht, die dieses Messe-Volumen ihnen bietet. Es ist eine der größten Messen für Werben und Verkaufen in Europa geschaffen worden. Das muss man sich mal auf der Zunge zergehen lassen. Wenn ich Werbeartikelhändler, Werbetechniker oder Textil-Frau wäre, ich wäre drei Tage voll beschäftigt und käme mit einem Korb voller neuer Ideen nach Hause. So denken viele, das wissen wir.

So selbstsicher?
Einfach sicher. Wir sind ein weltweit führendes Messeunternehmen. Bei uns macht man keine quick-and-dirty-Entscheidungen – zumindest nicht bei solchen Themen. Wir befragen und testen die Märkte sehr intensiv, denn aus diesen Märkten kommen unsere Kunden. Messen sind Spiegelbilder der Märkte, wobei ich lieber sage: Messen sind Schaufenster der Märkte. Da ist das Neue zu sehen und Neues bietet neue Chancen – auch für uns.

Können Sie uns kurz den Kern der drei Messen beschreiben?
Der Kern besteht aus „werben, verkaufen, kommunizieren“, hier treffen Werbeformen aus der haptischen, textilen und visuellen Welt aufeinander. Jeder, der in diesem großen Umfeld von Marketing und Werbung tätig ist, wird so viel Neues entdecken, dass es sein Zeitbudget zwangsläufig sprengen wird. Noch nie gab es diese Vielfalt, noch nie gab es auch so viel Transfer von Wissen um neue Techniken. Und alles auch zum Anfassen. Also mehr Zeit einplanen, kann ich nur jedem Besucher raten. Jedes Geschäftsmodell kann sich aus dem Angebot der drei Messen enorm bereichern. Wobei die PSI-Mitglieder ja den Vorteil haben, dass sie alle drei Messen besuchen können.

Mit der PromoTex Expo und der viscom finden 2019 erstmals parallel zur **PSI** zwei weitere Fachmessen zu den verwandten Themen textile und visuelle Werbung statt, die die PSI hervorragend ergänzen. PSI-Mitglieder können mit ihrem Messe-Ticket alle drei Veranstaltungen besuchen, auf denen sie zusammen auf über 1000 Aussteller treffen.

PSI 2019: Mehrwert für PSI-Mitglieder durch neue Themenvielfalt

Ein Ticket, drei Messen

Drei eigenständige Messen mit spezifischem Charakter zur gleichen Zeit und in angrenzenden Hallen – das ist die neue Welt des Werbens und Verkaufens, die vom 8. bis 10. Januar 2019 in Düsseldorf ihre Premiere feiert. Mit den Themen haptische, textile und visuelle Werbung deckt das Messe-Trio das gesamte Spektrum der Werbefomen below the line ab. Damit ist der B2B-Event von der Angebotsvielfalt und Größe her nicht nur neu, sondern auch einzigartig in Europa. Nachhaltigkeit, Innovation und Mass Customization sind die wichtigsten Trends, die auf allen drei Veranstaltungen unter anderem in Form von Sonderpräsentationen, Live-Demonstrationen und diversen Info-Formaten umgesetzt werden. Im offenen Bereich „Marketing Innovations“ in Halle 12 bietet jede Messe ausgewählte Angebote aus ihrem Themenfeld an, die für alle Besucherzielgruppen zugänglich sind. Dieser themenübergreifende Bereich macht deutlich, wie sich die verschiedenen Werbetools im Marketing ergänzen können.

PSI weiterhin exklusiv für Mitglieder

Die PSI wird auch 2019 wieder ein internationaler Branchenevent, der PSI-Mitgliedern innovative Produktideen, aktuelles Praxiswissen und viele Anlässe zum Networking bietet. Die PSI ist die größte und traditionsreichste Veranstaltung unter den drei zeitgleich stattfindenden Messen. Wichtig zu wissen: Die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft bleibt als exklusive Branchenplattform ausschließlich PSI-Mitgliedern vorbehalten. Es dürfen nur Mitglieder des PSI Netzwerks sowie verifizierte Agenturen die PSI besuchen. Die Werbeartikelbranche bleibt auf der PSI also unter sich, sodass Aussteller und Händler wie gewohnt Kontakte knüpfen und pflegen können. Da der Textilbereich jetzt Teil der neuem Textilmesse PromoTex



Sehen, anfassen, schmecken: Auf der PSI steht das multisensorische Erlebnis im Fokus.



Mit ihrem Messe-Ticket können PSI-Mitglieder auch die PromoTex Expo und die viscom besuchen, die in den angrenzenden Hallen stattfinden.



„Drei Messen mit drei sich ergänzenden Themenbereichen – da können PSI-Händler neben Werbeartikeln noch vieles entdecken, was sie ihren Kunden zusätzlich anbieten können. Deswegen lohnt es sich, die ganzen drei Messetage zu nutzen und sich auf allen Veranstaltungen intensiv umzusehen."

Micheal Freter, Geschäftsführer Reed/PSI

Expo ist, tritt der Charakter der PSI als Mitglieder-Event sogar noch mehr in den Vordergrund: Sie wird etwas kleiner, intimer und so bleibt mehr Zeit für intensive Beratung und Information. PSI bietet Mitgliedern zudem exklusiv weitere Services an, wie etwa ein neues kostenfreies Bonus-Voucher-Booklet. Ein deutlicher Mehrwert ergibt sich für PSI-Mitglieder durch die Erweiterung des Themenspektrums: Die Nachbarmessen ergänzen das PSI-Kernthema haptische Werbung um die angrenzenden Bereiche Textilien, Textilveredlung und visuelle Werbeformen. Ein deutlicher Zugewinn also für all jene Händler, die ihr Business in den letzten Jahren um diese Geschäftsfelder erweitert haben.

Drei Messetage lohnen sich

PSI-Besucher und -Aussteller genießen das Privileg, mit ihrem PSI-Ticket auch die PromoTex Expo und die viscom besuchen zu können. Es gibt also im Januar noch mehr zu sehen und zu erleben als bisher, sodass es sich für PSI-Händler lohnt, die volle Messelaufzeit zu nutzen. Denn mit nur einem Messebesuch eröffnen sich gleich drei Werbe- und Kommunikationswelten mit unterschiedlichem Fokus. Alle PSI-Mitglieder, die Vertrieb und Beratung ernst nehmen, können auf den Nachbarmessen frische Ideen für ihr Business und Impulse für cross-mediale Marketing-Ansätze mitnehmen. Ein weiterer positiver Effekt, den der Messe-Dreiklang der Branche beschert: Die Welt der haptischen Werbung wird eindrucksvoll ins Blickfeld der Marketingprofis gerückt. Auch wenn sie die PSI nicht besuchen können, erfahren sie vor Ort, dass die Werbeartikelmesse allein vier Hallen belegt und schon diese Wahrnehmung macht den hohen Stellenwert der PSI und damit der haptischen Werbung offensichtlich. Damit erfährt der Werbeartikel als Werbemedium in jedem Fall eine Aufwertung, die der Branche zugutekommt.

PSI-Berater behalten Schlüsselposition

Für die Teilnehmer der PSI bleibt also auf der Messe alles wie gehabt, doch darüber hinaus eröffnen sich PSI-Mitgliedern zusätzliche Kontaktchancen, die sich aus der neuen Messe-Konstellation ergeben. So bietet ihnen das Online-matchmaking-Tool, das viele PSI-Teilnehmer in den Vorjahren bereits erfolgreich genutzt haben, eine Übersicht über die Angebote und Services der insgesamt mehr als 1000 Aussteller aller drei Messen. Dabei können PSI-Teilnehmer alle Suchfunktionen uneingeschränkt messeübergreifend nutzen sowie Termine vereinbaren. Der PSI-Händler behält weiterhin seine Schlüsselposition innerhalb der Lieferkette bei. So können auch auf der 57. PSI ausschließlich PSI-Händler ihre Kunden (nur!) für den dritten Messetag einladen und ihnen vor Ort demonstrieren, wie vielfältig gegenständliche Werbung sein kann. Als praktische Anlaufstellen für Kunden und ruhige Beratungsplätze haben sich die Berater-Spots bestens bewährt. Sie können ab September wieder gebucht werden. <



Für den schnellen Über- und Durchblick: Das matchmaking-Tool können PSI-Mitglieder messeübergreifend nutzen.

Mit der **PromoTex Expo** geht eine Messepremiere mit dem Trendthema textile Werbung zeitgleich mit der PSI 2019 an den Start. Denn Textilien haben in den letzten Jahren die professionelle Markenkommunikation beflügelt und gelten als Wachstumstreiber für Werbung, Promotion und Marketing. Wir stellen den Newcomer vor, der die Werbeartikelbranche mit Sicherheit sehr bereichern wird.

PromoTex Expo: Internationale Fachmesse für Promotion-, Sports- und Workwear

Newcomer mit **Potenzial**

Mit der Konzeption der PromoTex Expo als internationale Fachmesse für Promotion-, Sports- und Workwear reagiert Reed Exhibitions auf einen anhaltenden Trend, der seit Jahren auch schon die PSI geprägt hat: Textilien werden in Marketing und Werbung zunehmend wichtiger, entsprechend wächst auch der Markt der Textilveredlung. Über 10.000 Unternehmen im deutschsprachigen Raum veredeln Textilien, für drei Viertel aller Textilveredler sind Fachmessen eine wichtige Informationsquelle.

Eigenständige Messe mit erweitertem Angebot

Auch für PSI-Mitglieder aus ganz Europa sind Textilien ein wichtiges Thema: Allein 52 Prozent der Besucher der PSI 2018 interessierten sich für Textilien, rund 30 Prozent für Textilveredlung. Der Bedeutungszuwachs von Textilien im Umfeld der haptischen Werbung hat sich schon auf den letztjährigen PSI Messen so deutlich gezeigt, dass diesem Bereich nahezu eine eigene Halle gewidmet wurde: Die Halle 10 als das textile Zentrum der PSI hat sich zum Besuchermagneten entwickelt, nicht zuletzt auch dank der mitreißenden Shows auf dem PSI Catwalk und des hochkarätigen Umfelds. Dass aus der früheren „Textilhalle“ der PSI nun eine eigenständige Messe mit erweitertem Angebot wird, ist da nur logisch.

Sourcing- und Wissensplattform für PSI-Mitglieder

Die Live-acts und viele Textil-Präsentationen der PSI gehen in die Messepremiere PromoTex Expo ein, die jedoch noch weit größer und vielfältiger als der Textilbereich der PSI sein wird. Schon jetzt prägen große Marken und internationale Namen die Ausstellerliste. Nicht nur an den Ständen, auch im Rahmen des flankierenden Programms wird die ganze Welt der Werbetextilien und Textilveredlung lebendig. Die PromoTex Expo ist also für PSI-Mitglieder eine wertvolle Sourcing- und Wissensplattform mit breitem Themenspektrum, die sie mit ihrem PSI-Ticket kostenlos besuchen können. Sie ist nicht nur für Werbeartikelhändler des PSI, sondern auch für Textilveredler und andere Textilprofis, Marketeers, Agenturen und Werbetechniker interessant. <





PromoTex Expo

„Die PromoTex Expo ist die kreative Inszenierung von Textilien und Textilveredlung“

Wir sprachen mit Projektleiter Stefan Roller-Aßfalg über die neue Textilmesse in Halle 13, die auch PSI-Beratern viel zu bieten hat.

Mit der PromoTex Expo geht 2019 parallel zur PSI und zur viscom eine neue Textilmesse an den Start. Wie positioniert sich die Messe als Teil der neugeschaffenen Welt des Werbens und Verkaufens, die in dieser Art einzigartig in Europa ist?
Dem Wunsch der Aussteller folgend präsentiert sich der gesamte Textilbereich der PSI künftig als eigenständige Messe. Die PromoTex Expo erwartet im ersten Jahr rund 140 Aussteller für Bekleidung und Textilien für Textilveredler, Wiederverkäufer und Einkäufer aus der Industrie. Sie ist als eigenständige Veranstaltung für textile Innovationen und Trends konzipiert. Sie bietet mit kreativen Sonderschauen Einblicke in Themen wie Individualisierung, Mass Customization, Nachhaltigkeit in der textilen Produktionskette, Smart Textiles und vieles mehr.

Auch zum Thema Textilveredlung vermittelt die PromoTex Expo jede Menge Know-how.
Ja, denn das Thema Veredlung wird insgesamt aufgewertet: Der neue Ausstellungsbereich Textilveredlungstechnologie der viscom (die die Halle 14 belegt) ist in Halle13 platziert und grenzt damit räumlich unmittelbar an die PromoTex Expo an. Die Messe zeigt Textilveredlung in ihrer ganzen Anwendungsvielfalt und bietet die Möglichkeit des Networkings. Das ist vor allem für Besucher der PSI ein großes Plus, denn sie können damit ihre Beratungskompetenz vertiefen.



Welche Themen stehen im Fokus?
Im Zentrum stehen die Produkt- und Unternehmenspräsentationen der Aussteller, die den Auftakt des neuen Geschäftsjahres nutzen, um ihre neuen Produkte und Kollektionen vorzustellen. Wir haben bereits zahlreiche Zusagen ehemaliger PSI-Aussteller sowie Neuaussteller, darunter bekannte Unternehmen und Marken wie SNAP Sportswear, Falk & Ross Group Europe, Club Crawatte, ID, Master Italia, Kariban, Stormtech, Neutral.com, Tee Jays, Gildan, Herka, Lynka, Delfina, Gorenler, JHK Trader, Möve, Fifty Five, Polymark, Astrid Riedelsheimer und Thermopatch. Daneben gibt es ein umfangreiches Rahmenprogramm, in dem Produkte und Wissen aufmerksamkeitsstark inszeniert werden.

Was erwartet die Besucher der PromoTex Expo?
Natürlich wird es wieder die tollen Shows auf dem Catwalk geben: Hier werden Produkte aus allen Textilbereichen mehrmals täglich professionell in Szene gesetzt. Zudem haben wir mit der Schaufensterpuppen-Sonderausstellung ein neues Präsentationsformat kreiert. Mit den Themenschwerpunkten Nachhaltigkeit und Smart Textiles erhält das Rahmenprogramm zwei weitere Highlights: Auf dem Areal „Textile Campus“ vermitteln unsere Partner wertvolle Informationen rund um Siegel und Zertifikate von Textilien, Qualitätssicherung, Baumwolle, Nachhaltigkeit von Kunstfasern sowie Smart Textiles. Ergänzt wird das Programm durch Vorträge im „Forum 13“.

An welche Zielgruppen richtet sich die Messe?
Mit der PromoTex Expo sprechen wir in erster Linie Textilveredler, Einkäufer von Promotion-, Sports- und Workwear aus Industrie und Facheinzelhandel sowie Designer und Agenturen an. Darüber hinaus werden die Aussteller aber auch von den Besucherzielgruppen der PSI und der viscom profitieren. Die Werbeartikelberater und -händler, die vorrangig die PSI besuchen, sowie die Werbetechniker der viscom haben freien Eintritt zur PromoTex Expo.

Textilien sind in der Werbeartikelbranche ein großes Thema, das wurde auch auf den letzten PSI Messen deutlich. Welchen Mehrwert bietet die PromoTex Expo den Mitgliedern des PSI Netzwerks?
Für Werbeartikelhändler und -berater, die mit Textilien handeln, bietet die PromoTex Expo die Chance, sich konzentriert und intensiv mit allen Facetten textiler Sortimente, der Textilveredlung und Besonderheiten des Textilmarkts vertraut zu machen. Sie können nach Neuheiten und innovativen Lösungen suchen und sich in der Textilwelt vernetzen. Ein Mehrwert, der den Besuch der PromoTex Expo lohnt!

Das bietet die PromoTex Expo
- Werbetextilien
- Sports- und Teamwear
- Workwear, Berufsbekleidung
- Corporate Fashion
- Gastro-, Hotellerie- und Wellness-Textilien
- Caps und Mützen
- Accessoires, Krawatten, Tücher
- Socken, Strümpfe, Wäsche
- Frottierwaren
- Textilveredlung
- Modeschauen auf dem Catwalk
- Themen-Specials Nachhaltigkeit und Smart Textiles
- Vortragsprogramm im „Forum 13“ in Halle 13

Die **viscom** ist die dritte Veranstaltung im Bunde der im Januar unter dem Qualitätslabel von Reed Exhibitions stattfindenden Messen für Werbung below the line. Europas Fachmesse für visuelle Kommunikation und POS-Marketing komplettiert damit das für PSI-Mitglieder interessante Themenspektrum und kann Werbeartikelhändlern und -beratern neue Geschäftsfelder eröffnen.

viscom 2019: Fachmesse für visuelle Kommunikation

Ein **wertvolles Plus** für Werbeartikel-Berater

Die viscom ist eine „alte Bekannte", die, wenn auch unter anderen Namen, schon seit über 30 Jahren die deutsche Messelandschaft bereichert. Zurzeit ist die etablierte Fachmesse für visuelle Kommunikation und POS-Marketing dabei, sich unter dem Dach der neu geschaffenen Welt des Werbens und Verkaufens neu zu erfinden. Bislang traditionell im November angesiedelt, rückt die Messe nun auf den wesentlich günstigeren Termin Anfang Januar vor. Die zeitliche Parallelität und thematische Nähe zum bekannten und gut besuchten Branchenevent PSI wertet die Veranstaltung zusätzlich auf. Hinzu kommt, dass sie nun jährlich in Düsseldorf über die Bühne gehen soll, anstatt im Wechsel mit Frankfurt. Sie wird als Teil des Messe-Trios sicher auch von der hohen Internationalität der beiden anderen Events profitieren. Dabei bleibt sie, ebenso wie die PSI und die PromoTex Expo, eine eigenständige Messe mit klarem Angebotsprofil und definierten Zielgruppen. PSI-Mitglieder können die viscom ebenso wie die PromoTex Expo mit ihrem Messeticket kostenfrei besuchen.

Zusätzliches Fachwissen kostenlos on top

Erwartet werden mehr als 250 internationale Hersteller, Händler und Dienstleister aus den Bereichen Digitaler Großformatdruck, Werbetechnik, Veredlung und Weiterverarbeitung von Werbe- und Bekleidungstextilien, Licht- und Außenwerbung, die ihre Innovationen, Trends und Best Practice-Beispiele präsentieren. Die bisherige Besucher-Klientel besteht aus einem Entscheider-Netzwerk von internationalen Werbetechnikern, Druckdienstleistern, Agenturen, Messe- und Ladenbau sowie Marketing aus Industrie und Handel sowie Objekteinrichtung. Die Messe belegt Halle 14 und Teile der Halle 13 und grenzt damit an die PromoTex Expo, die neue internationale Fachmesse für Promotion-, Sports- und Workwear an. Für PSI-Mitglieder lohnt es sich auf jeden Fall, sich auch auf der viscom umzusehen.

Interessante Themen für PSI-Mitglieder

Für PSI-Mitglieder ist die viscom noch interessanter geworden, denn sie hat in den vergangenen Jahren ihre Kernthemen Werbetechnik und Digitaldruck um den Anwendungsbereich der Brand Communication erweitert, darunter Display, Verpackung, Interior und Digital Signage. Diese und weitere Themen finden sich in der Halle 12 im Bereich „Marketing Innovations", also sogar in einer von der PSI belegten Halle. Für PSI-Besucher ist es also nur ein Katzensprung dorthin, wo sie sich intensiv über Display, Packaging, digitale Medien, Akzidenzdruck sowie Merchandising und Licensing informieren können. Neben technischen Innovationen steht die Präsentation von Trends, Lösungen und Anwendungen im Fokus der viscom. Kreative Sonderschauen mit Praxisbeispielen und Mitmachmöglichkeiten, Anwender-Workshops, Fokustage im Vortragsprogramm und ein Matchmaking zwischen Aussteller und Besucher während der Veranstaltung garantieren einen vollständigen Marktüberblick. Damit PSI-Mitglieder dieses Angebot gewinnbringend nutzen können, sollten sie im Januar am besten drei Tage für ihren Messebesuch einplanen.

Das bietet die viscom

- Werbetechnik und Materialien
- Digitales Drucken und Druckveredlung
- Textilveredlungstechnologie und Materialien
- Lichtwerbung
- Außenwerbung
- Ambient Media
- Objekteinrichtungen
- Display für den POS
- Individueller digitaler Verpackungs- und Hybriddruck
- Brand Communication

Ideen für ganzheitliche Marketingkonzepte

In unseren Gesprächen mit Werbeartikelberatern wird immer wieder deutlich, dass der reine Handel rückläufig ist und viele Werbeartikelhändler und -berater sich zumindest ein weiteres Standbein schaffen. Sie haben hohe Beratungs-, Projektmanagement- und Produktkompetenz und viel Erfahrung, sodass es sich anbietet, ihren Service für Kunden zu erweitern. Sie bieten zunehmend ganzheitliche, passgenau auf die Kundenwünsche zugeschnittene Kommunikations- und Marketingkonzepte an und setzen diese professionell um. Dabei kommen neben haptischen auch zunehmend andere Werbeformen zum Einsatz – mit Erfolg. Im Eventmarketing zum Beispiel können sie viele ihrer Kompetenzen ausschöpfen, sodass sich immer mehr PSI-Berater in diese Richtung entwickeln. Auch POS-Marketing oder digitale und grafische Marketing-Services sind zunehmend für Berater interessant, die ihr Geschäftsfeld erweitern möchten. Für genau diese Zielgruppen etwa bietet die viscom weiterführende Ideen und technische Lösungen, mit denen Berater bei ihren Kunden punkten können: Warum nicht ein individuell gestaltetes Display oder Fahrzeug in eine Kampagne einbinden? Oder Lichteffekte in ein Event integrieren? Dass Textilien ebenso wie Gegenständliches zu jeder professionell organisierten Veranstaltung dazugehören, ist ohnehin selbstverständlich. Für alle diese Ansätze liefert die viscom wie auch die PromoTex Expo passende Tools sowie hilfreiches Fachwissen.

Neue Geschäftsfelder erschließen

Wer sich also auf der viscom intensiv umschaut, kann auch im Bereich visuelle Werbung noch vieles entdecken, was er seinen Kunden zusätzlich anbieten kann. Immer mehr Werbeartikelhändler erweitern ihr Leistungsportfolio auch in Richtung Werbetechnik. Auch hier können sich PSI-Mitglieder auf der viscom neue Anregungen holen, denn Werbetechnik gehört nach wie vor zu den Kernthemen der viscom. Übrigens ist auch umgekehrt der Trend erkennbar, dass Werbetechniker zusätzlich auch Werbeartikel mit anbieten. Kein Wunder, denn diese Werbeformen ergänzen sich bestens und potenzieren ihre Wirkung im Rahmen crossmedialer Kampagnen. <



Die PSI, die viscom und die PromoTex Expo bilden zusammen einen europaweit führenden Messeverbund für Marketer und Werbefachleute.







www.viscom-messe.com

Der Einsatz des digitalen Messe-Anfrage-Systems dMAS hat während der vergangenen PSI Messe neue Kommunikations-Standards gesetzt. Für den neuen Messeevent aus PSI, PromoTex Expo und viscom bieten die Spezialisten für Lead-Tracking und Anfragenbearbeitung eine optimierte Version, die ganz auf die Bedürfnisse von Ausstellern und Besuchern zugeschnitten ist.

dMAS auf der PSI / PromoTex Expo / viscom 2019

Lead-Tracking weiter optimiert

Ganz allgemein dient die Online-Software der unkomplizierten und direkten Kommunikation zwischen den beteiligten Zielgruppen, dem leichten Erfassen von Anfragen und -der Zeitersparnis beim Abarbeiten von Aufträgen. PSI-Partner hierbei ist die österreichische dMAS GmbH, selbst PSI-Mitglied und führender Softwarehersteller für das Anfrage- und Angebotswesen im Werbeartikelmarkt in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Lead-Tracking für alle Aussteller

Um ein zentrales Lead-Tracking im Messeverbund bieten zu können, wird dMAS für alle Aussteller der drei Messen bereitgestellt. Sämtliche Tickets aller Messen sind mit dem dMAS relevanten QR-Code und sogenannten „Shortcode“ ausgestattet, der es allen Ausstellern ermöglicht, die Tickets zu scannen und an die Kontaktinformationen der Besucher zu kommen. Je nach Messe und spezifischer Rollenverteilung können entweder die gesamten Kontaktdaten (Vorteil bei Kontakt von Fachbesuchern mit Ausstellern) oder nur eingeschränkte Kontaktdaten (Name des Industriekunden und der einladende Händler) ausgetauscht werden. Darüber hinaus steht allen Ausstellern die „digitale Messetasche“ zur Verfügung, die es den Ausstellern ermöglicht, digitale Inhalte (wie z.B. Videos, Folder, Links zu Websites oder Gutscheine) mit den Besuchern zu teilen.



Jeder Besucher bekommt nach dem Besuch der Messe einen sogenannten „Messebericht“ zugesandt, der den Messebesuch zusammenfasst und dem Besucher ergänzende Informationen bereitstellt.



„Vor allem die mobilen Apps, mit denen die Aussteller schnell und unkompliziert die Besucher scannen können, sind eine große Erleichterung im Messealltag. Wir versuchen, das Feedback der vergangenen Messen bestmöglich einzuarbeiten.“

Othmar Fetz, CBO dMAS GmbH

Vorteile für Besucher der Messen

Jeder Besucher bekommt nach dem Besuch der Messe einen sogenannten „Messebericht“ zugesandt, der den Messebesuch zusammenfasst und dem Besucher ergänzende Informationen bereitstellt. Zum Beispiel: Von wem wurde er gescannt bzw. für welche Kataloge und Muster hat er sich interessiert. Darüber hinaus kann der Besucher seine gesammelten digitalen Inhalte ansehen und ggf. herunterladen.



„Während der Messen im Jänner wird die harte Arbeit, die wir gemeinsam mit der PSI und Drittanbietern über das Jahr hinweg geleistet haben, sichtbar. Wir freuen uns sehr über die professionelle und langjährige Zusammenarbeit."

Markus Tückmantel, CEO dMAS GmbH

Angebots-Erweiterung für Aussteller der PSI

Für die Aussteller der PSI Messe gibt es eine spezielle Erweiterung, um den Anforderungen der Werbemittelbranche gerecht zu werden. Sämtliche von den Händlern eingeladenen Industriekunden sind den jeweiligen Händlern zugeordnet. Scannt nun ein Aussteller einen Industriekunden, sieht der Aussteller nur den Vor- und Nachnamen, die Firma des Industriekunden sowie den einladenden Händler. Der Aussteller kann nun – wie auf anderen Werbemittelmessen üblich – die Anfrage erfassen, ein Angebot erstellen und dies an den Händler senden, der dem Industriekunden zugewiesen ist. Der Händler bekommt nun eine Nachricht über den Erhalt eines Industriekunden-Angebotes und kann es ggf. an diesen weiterleiten.

Händler-Vollzugänge

Jeder Fachbesucher der PSI hat die Möglichkeit, seinen „Messebericht" mittels sogenanntem „dMAS Vollzugang" um einmalig 149 Euro im Rahmen der PSI (regulärer Preis: 500 Euro) upzugraden und somit die eintreffenden Angebote der Aussteller weiterbearbeiten und an seine Industriekunden weitersenden zu können.

Industriekunden-Betreuung für Händler mit Beraterspot

Händler mit Beraterspot erhalten den Vollzugang bereits im PSI-Package inkludiert und können den vollen Funktionsumfang nutzen. Sämtliche Interaktionen der eigenen Industriekunden sind im Web-Interface von dMAS einsehbar, eintreffende Angebote können automatisch mit einem Aufschlag versehen und per Mausklick an den Industriekunden weitergesendet werden.

Über dMAS

Seit 2009 beschäftigt sich dMAS mit Lead-Tracking und Anfragenbearbeitung auf Messen in D-A-CH in der Werbemittelbranche und ist mittlerweile führender Anbieter in diesem Bereich. 2019 wird dMAS ein Anfrage-Tool außerhalb von Messen vorstellen, das die Anwendung des Online-Tools 365 Tage im Jahr ermöglichen wird. <



Die Details der vom Aussteller erfassten Anfrage landen direkt beim zugewiesenen Händler, der das Industriekunden-Angebot direkt an seinen Kunden weiterleiten kann.

dMAS GmbH, Eisenhowerstraße 27, 4600 Wels, Österreich
+43 7242 214014, support@dmas.at, www.dmas.at





Gründe für Umweltbewusstsein gibt es in **Zeiten des Klimawandels** mehr als genug. Und das Bewusstsein, für die gefährdete Umwelt etwas zu tun, erfasst auch die Branche und deren Kunden mehr und mehr. Auf den folgenden Seiten zeigt sie, dass **Nachhaltigkeit** nicht teuer sein muss.



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

Gewissenhaft genießen

Seinen ECO bamboo fibre cup, ein aus nachwachsenden Bambusfasern gefertigtes Gefäß namens Green, bietet Xindao in Grün, Weiß, Blau, Schwarz sowie in Grau an. Es ist frei von umweltschädlichen Synthetik-Materialien und verfügt über einen jeweils aus Silikon gefertigten Deckel und Griff. Das attraktive, höchst umweltfreundliche Produkt ist wiederverwendbar und robust und bietet ein Füllvolumen von 430 Millilitern. Zudem ist der Becher vollständig biologisch abbaubar und wird in einer Öko-Geschenkbox geliefert.



PSI 44281 • Victorinox AG
Tel +41 41 8181211
B2B.ch@victorinox.com www.victorinox.com
https://www.psiproductfinder.de/y2uxmj

Vorgelebtes Umweltbewusstsein

Nachhaltigkeit seit vier Generationen: Die Verpflichtung zur Nachhaltigkeit durch die Herstellung von langlebigen und leicht zu reparierenden Produkten wird bei Victorinox seit 1884 von Generation zu Generation weitergereicht. Ein Öko-Credo zum Vorteil der Kunden und der Umwelt. Die Victorinox-Garantie erstreckt sich zeitlich unbeschränkt auf jeden Material- und Fabrikationsfehler. Diese lebenslange Garantie ist Ausdruck des Selbstverständnisses des Schweizer Messerherstellers, dessen Produkte in über 120 Länder der Erde exportiert werden. Das Hauptquartier mit Fabrik sowie mehr als 100 Wohneinheiten werden durch ein Fernwärmenetz versorgt. Aufgrund der umfassenden Schadstoffreduktion mit geschlossenen Systemen und Abwasseraufbereitung, schonendem Umgang mit Rohstoffen und flächendeckendem Einsatz von Recycling, wurde Victorinox 2008 mit dem Firmenpreis der Schweizerischen Umweltstiftung ausgezeichnet. 2016 folgte der PSI „Sustainable Product Award“.

ÖKO FÜR'S OFFICE!



Schreibgeräte und Accessoires

+ aus heimischen Hölzern
+ FSC®-zertifiziert
+ mit Druck oder Lasergravur
+ made in Germany

www.em-holzprodukte.de

e+m® Germany

e+m Holzprodukte GmbH & Co. KG
Regensburger Straße 95
92318 Neumarkt | Germany
Tel +49 (0) 9181 2975 75
info@em-holzprodukte.de
www.em-holzprodukte.de

Nachwachsender Genuss

Bambus ist eine schnell nachwachsende Pflanze, die äußerst robust ist, härter als Eiche und dennoch flexibel und vielseitig nutzbar. Grund genug, sie auch als Material für Werbeartikel zu etablieren. Reflects bietet inzwischen eine reiche Auswahl an Bambusartikeln an und erweitert stetig die Auswahl. Neu im Sortiment ist auch der Isolierbecher Reflects-Talca. Im Auto, beim Picknick, auf dem Weg durch die Stadt genutzt, gehören Trinkflaschen und Isolier- sowie Kaffeebecher zu den Topsellern im Sektor. Veredelt werden kann der nachhaltige Coffee-to-go-Becher per Tampondruck oder Lasergravur. Er ist doppelwandig und hat eine verschließbare Trinköffnung. Die Füllmenge des Bechers beträgt 350 Milliliter.



PSI 42487 • Reflects GmbH
Tel +49 2234 9900-0
info@reflects.de • www.reflects.de
https://www.psiproductfinder.de/owe0zt



PSI 49009 • 12M
Tel +48 77 4413500
agnieszka@12m.eu • www.12m.eu
https://www.psiproductfinder.de/ogi1md

Natürlich individuell

12M verfügt über eine große Palette an ökologischen und nachhaltigen Produkten. Eine umweltfreundlich vollständig kundenindividuelle Veredelung realisiert das Unternehmen auf Papier, Kork oder Holz per Bedruckung oder auch per Lasergravur. Zudem sind per Laser zugeschnittene Tischkarten, geränderte Glas- sowie weitere Karten in verschiedensten Größen und Formen und für verschiedenste Anlässe umsetzbar. Tassenuntersetzer aus Karton, Kork, Sperrholz oder Echtholz sind eine wohltuende Alternative zu herkömmlichen Produkten aus Plastik. Ganz gleich, ob für Geburtstage, zu Weihnachten oder etwa anlässlich einer Hochzeit: Nachhaltige Produkte liegen im Trend. Infos zu diesen und weiteren Produkten, die es teils bereits ab geringsten Auflagen gibt, auf Anfrage.

PF Concept

AUS ÜBERZEUGUNG



MEHR INFORMATIONEN ZU UNSEREM NACHHALTIGKEITSREPORT FINDEN SIE UNTER

WWW.PFCONCEPT.COM

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



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

Zertifiziert und klimaneutral

Wie alle terminic Werbekalender wird auch beispielsweise der Tischplaner Quadro nach höchsten, zertifizierten Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards produziert: terminic ist nach ISO 12647 Prozess Standard Offsetdruck für den anspruchsvollen Kartonagendruck zertifiziert: Verwendet werden ausschließlich FSC®-zertifizierte Papiere und Kartonagen aus nachhaltiger Forstwirtschaft, nur mit mineralölfreien Druckfarben bedruckt und unter minimiertem Einsatz von Alkohol. Terminic, Teilnehmer an der Klima-Initiative der Druck- und Medienverbände, hat sich zur weitest möglichen CO_2-Vermeidung verpflichtet und bietet seinen Kunden außerdem an, die Kalender durch den Ankauf von Zertifikaten verifizierter Klimaschutzprojekte komplett klimaneutral zu produzieren. Auch ein klimaneutraler Versand ist möglich.

Tragfähige Alternative

Zu den ökologischen und nachhaltigen Produkten von Joytex gehört zum Beispiel die Bio-Baumwolltasche Darwin in einer Qualität von 145 Gramm pro Quadratmeter. Der nachhaltige, 38 mal 42 Zentimeter große Beutel ist mit kurzen sowie wahlweise auch mit langen Henkeln erhältlich. Das praktische, robuste, reißfeste und zugleich langlebige und preiswerte Qualitäts-Produkt ist ab einer Abnahmemenge von 250 Stück mit Druck zu haben und innerhalb von zwei Wochen lieferbar. Weitere Infos zu diesem und weiteren Produkten im kostenlos erhältlichen Katalog.





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



Umwelt im Fokus

Das spanische Unternehmen Arpe, Spezialist für Werbetücher, -kissen, -polster, -etuis und -banner, hat im Rahmen eines aufwändigen strategischen Prozesses sämtliche Abläufe der Produktion hinterfragt und den Fokus auf die umweltfreundliche Herstellung von Produkten gelegt. Auf dem Prüfstand standen neben dem Design auch die gesamte Produktionskette und die verwendeten Materialien. Seither spart Arpe bei der Produktion etliche Tonnen CO_2-Emissionen, Energie und Material ein.

PSI 48309 • Manufacturas Arpe, S.L.
Tel +34 937 937677
info@arpe.es • www.arpebarcelona.com
https://www.psiproductfinder.de/zdyynj

NEU

JETZT KATALOG ANFORDERN!



EXKLUSIVE WEIHNACHTSPRÄSENTE



PREMIUM ADVENTSKALENDER

DIE ADVENTSKALENDER-EXPERTEN: UNSERE QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED!



Adventskalender mit Bio-Vollmilchschokolade



Adventskalender „Stern“



Adventskalender-Haus „Ritter SPORT“



3D Adventskalender „Transporter“

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

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

Lindt · HELLO · Sarotti · Milka · Merci · Ritter SPORT · TOBLERONE · ZENTIS

Die Adventskalender-Experten:

Mehr Begeisterung. Mehr Möglichkeiten. Mehr Service.

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

CD LUX
DIE ADVENTSKALENDER EXPERTEN





NEU



TIPP



TIPP





NEU



NEU



Individuelle Adventskalender mit Augenleuchten Garantie!

www.cd-lux.de

NEU







20 JAHRE CD LUX



Mit Apfel-Appeel

Mit den Appeel-Modellen an Notizbüchern und Kalenderprodukten aus Apfelschalen und ausgewählten Pflanzenfasern hat Lediberg gleich mehrere Ziele verwirklicht: Nachhaltigkeit und ansprechendes Design. Das innovative Apfelpapier bildet den Produkt-USP von Appeel®: Notizbücher und Kalender im Zeichen der Nachhaltigkeit, konsequent bis ins pflanzliche Farbenspektrum, das von bekannten Apfelsorten im Wechsel der Jahreszeiten und den Landschaften Italiens inspiriert ist. Damit verkörpern die Appeel®-Modelle auch ideale Botschafter für Unternehmen, die so authentisch wie überzeugend grüne Werte kommunizieren wollen. Zu allen Produkten gibt es unterschiedlichste Veredelungen für die richtige Werbebotschaft.

PSI 42438 • Lediberg GmbH
Tel +49 5261 606-0
info@lediberg.de • www.lediberg.de
https://www.psiproductfinder.de/ytllow

– ANZEIGE –





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

Rundum regeneriert

Schreibgerätehersteller Klio-Eterna, jüngst nach der Umweltnorm DIN EN ISO 14001:2015 zertifiziert, präsentiert mit den Modellen Cobra bio, Jona recycling und Cobra recycling eine Bio- und Recyclingserie. Diese Produktsparte wurde jetzt um die Modelle Zeno bio und Zeno recycling erweitert. Mit Twista recycling bietet der Hersteller auch im Bereich der USB-Artikel eine nachhaltige Alternative zu den herkömmlichen Standardvarianten. Die Bio-Kugelschreiber von Klio werden aus biologisch abbaubaren PLA-Kunststoffen, die nach DIN EN 13432 zertifiziert sind, hergestellt. Diese speziellen Kunststoffe werden aus Pflanzenstärke gewonnen und können von der Natur innerhalb von drei Jahren abgebaut werden.
Die Recycling-Modelle bestehen komplett aus Regenerat. Dieses wird aus eigenen Ausschüssen, Überproduktionen und Rüstabfällen gewonnen sowie von extern zugekauft. Auf diese Weise entstehen Produkte, bei denen neben Gehäuse und Klipp auch die komplette Mechanik aus recyceltem Material besteht.
Die Bio- und Recycling Produktlinie lässt sich per Sieb-, Tampon- oder vollflächigen Digitaldruck veredeln.



PSI 42320 • Fischer-Import GmbH
Tel +49 9571 94790491
verkauf@fischer-import.de
www.fischer-import.de
https://www.psiproductfinder.de/yjyxzj

Leben und leben lassen

Die nachhaltig und fair produzierten Textilartikel aus Fairtrade Baumwolle, verfügbar bei Fischer Import, sind die perfekte Ergänzung für das Produktportfolio. Egal, ob Baumwolltaschen oder trendige Turnbeutel: Bei den Bayern kann der Interessent ab Lager aus einem breitgefächerten Sortiment auswählen, gelistet auch im aktuellen Neuheiten-Katalog des Unternehmens. Die Baumwolltaschen und Turnbeutel aus Fairtrade-Baumwolle gibt es in elf verschiedenen Farben. Die weitere Veredelung kann sowohl im Inlandsdruck als auch generell als Direktimportproduktion umgesetzt werden.



PSI 45567 • SND PorzellanManufaktur GmbH
Tel +49 6183 8008-0
info@snd-porzellan.de • www.snd-porzellan.de
https://www.psiproductfinder.de/mdu5m2

Mit Stil und gutem Gewissen

Coffee to go gehört zum Lifestyle unserer Zeit und ist heute heiß geliebter Wegbegleiter und stylisches Accessoire zugleich. Umweltfreundlich und stilvoll soll es sein: SND bietet mit seinem in zwei Größen sowie mit wiederverschließbaren Kunststoffdeckeln und Hitzeschutzbanderolen in neun Farben lieferbarem Mehrweg-Coffee2Go Becher aus Porzellan eine ökologische Alternative zu Plastik und Wegwerfbechern. Und damit einen nachhaltigen und schönen Promotionartikel. Der ressourcenschonende Werbeartikel schützt die Umwelt und kann individuell veredelt werden. Ob Siebtransfer, Gravur, Hydrolack, Softtouch, Nano Glanz, GastroTech oder auch personalisiert: Die stylischen Veredelungsmöglichkeiten sind überaus vielfältig.



PSI 40450 • E. Wilhelm GmbH
Tel +49 7822 7690
info@wilhelm-etuis.com
www.wilhelm-etuis.com
https://www.psiproductfinder.de/mtc5og

Eingehüllt nach Wunsch

Seit über 80 Jahren steht der Name E. Wilhelm weltweit für hochwertige Etuis, Verpackungen sowie Displays für Schmuck, Uhren, Accessoires und Dinge, die das Leben wertvoll machen. Zum Sortiment gehören neben Verpackungen für beispielsweise Schlüsselanhänger, Shaker, Schmuck, Hemden, Besteck, Brillen oder Tassen auch solche für Figuren, Anhänger, Karten, Kerzen, Pralinen oder Geldbörsen. Auch für Kugelschreiber, Münzen, Armbanduhren oder auch Becher, Parfüm-Flacons sowie USB-Sticks hat E. Wilhelm verschiedene Serien im Programm, für die das Unternehmen das FSC-Siegel erhalten hat. Nähere Infos auf Anfrage.

KUGEL SCH REIBER
Marken brauchen Markenschreibgeräte
Evo Pro+
We Care
YOURLOGO
www.schneiderpen.com/promotion
Made in Germany
Schneider
Schreib's auf



PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co KG • Tel +49 7643 801-0
info@ksw24.com • www.ksw24.com
https://www.psiproductfinder.de/nty5n

Ökologisch korrekt

Die veganen Bio-Bärchen von Kalfany, fruchtig leckeres Fruchtgummi, hergestellt aus kontrolliert biologischen Zutaten und ganz ohne Gelatine, schmecken allen und setzen gleichzeitig Signale für „ecological correctness". Als weiteres Statement für die Umwelt stehen kompostierbare Werbetütchen zur Auswahl, die mit dem Keimling zertifiziert und nachweislich ökologisch abbaubar sind. Puristen entscheiden sich für die PÄX Knusper-Mixe. Hierbei handelt es sich um 100 Prozent Obst oder Gemüse. Eine kleine und einwandfreie Deklaration beweist das Vermeiden jeglicher Zusatzstoffe. Zu haben sind Apfel, Ananas, Erdbeere, Kirschtomate, Zucchini sowie Zwiebel. Dabei wird kein übliches Dörrobst oder -gemüse geliefert, sondern ein knuspriger, veganer und aromatischer Snack.





PSI 45328 • Stilolinea Srl
Tel +39 011 2236350
info@stilolinea.it • www.stilolinea.it
https://www.psiproductfinder.de/mdhjzd

Aus der Natur für die Natur

Das nachhaltige Sortiment ist ein weiterer Beweis von Stilolineas Engagement für den Schutz des Planeten für zukünftige Generationen. Die ökologischen Kugelschreiber Vegetal Pen, Ingeo Pen und BIO-S! werden aus einem Material hergestellt, das Umwelteinflüsse reduziert, denn es wird anders als erdölbasierte synthetische Materialien aus natürlichen Fasern gewonnen. Das verwendete Harz ist biologisch abbaubar, in einem industriellen Kompostierungsprozess wird es in seine natürlichen Bestandteile zerlegt und in die Natur zurückgeführt. Was diese Kugelschreiber jedoch noch interessanter macht, ist das Endergebnis: Ein Produkt das Merkmale aufweist, die den erdölbasierten Materialien gleich, wenn nicht überlegen sind. Das Öko-Sortiment der Stilolinea Vegetal Pen, Ingeo Pen und BIO-S! wird ergänzt durch das Angebot einer transparenten Version, die die gleichen widerstandsfähigen Eigenschaften aufweist, jedoch eine Vielzahl von Farbkombinationen umfasst und durch Ergänzung des „Green Office"-Sortiments, Vegetal Pen und Ingeo Pen mit einem Kalkgehäuse voll im Trend liegt.



PSI 47672 • Bulb-Bottles-Innique AG
Tel +41 43 8337733
hello@innique.ch • www.bulb-bottles.ch
https://www.psiproductfinder.de/mwiwm2

CO_2-neutral trinken

Auch Flaschen können die Welt verändern. Die neue Trinkflasche B1.GREEN von Bulb kommt frisch vom Feld. Sie besteht aus einem und biobasierten Kunststoff auf Zuckerrohrbasis. Die Flasche lässt sich individuell branden und ist damit der ideale Werbeträger für zahlreiche Branchen, und dies bereits ab einer Bestellmenge von 100 Stück. Mit dieser Trinkflasche setzen Werbende ein wichtiges Zeichen in Sachen Nachhaltigkeit. Mit jeder produzierten Flasche wird zudem ein Klimaschutzprojekt unterstützt und damit der CO_2-Ausstoss kompensiert. Gemeinsam mit der Stiftung myclimate beteiligt sich Bulb im brasilianischen Amazonas an einem Projekt, das die Umstellung von Diesel auf klimafreundliche FSC-Holzschnitzel für die Stromproduktion fördert.



NEUHEITEN HERBST/WINTER

Serie ELEGANCE, STORM und die neue KURIER.
HALFAR® eröffnet die Neuheiten-Saison! Freuen Sie sich auf unsere erste Herbst/Winter Kollektion: die große ELEGANCE Serie mit schickem Melange Gewebe und neun Taschen. Dazu die neuen der STORM Serie und den Relaunch der KURIER Umhängetasche mit vielen Farben. Jetzt auf www.halfar.com

HALFAR
Starke Taschen.

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



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

Qualitätsbewusste Helden

Die mbw®-Helden erfüllen nicht nur die gesetzlichen Vorgaben der Qualität, in vielen Fällen übertreffen sie diese sogar. Seit 2012 ist mbw BSCI-Mitglied, womit auch die Qualitätskontrolle in Fernost garantiert wird. So steht etwa das orangefarbene MiniFeet®-Label von mbw® für Kuscheln mit Qualität, dokumentiert durch Siegel und Zertifikate wie OEKO-TEX® Standard, GS-Geprüfte Sicherheit oder TÜV-Proof. Mehr zur Vertrauenswährung der Qualität auf dem neuen user-freundlichen mbw® Online-Portal.

– ANZEIGE –





PSI 48564 • Plus Europe GmbH
Tel +49 211 52285719
info@plus-corporation.com
www.plus-europe.com
https://www.psiproductfinder.de/nze3nt

Heften ohne Klammern

Mit dem klammerlosen Hefter von Plus Europe hat das lästige Klammern-Suchen ein Ende. Dank der einzigartigen Technik können bis zu fünf Blätter ineinander geheftet werden. Eine umweltfreundliche Lösung, da weniger Rohstoffe verbraucht werden. Auch ein Schreddern solch zusammengehefteter Dokumente ist unkompliziert möglich, da keine Klammern im Voraus entfernt werden müssen. Der Hefter besteht zu einem hohen Anteil aus recyceltem Kunststoff und ist in Weiß, Blau, Grün, Pink und Gelb erhältlich. Mit seinem schönen Design und seiner Benutzerfreundlichkeit hat der Hefter bereits den red dot design award gewonnen.



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

Massiv kompetent

Wer nachhaltige Werbeartikel sucht, wird bei e+m Holzprodukte fündig. Schreibgeräte und Accessoires für den Arbeitsplatz sowie eine Vielzahl an Streuartikeln aus massiven Hölzern und zu 100 Prozent Made in Germany: All das hat die traditionsreiche Manufaktur ihren Kunden zu bieten. Bevorzugt verarbeitet werden heimische Hölzer, ebenfalls FSC®-zertifiziert. Die Oberflächen werden mit natürlichen Ölen und Wachsen bearbeitet. Druck und hochwertige Lasergravuren von Kundenlogos werden jederzeit umgesetzt. Ebenso können individuelle Sonderanfertigungen nach Kundenwunsch produziert werden. Der smarte Smartphone-Halter Phone Board etwa ist in verschiedenen Holzarten verfügbar, zwei verschieden breite Nuten bieten Platz für unterschiedliche Modellmaße. Dieses nützliche Accessoire ist auch für Tablets in einer breiteren Ausführung zu haben.

TROIKA®
LILIPAD+LILIPUT
Notizblock DIN A7 inkl. Kugelschreiber



6,95 € Gravur inkl.*

- mit Multitasking-Kugelschreiber
- Elastikband-Verschluss
- Stiftschlaufe, Lesezeichen
- geprägtes Lineal (10 cm) auf dem Cover
- FSC zertifiziertes Papier, Fach für Belege
- 128 perforierte Seiten, Punktraster



*empf. Industrie VK ab 100 Stk. 6,95 €/Stk. Gravur inkl.
Bezug über Werbemittelhandel
NPP25/.. LILIPAD+LILIPUT | info.troika.de



PSI 41576 • Spontex Industrieprodukte – Mapa GmbH • Tel +49 2161 680411
stefanie.ludwig@newellco.com
www.werbeschwamm.
https://www.psiproductfinder.de/n2u1yt

Naturtalent

Die Quellschwämme von Spontex werden aus regenerierter Zellulose hergestellt, einem Grundstoff, der aus nachwachsenden Pflanzenfasern gewonnen wird. Das macht die Spontex Werbeschwämme zu einem vollständig biologisch abbaubaren und kompostierbaren Werbeartikel. Außerdem können die Schwämme durch eine individuelle Form und Bedruckung veredelt werden und bleiben mit dem beeindruckenden Effekt des Aufquellens auch nachhaltig in Erinnerung. Spontex Werbeschwämme erfüllen alle Kriterien, um einen positiven Imagetransfer zwischen Marke und Verbraucher aufzubauen. Ob als Streuartikel, Mailing oder Spongecard: Die kleinen Saubermänner fallen auf und bieten beste Voraussetzungen, um die gewünschte Werbebotschaft an die Zielgruppe zu bringen.

Aus Flasche wird Tasche

Von der PET-Flasche zur Tasche: elasto produziert als Unternehmen mit ökologischem Verantwortungsbewusstsein individuelle, recycelte Werbetaschen. Vor der Verwandlung zur effektvollen Werbetasche werden die gebrauchten PET-Flaschen gründlich gesäubert. Ebenso werden nicht verwertbare Fremdkörper wie Deckel und Etiketten entfernt. Die Flaschen werden anschließend maschinell zu kleinen Kunststoff-Chips verarbeitet. Aus diesen Chips wird wiederum ein Garn gefertigt, welches das Grundmaterial für die neu-gewebten Taschen ist. Die Taschen von elasto sind in diversen Formaten, Ausführungen und mit verschiedenen Griffen und Verschlüssen erhältlich. Der Kreativität sind somit keine Grenzen gesetzt.



PSI 41369 • elasto form KG
Tel +49 9661 890 0
mail@elasto.de • www.elasto.de
https://www.psiproductfinder.de/ywizmm

PSI SUSTAINABILITY AWARDS

Nominiert in Kategorie 6:
Sustainable Product 2018



GRÜNER WIRD‘S NICHT.

Mappen & Verpackungen



Auffallende Verpackungen und Mappen direkt vom Hersteller

> Entwicklung und Produktion in Deutschland
> Individuelle Beratung
> Kleinserien- und Musterherstellung
> Große Material- und Produktvielfalt
> Umweltschonende Materialien und Verarbeitung
> Logo-Prägung , Digital- und Offsetdruck
> Personalisierte Produkte
> Bestückung & Mailingversand
> Express-Fertigung
> Individualisierbar für Ihr Weihnachtsgeschäft

www.werbegruen.de
info@werbegruen.de
0049 (0) 30 97999934

werbegrün
Mappen | Verpackungen



viscom
europas fachmesse
für visuelle kommunikation

8 – 10 januar 2019
messe düsseldorf

WE CON NECT

INNOVATION | INSPIRATION | INFORMATION

Mit neuen Ideen in die Zukunft!
www.viscom-messe.com

DIE WELT
DES WERBENS
UND VERKAUFENS

Organised by
Reed Exhibitions

PSI
Die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

PromoTex Expo
Internationale Fachmesse für Promotion-, Sports- und Workwear

viscom
europas fachmesse
für visuelle kommunikation



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

Advent und Umwelt

Qualität ist auch Umweltsache, und deshalb bestehen fast alle Schoko-Einlagen der Adventskalender von CD-LUX zu 80 Prozent aus Recycling-Material. Darüber hinaus sind diese vollständig recycelbar. Neben der bewährten Premium-Schokolade von Lindt, Milka, Ritter Sport und Sarotti bieten die Adventskalender-Experten in diesem Jahr zusätzlich Kalender mit Fair-Plus Bio-Vollmilchschokolade aus nachhaltigem Anbau an. Optional ist der Kalender auch zu 100 Prozent aus Karton lieferbar, mit ebenfalls aus Karton gefertigter Schokoladeneinlage.



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

Naturbelassene Holzprodukte

Das Vogelfutterhäuschen sowie die weiteren Produkte aus naturbelassenem Birkensperrholz von team-d liefern vielfältige Möglichkeiten zur Gestaltung. Das Birkenholz ist FSC zertifiziert und die kostengünstigen Produkte mit dem natürlichen Charme werden in der EU hergestellt. Das Vogelhäuschen dient als Futterquelle für heimische Vögel und wird selbst zusammengebaut. Geliefert wird ein Set zum Zusammenstecken, inklusive einer Steckanleitung. Ab 240 Stück kann das Holz mit einem Druck oder Laser-Logo versehen werden.



VORRÄTIGEN FARBEN INKL. DRUCK
INNERHALB 14 TAGEN

INDIVIDUELLES DESIGN
AB 500 STUCK

TASCHEN AUS PLASTIKFLASCHEN

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

INSPIRATION



RECYCLE BAGS

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

Powered by SLAZBAGS



PSI 43287 • Schwan-Stabilo Promotion Products GmbH & Co. KG
Tel +49 911 5673455
service@stabilo-promotion.com
www.stabilo-promotion.com
https://www.psiproductfinder.de/ndm5m2

Ausgezeichnete Schreibkultur

Die Auswahl an grünen Produkten bei Stabilo ist groß und bietet in jeder Kategorie nachhaltige Alternativen: So werden der Leuchtmarkierer Green Boss und der Druckkugelschreiber Pointball aus Recycling-Material hergestellt, das Gehäuse des Druckkugelschreibers Greenfancy besteht aus biologisch abbaubarem Kunststoff und die Farbstifte Greencolors sowie viele weitere Grafit- und Farbstifte sind aus FSC®-Holz gefertigt. Mit dem Faserschreiber Greenpoint gelang Stabilo außerdem der erste Stift, der zu 87 Prozent aus recyceltem Kunststoff besteht und mit dem Cradle-to-Cradle Silver Zertifikat ausgezeichnet wurde. Durch das umfangreiche Portfolio an grünen Produkten gilt das Unternehmen aus dem Frankenland als Experte für nachhaltige Werbestifte.

Bio-Büro-Gärtchen

Durch die Verwendung von Biokunststoff wird eine schnelle biologische Abbaubarkeit des Materials der Schaukelschale von emotion factory garantiert. Durch regionale Beschaffung wird der CO_2-Ausstoß gering gehalten. Das Produkt wird mit Blumen- oder Kräutersamen sowie einer Substrattablette als Erde geliefert und bringt ein Stück Natur auf Bürotisch oder Fensterbank. Ist das kleine Gärtchen dann abgeerntet, eignet sich die Schaukelschale als Aufbewahrungsmöglichkeit für Büroklammern, Kleingeld, Bonbons und Co. Bestellt werden kann das Produkt als Vollschale, in zwei Hälften geteilt oder sogar als Zweier- und Dreier-Set. Platz für die Werbebotschaft bietet die Banderole um das Produkt, die individuell bedruckt ist. Im Produktbereich Werbeartikel für Haustiere bietet die Leckerli-Schale Beschäftigung und Abwechslung für den Hund.



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

Snobilia
PREZENTY ZE SMAKIEM

SŁODKIE UPOMINKI
THE SWEETEST IN ADVERT SINCE 1997

TIME TO THINK ABOUT CHRISTMAS GIFTS!





CHRISTMAS CARD WITH BAUBLES
CAT. NO 0102



CHRISTMAS CARD WITH CHRISTMAS TREES
CAT. NO 0103

Check out our **Christmas Collection of Gift Sets!**

MERRY CHRISTMAS MAILBOX
CAT. NBN 013



BRC FOOD
TRADE ONLY

SŁODKIE UPOMINKI, Chełmżyńska 180 H, 04-464 Warsaw, Poland
tel +48 22 647 90 00, info@slodkieupominki.pl, www.slodkieupominki.pl

PSI Member Nr 46325
sourcing city



PSI 45666 • Halfar System GmbH
Tel +49 521 98244-0
info@halfar.com • www.halfar.com
https://www.psiproductfinder.de/ntyyyj

Organisch

Mit Organic präsentiert Werbetaschenhersteller Halfar® eine Baumwolltaschen-Serie, die aus 100 Prozent Bio-Baumwolle besteht und nach GOTS, dem Global Organic Textile Standard, produziert wird. GOTS steht für ein ökologisch sinnvolles Produkt und eine nachhaltige Lieferkette. Und nachhaltig ist die Taschenserie im Farbton Natur zudem, weil sie so vielseitig zu nutzen und darum lange in Gebrauch ist. Mit den Reißverschlusstäschchen in drei Größen, einem Zugbeutel und einem Shopper sind die Organics offen für unterschiedliche Zielgruppen und Einsatzbereiche. Werbebotschaften lassen sich per Siebdruck, Transferdruck oder Stick aufmerksamkeitsstark transportieren.



PSI 47406 • koziol – ideas for friends GmbH
Tel +49 6062 604-0
incentives@koziol.de • www.koziol.de
https://www.psiproductfinder.de/mzhmnm

Hinein damit

Treffender lässt sich Nachhaltigkeit nicht kommunizieren, als mit dem Bioabfallbehälter Bibo. Mit kaum einer anderen Maßnahme lässt sich derart einfach ein aktiver Beitrag zum Umweltschutz leisten. Aus Küchenabfällen kann übrigens auch Strom herstellgestellt werden. Eine Bananenschale zum Beispiel bringt eine LED-Lampe für 34 Minuten zum Leuchten. Küchenabfälle zu sammeln lohnt sich also und macht mit dieser schicken Box sogar richtig Spaß. Bibo findet mit seinem kompakten Format selbst in kleinen Küchen einen Platz, ist leicht zu reinigen und dank seines Deckels hygienisch verschließbar.

Pfaff

SEIT 1919

Werbeartikel • Geschenke
Großhandel • Import • Export
Holzverarbeitung+-veredelung

Kundenindividuell nach Ihrem Wunsch gestaltet



Erwin Pfaff e.K.
Triberger Straße 18
D-78136 Schonach

Tel. (0 77 22) 40 96
Fax (0 77 22) 40 98
info@erwin-pfaff.de

www.erwin-pfaff.de

Weihnachts-Ideen-Haus



4268
Nikolaus in der Dose



4220
Traditionelle Weihnachtszeit



4203
Wundertüten im Advent



4047
Nikolaus Mütze



Blättern Sie
im Weihnachtskatalog online
www.multiflower.de
oder fordern Sie ihn an
info@multiflower.de

MULTIFLOWER
Promotion Ideen für Wachstum

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

NEU BEI BULB

B1.GREEN

DIE CO_2-NEUTRALE FLASCHE AUS ZUCKERROHR.

Die Flasche besteht aus
einem biobasierten Kunststoff.
Mit jeder produzierten
Flasche wird ein Klimaschutzprojekt
unterstützt und damit der
CO_2-Ausstoss kompensiert.

Jetzt mehr erfahren: bulb-bottles.ch

bulb®
myclimate shape our future

BULB-Bottles, hello@innique.ch





PSI 44455 • Linotex GmbH
Tel +49 7329 920700
info@linotex.com • www.linotex.com
https://www.psiproductfinder.de/ywjkmd

Held der Mittagspause

Die Vesperdose im angesagten Retro-Look von Linotex ist eine umweltfreundliche Alternative zum Transport von Speisen. Ökologisch, nachhaltig, langlebig und vielseitig einsetzbar, ist die robuste Lunchbox nicht nur für das Büro oder die Schule perfekt geeignet, sondern verrichtet auch auf der Baustelle zuverlässig ihre Dienste. Dank der zahlreichen Veredelungsmöglichkeiten lassen sich die werbenden Unternehmen perfekt in Szene setzen. Durch die Option einer Einzelnamensgravur wird die Dose zum personalisierten Mitarbeiterpräsent.

Hochwertige Optik

Individuelle Karten in den verschiedensten Varianten, die trotz des Zusatzes ökofreundlicher Materialien aussehen wie klassische PVC-Karten, gibt es bei Polskie Karty. Der Clou: Im Gegensatz zu klassischen PVC-Produkten werden diese Karten dank des umweltfreundlichen Material-Mixes innerhalb von drei bis vier Jahren vollständig biologisch abgebaut. Ein Vorteil, der den in den verschiedensten Designs ausgeführten Karten nicht anzusehen ist. Der Kunde wird auf der Suche nach Visitenkarten, Badges, Kundenbelohnungskarten oder sonstigen Give-aways fündig: alles verfügbar aus dem vielseitigen und zugleich umweltfreundlichen Material.



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



PSI 43817 • Technotrade Import-Export GmbH • Tel +49 3375 216050
info@technotrade-berlin.de
www.technoline-berlin.de
https://www.psiproductfinder.de/ywjjmd

Sonnige Aussichten

Beim WQ 145 von Technoline trifft ökologische Erzeugung auf ökonomische Nutzung. Der solarbetriebene Quarzwecker mit Platz für Logo oder Werbebotschaft zeigt auf seiner Digitalanzeige sowohl die Uhrzeit als auch das Datum, den Wochentag und die aktuelle Raumtemperatur an. Darüber hinaus sorgt die Schlummerfunktion des Weckalarms für ein sicheres Erwachen, selbst bei tiefem Schlaf. Dank der Hintergrundbeleuchtung sind die Ziffern immer erkennbar und der Wecker funktioniert durch zusätzlichen Batteriebetrieb auch bei längeren Dunkelheitsphasen zuverlässig und sicher.

COOLE PREISE...

STARKER SERVICE!



Jetzt aktuellen Basics-Katalog anfordern!

XPROM®

Ihr Importpartner für Werbeartikel

Nöckersberg 39 · 45257 Essen · T: 0201 – 84823-0 · F: 0201 – 84823-25
xprom.de · info@xprom.de



PSI 40940 • Igro GmbH
Tel +49 6432 91420
info@igro.com • www.igro.com
https://www.psiproductfinder.de/nzhlng

Vorbildliche Ökobilanz

Die bei Igro erhältlichen Tragetaschen aus recycelten PET-Flaschen sind im Hinblick auf Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit immer ihren Preis wert. Auch R-PET Tragetaschen sind wieder recycelbar und können dem Wertstoff-Kreislauf durch Entsorgung in die Wertstoff-Sammlung wieder zugeführt werden. So werden Rohstoffe eingespart und die Umwelt entlastet. R-PET Taschen lassen sich gut bedrucken und können über Jahre wiederverwendet werden. Das macht sie zu preisgünstigen, im öffentlichen Raum lange präsenten Marketinginstrumenten: Denn eine recycelte Permanenttasche kann locker 500 Plastiktüten ersetzen, ehe ihr Lebenskreislauf von vorn beginnt.





PSI 48793 • Globe Hope Oy
Tel +358 9 2238150
B2B Sales Deutschland/Hannover
Mobil +49 173 6001211
hannele.zilm-schulz@globehope.com
www.globehope.com
https://www.psiproductfinder.de/mty5nt

Schickes Upcycling

Globe Hope ist ein innovatives finnisches Unternehmen, das ökologisch korrekte Produkte aus recycelten Materialien designt und herstellt. Das Wort Upcycling beschreibt es am besten, weil Globe Hope aus alten oder übrig gebliebenen Werkstoffen neue, einzigartige Werbemittel und Kleidungsstücke herstellt. Drei Kernwerte geben bei Globe Hope den Takt vor: Ästhetik, Ökologie und Ethik. Sowohl beim Entwurf als auch bei der Produktion steht das Prinzip der Nachhaltigkeit im Zentrum. Zu den neuesten Produkten, die aus einem unbenutzten Teppichboden hergestellt wurden, gehören unter anderem Steck- und Visitenkartenhalter, Kosmetiktaschen sowie weitere Taschenvarianten.



PSI 44755 • Bosscher International B.V
Tel +31 10 2651168
info@bosscher-international.com
www.bosscher-international.com
https://www.psiproductfinder.de/mtdhod

Auf die Socken machen

Custom Socks von Bosscher ist spezialisiert auf Socken in individuellem Design. Socken für die Freizeit, für das Geschäft, für die Arbeit, für den Sport und für zu Hause, veredelt per Transferdruck bis zu 360 Grad. Die Socken punkten mit vielen Argumenten: das Zertifikat Oeko-Tex Standard 100 – SEDEX-zertifizierte Produktionsstätten – äußerst kurze Lieferzeiten – hübsche Verpackung – hochwertige Qualität. Spezialgefertigte Freizeitsocken in hellen Farben, mit Muster und gestricktem Firmenlogo im Stil der Zeit – und ganz nach Wunsch. Socken mit Logos auf der ganzen Socke oder nur an der Unterseite? Nahezu alles ist möglich. Das Wichtigste jedoch, die Socken sind äußert angenehm im Tragen. Bosscher liefert die Socken in Spezialkartons, mit Etiketten oder in Schutzhüllen in jedem Design und in jeder Größe.

– ANZEIGE –





PSI 41032 • Suthor Papierverarbeitung GmbH & Co KG • Tel +49 2153 9142-0
info@suthor.de • www.suthor.de
https://www.psiproductfinder.de/ytyxzd

Recyclingfähiger Kartonbecher

RecyCup® ist der recyclingfähige Kartonbecher von Suthor: Ausgestattet mit der innovativen Beschichtung earthcoating®, wird bei der Herstellung des Bechers bis zu 60 Prozent weniger Kunststoff verwendet. Damit schafft der Becher die gesetzlichen Hürden und kann über die blaue Tonne respektive geeignete Papiersammelsysteme problemlos entsorgt und dem Recycling zugeführt werden. Entsprechende Sammelsysteme finden sich auf jeder Messe, an jedem Kiosk und bei jedem Event. RecyCup® ist als ein- oder doppelwandiger Becher mit vollfarbigem Digitaldruck beziehungsweise Offsetdruck erhältlich. Der Volumenbereich reicht vom kleinen 0,1- bis hin zum üppig bemessenen 1,0-Liter-Becher.



PSI 40884 • Richartz GmbH
Tel +49 212 23231-0
info@richartz.com • www.richartz.com
https://www.psiproductfinder.de/otljzj

Scharfes Set

Richartz kombiniert in seinem ab sofort verfügbaren Set ein modernes, extra scharfes Frühstücksmesser mit Wellenschliff mit einem praktischen Schneidbrett aus Bambusholz. Besonders nützlich: Das Frühstücksmesser wird durch einen Magneten perfekt in der gefrästen Mulde des Holzbretts gehalten und damit zu einem außergewöhnlich pfiffigen und praktischen Accessoire mit hohem Aufmerksamkeitswert.

– ANZEIGE –

ANKER

3,28 Million Mal verkauft 2017 Bestseller

4,5 Sterne auf Amazon Deutschland Top-Bewertung

Mehr Info / PSI ProductFinder / Optamit GmbH / info@optamit.de







PSI 47555 • Vim Solution GmbH
Tel +49 7661 90949-200
vertrieb@vim-solution.com
trader.vim-solution.com
https://www.psiproductfinder.de/ymi4og

Natur trifft Elektronik

Die Power Bank Q-Pack Timber Kiefer sowie der USB Stick Timber Kiefer von Vim Solution sind nicht nur leicht und praktisch, sondern etwas ganz Neues: Die beiden Produkte sind aus echtem Schwarzwälder Kiefernholz aus FSC-Beständen gefertigt und mit 2600 mAh respektive 2 bis 16 GB erhältlich. Um die Artikel zu vollenden, bietet sich die hauseigene Negativgravur an. Ein Digitaldruck ist ebenso möglich und innerhalb kürzester Zeit umsetzbar. Die Mindestabnahmemenge beträgt 25 Stück.



PSI 42907 • Inspirion GmbH
Tel +49 421 5227-0
info@insprion.eu • www.promotiontops.eu
https://www.psiproductfinder.de/ndbmnj

Alternativer Trinkkomfort

Der Edelstahl-Strohhalm Drink Elegant von Inspirion setzt Cocktails und Smoothies perfekt in Szene und sorgt auch unterwegs für maximalen Trinkkomfort. Die Alternative zum Plastik-Strohhalm hat das Prädikat Nachhaltigkeit wirklich verdient. Nach Gebrauch landet der langlebige Werbeartikel nicht im Müll, sondern kommt beim nächsten Getränk wieder zum Einsatz. Die spezielle Bürste gibt es dazu: So lässt sich der Strohhalm auch unterwegs leicht reinigen. Nach Gebrauch kann das Produkt einfach in der umweltfreundlichen Baumwolltasche verstaut werden.

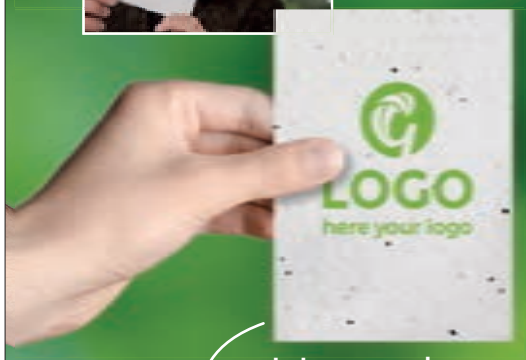
Printed seed paper

How does it work?
When the message is read, you can moisten the paper and cover it with a thin layer of soil. Give it some water and sunshine, add some love and watch the seeds germinate and bloom within a few weeks. Messages stand out when printed on seed paper!

Order your free sample at www.xiving.com
Questions about our reseller program? E-mail us at info@xiving.com.

choose your product





Let your seed paper flourish.
grows in four easy steps





PSI 45753 • Anda Present Ltd.
Tel +36 1 2100758
a.richard@andapresent.hu
www.andapresent.hu
https://www.psiproductfinder.de/ztljyj

Auf Tuchfühlung zur Natur

Subber, ein mit einem Überzug aus Kork versehener, aus recyceltem Papier-Material hergestellter Ballpoint-Schreiber, gehört zu den herausragenden Werbeartikeln aus der großen Schreibgerätekollektion von Anda. Subber vereint auf gelungene Weise Einfachheit mit Eleganz und verspielten Farben. Erhältlich ist der leichte Schreiber, der seine Stärken im Alltag, in Schule und Büro ausspielt, in sechs Farben. Das Firmenlogo lässt sich auf dem Clip im zweifarbigen Tampondruck umsetzen.





PSI 46516 • USB-FlashDrive.com Product Expectations Ltd. • Tel +44 1753 491470
sales@USB-FlashDrive.co.uk
www.USB-FlashDrive.co.uk
https://www.psiproductfinder.de/zmi4y2

Natürliche Trinkquelle

Die Edelstahl-Wasserflasche Verona von USB-FlashDrive ist eine intelligente Produktidee, die für eine nachhaltige, umweltfreundliche Haltung steht. Im Gegensatz zu Einwegartikeln aus Kunststoff ist Verona wiederverwendbar und hält Kaltes länger kühl sowie Heißgetränke länger warm. Erhältlich in Schwarz sowie in Weiß, glänzt das Trinkgefäß mit klassischen Stilelementen wie jeweils in Chrom ausgeführtem Boden und Deckel. Zu den Veredelungsmöglichkeiten gehören sowohl Gravur als auch eine vollfarbige Bedruckung auf dem Flaschenkörper. Die Flaschen mit einem Füllvolumen von 350 Millilitern kommen einzeln verpackt beim Kunden an. Die Mindestabnahmemenge beträgt 50 Stück.

Nestler-matho®

TECHNICMEETS**DESIGN**



3, 2, 1...
ZÜNDUNG!



Lichtbogen-Feuerzeuge von Nestler-matho®

> USB-Feuerzeuge mit wiederaufladbarem Akku

> Unempfindlich gegen Wind und Wetter durch elektronisch erzeugten Plasmalichtbogen

> Die umweltfreundliche Alternative ohne Gas oder Benzin!

Nestler-matho GmbH & Co. KG
Fon: +49(0)7221-2154-0 | Fax: +49(0)7221-2154-54 | info@nestler-matho.de | www.nestler-matho.de

BUILDING YOUR BUSINESS STARTS WITH BUILDING RELATIONSHIPS



TUCSON 2018

ASI POWER SUMMIT

October 14-16, 2018
JW Marriott Starr Pass Resort & Spa
Tucson, AZ





Register now at ASIPowerSummit.com.
Use discount code **PSPOWER2018** to save **$1,495**.

Discount expires September 30, 2018.

#ASIPowerSummit

Advertising Specialty Institute®

©2018, Advertising Specialty Institute®. All Rights Reserved. 580-3864 0818



PSI 47673 • myfitmix GmbH – Sweets & Snacks • Tel +49 6195 673210 info@myfitmix.de • www.myfitmix.de **https://www.psiproductfinder.de/zwmxmj**

Nachhaltiges Knabbern

Mit den feuergebrannten Bio-Mandeln im Snackbecher von myfitmix ist die Kundschaft auf der richtigen Seite. Die verwendete Verpackung ist lebensmitteltauglich: Schließlich wird sie gemäß strenger EU-Bestimmungen hergestellt, wobei nur zertifizierte und für Lebensmittel geeignete Materialien verwendet werden. Die Snackbecher sind mit 40 Gramm gebrannten Mandeln befüllt und können rundum im vierfarbigen Digitaldruck bedruckt werden. Die Lieferung erfolgt ab einer Mindestmenge von 500 Stück innerhalb von drei bis vier Wochen. Das Unternehmen ist übrigens Bio-zertifiziert gemäß DE-ÖKO-005.



PSI 44501 • InterPro Brands GmbH & Co. KG • Tel +49 421 33060000 info@interprobrands.de www.interprobrands.com **https://www.psiproductfinder.de/nmfmyz**

Klassisch, nachhaltig, ökologisch

Klassisch, nachhaltig, ökologisch: Das Notizbuch Friend von Inter Pro, hergestellt aus Papier und Pappe und inklusive Kugelschreiber, ist gedacht für alle, die gerne noch handschriftlich Notizen machen und dafür auf einen guten Wegbegleiter setzen. Die Ringbuchbindung sorgt für ein einfaches Umblättern und das kleine Gummiband fixiert den Kugelschreiber. Durch die farblichen Applikationen harmoniert der nützliche Werbeartikel mit den meisten Logos. Die Werbeanbringung auf dem in Royalblau, Rot, Grün sowie Orange ausgeführten Produkt erfolgt per Tampondruck.

IM EINKLANG MIT DER NATUR



ap peel MADE IN ITALY

GREEN

Die Appeel-Kollektion wird exklusiv von **Lediberg** aus Teilen des Apfels und ausgewählten Pflanzenfasern hergestellt. Die Kollektion umfasst Notizbücher, Kalender und Accessoires. Zu allen Produkten gibt es unterschiedlichste Veredelungen für die richtige Werbebotschaft. Sie haben die Story, wir haben das richtige Produkt.



Lediberg group

IVORY COLLECTION ap peel Lanybook® Castelli digital solution

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

Planen auf die moderne Art | Terminkalender und Notizbücher



Die Neuen vereint (v.l.): Tobias Zienow, Alexandra Micic, Marina Schneider, Jessica Gelev, Simone Rost, Jessica Bulut und Sabrin El-Hanafi.

Unterstützung durch neue Mitarbeiter

K+M Werbemittel GmbH

Die Werbemittelexperten von K+M freuen sich über weitere Unterstützung durch neue Mitarbeiter. In den vergangenen vier Monaten wurde das Team um insgesamt sieben „Neue" verstärkt. Dabei kehrte die langjährige Mitarbeiterin Alexandra Micic zu K+M zurück. Mit Tobias Zienow, Simone Rost und Johanna Bulut wurden erfahrene Mitarbeiter aus den Bereichen Medien, Import, Textilveredelung und Druckverfahren für den Vertrieb gewonnen. Jessica Gelev ergänzt die Sachbearbeitung, Marina Schneider wickelt künftig den Muster- und Warenversand ab und als neue Auszubildende startete Sabrin El-Hanafi. „Es ist uns gelungen, für zusätzliche Mandate unserer Kunden sowie ausgeweitete Serviceangebote eine hervorragende Mischung neuer Kolleginnen und Kollegen, aus Erfahrung und neuen Inputs aus unserer Branche zu gewinnen. Dass mit Alexandra Micic nach einigen Jahren eine erfahrene Mitarbeiterin zu K+M zurückkehrt, macht uns ebenso stolz, wie die Entscheidung branchenerfahrener Zugänge. Wir haben zusätzliche Kompetenz und sehr motivierte weitere Manpower für unsere neuen Aufgaben gewonnen", freut sich Stéphane Hennig, geschäftsführender Gesellschafter der K+M Werbemittel GmbH. **www.rmwz.de**



Thomas Büttinghaus

Händlerbetreuung intensiviert

STABILA

Die persönliche Betreuung von Werbeartikelberatern besitzt beim Messgeräte-Hersteller STABILA aus Annweiler sehr hohe Priorität. Aus diesem Grund wurde die Position des Sales Manager neu geschaffen und mit Thomas Büttinghaus besetzt. Büttinghaus hat in der Werbeartikelbranche über viele Jahre Erfahrungen gesammelt. „Wir sind davon überzeugt, dass wir mit dieser Maßnahme unsere Händlerpartner künftig noch besser unterstützen können", so Tobia Buchmann, Leiter Vertrieb Werbemittel. **www.stabila.de**



Djoe Bin Baruani

Vertrieb Frankreich aufgefrischt

REFLECTS

Die REFLECTS GmbH hat mit Djoe Bin Baruani ihren Vertrieb für Frankreich weiter verstärkt. Der ambitionierte Verkäufer war bisher unter anderem bei Peugeot tätig und freut sich auf seine neuen Aufgaben in der Werbeartikelbranche. „Ständig mit dem Kunden in Kontakt zu bleiben ist der Kern eines jeden guten Vertriebskonzepts. Ruhe, Zuvorkommenheit, Kompetenz und Einsatz – das ist, was unsere Kunden von REFLECTS selbstverständlich erwarten und auch bekommen", so der Vertriebler. **www.reflects.de**



Martina Haller

Neue Kraft im Customer Service

STABILO Promotion Products

Seit Juni 2018 unterstützt Martina Haller den Customer Service von STABILO Promotion Products. Sie übernimmt die Betreuung des Customer Service für Frankreich und Italien. Die gebürtige Südtirolerin ist mit Deutsch und Italienisch zweisprachig aufgewachsen. Auch Französisch und Englisch zählen dank ihren Auslandsaufenthalten zu ihren Stärken. Neben den Sprachkenntnissen bringt Martina Haller langjährige Erfahrungen im Bereich Vertrieb und Kundenbetreuung mit. Unter anderem war sie als Geschäftsführerin eines Kleinunternehmens sowie als Veranstaltungskoordinatorin im Hotel-Bereich tätig. Mit Martina Haller verstärkt STABILO Promotion Products das Customer Service Team und setzt dabei einen Schwerpunkt auf die länderspezifische Betreuung und Beratung der Kunden.
www.stabilo-promotion.com

10 Jahre Markenbotschafterin



Daniela Gottenöf

Seit zehn Jahren ist Daniela Gottenöf schon ein wesentlicher Teil des Teams von Mahlwerck Porzellan. Kaum jemand kennt die Mahlwerck Produkte und Finishings so gut wie sie. Ihr Weg zeigt, dass persönliche Entwicklung nicht nur in Großkonzernen möglich ist: Angefangen hat Daniela Gottenöf mit Sachbearbeitung und Kundenberatung und übernahm schließlich die Leitung des Innendienstes. Seit September 2017 betreut sie viele Kunden direkt im Außendienst als Key Account Manager. „Es toll, ein Teil dieser spannenden Branche mit so vielen besonders netten Kunden zu sein, das gestaltet mein Leben so wahnsinnig abwechslungsreich. Außerdem bin ich stolz, mit unserer Mahlwerck Family auch ein führendes Unternehmen mit superindividuellen Produkten zu vertreten“, meint Daniela Gottenöf. Tobias Köckert, der Geschäftsführer von Mahlwerck Porzellan fügt hinzu: „Wir freuen uns mit jeder neuen Sekunde, dass wir als Team auf Danielas Fähigkeiten und mit ihrer Klasse-Unterstützung rechnen können.“ **www.mahlwerck.de**

Mahlwerck Porzellan

Neuzugang im Außendienst



Lars Leppert

Die SND PorzellanManufaktur verstärkt ihr Team im Außendienst mit Lars Leppert. Seit April 2018 ist er das neue Gesicht für den Norden Deutschlands und betreut hier die PLZ-Gebiete 0-3 und 47-49. Neu in der Branche ist er allerdings nicht. Die Werbeartikelwirtschaft gehört seit Jahren zum Fachgebiet der neuen Vertriebskraft. Nun sorgt Lars Leppert bei SND für die richtige Tasse auf dem (Schreib-)Tisch des Kunden. **www.snd-porzellan.de**

SND

Zukunftsperspektive für den Nachwuchs



Stefan Wolf

Nach erfolgreichem Abschluss seiner Ausbildung zum Industriekaufmann hat die Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG Stefan Wolf fest ins Team übernommen. Er bringt sein in der 3-jährigen Ausbildung erworbenes Fachwissen ab sofort als Mitarbeiter in der Buchhaltung und unterstützend in der Qualitätssicherung des Unternehmens ein. Klio-Eterna ist anerkannter Ausbildungsbetrieb und bildet seit mehreren Jahren regelmäßig Jugendliche in kaufmännischen und technischen Berufen aus. **www.klio.com**

Klio-Eterna

Neue Außendienstleiterin



Judith Fröhlich

Mit Wirkung zum 1. August übernimmt Judith Fröhlich die Leitung des Außendienstes der Senator GmbH für das Vertriebsgebiet D-A-CH. Die erfahrene Vertriebsexpertin ist seit Februar 2017 im Außendienstteam des Unternehmens tätig und betreut die Key Accounts im Gebiet Südwestdeutschland. Sie verfügt über langjährige Management- und Vertriebserfahrung im Werbemittelhandel. „Für Frau Fröhlich stehen ihre Kunden immer an erster Stelle. Ich freue mich, dass sie mit diesem hochmotivierten Einsatz nun auch die Außendienstleitung übernimmt“, so Daniel Jeschonowski, Geschäftsführender Gesellschafter der Senator GmbH. Sandra Späth-Stolz, Leiterin des Senator Innendienstes, freut sich auf die Unterstützung auf gleicher Ebene und ergänzt: „Die intensive Zusammenarbeit zwischen Innendienst und Außendienst stärkt unsere Kundenbetreuung und ermöglicht es uns, unseren Kunden den bestmöglichen Service bieten zu können.“ Zum Sortiment der Senator GmbH gehören neben hochwertigen Schreibgeräten auch Becher und Tassen. Die Produktion und Veredelung konzentriert sich am Hauptsitz in Groß-Bieberau. Tochtergesellschaften mit teils eigenen Druckereien in UK, FR, China und Indien unterstützen den weltweiten Vertrieb.
www.senator.com

Senator

Zwei Seminare mit akatex / macobus: Online-Marketing als Chance für Umsatzwachstum

Seminare, Workshops und Beratung rund um E-Commerce und Online-Marketing für kleine und mittelständische Unternehmen bilden den Schwerpunkt von macobus, ein Unternehmen für Businesstraining, Consulting & Marketing mit Sitz in Stuttgart und Sigmaringen. Hinter macobus stehen die drei Experten Jörg Meyer mit dem Fokusthema Web-Technologien & Marketing, Meike Pätzold mit dem Schwerpunkt Design & Kommunikation sowie André Stemmermann als Spezialist für Businesskonzepte & Strategiebildung. Im Oktober veranstalten macobus und die Akademie für Textilveredlung (akatex) zwei gemeinsame Seminare.

Die Veranstaltungen von macobus sind branchenübergreifend offen für alle Unternehmen konzipiert, die mit kleinen Budgets erfolgreiches Marketing machen wollen. Der eintägige Workshop „Online-Marketing als Chance für Umsatzwachstum“, der erstmals gemeinsam mit der Akademie für Textilveredlung am 12. und 13. Oktober 2018 in Sigmaringen angeboten wird, zeigt Interessierten und Verantwortlichen aus kleinen und mittleren Unternehmen, welche Chancen Vertrieb und Marketing über das Internet bieten. Er räumt auf mit Befürchtungen und Mythen und vermittelt den Teilnehmern ein klares und realistisches Bild von den Möglichkeiten und auch Stolpersteinen im Online-Markt. Die praxiserfahrenen Referenten Meike Pätzold, Jörg Meyer und André Stemmermann erklären anhand unterschiedlicher Schwerpunkte und auch für Laien verständlich, wie erfolgreiches Online-Marketing funktioniert, worauf es im Web ankommt und welche Erwartungen Kunden heute mitbringen. Der Workshop vermittelt einen professionellen Überblick über die verschiedenen Facetten des Themas, gibt Handlungsvorschläge für erste Schritte in Eigenregie, bietet jedoch auch versierten Online-Marketeers neue Ansätze.

Die Workshops haben thematisch keine spezielle Ausrichtung für Textilveredler und Werbemittelhändler. Referent André Stemmermann ist jedoch seit über 20 Jahren in der Branche für Werbemittel und -textilien aktiv und geht entsprechend auf Wünsche und Fragen der Branchenteilnehmer ein. Auch Referent Jörg Meyer ist durch verschiedene Projekte mit den IT-technischen und marketing-technischen Ansprüchen beider Branchen vertraut.

Die Seminare:

- 12.10.2018: Online-Marketing als Chance für Umsatzwachstum, Sigmaringen
  Workshop: Vertrieb und Marketing
- 13.10.2018: Online-Marketing als Chance für Umsatzwachstum, Sigmaringen
  Workshop: Vertrieb und Marketing

Informationen und Anmeldung unter: https://aka-tex.de/aka/#!/veranstaltungen



akatex / macobus

Die praxiserfahrenen Referenten (im Bild: André Stemmermann) erklären anhand unterschiedlicher Schwerpunkte und auch für Laien verständlich, wie erfolgreiches Online-Marketing funktioniert.

Premiere in Moskau

PSI Russia

Die erste PSI Russia findet vom 11. bis 13. September 2018 im internationalen Messecenter Crocus Expo in Moskau statt. Erwartet werden mehr als 5.000 Besucher, die auf gut 150 Aussteller bei treffen. Die Messe bringt anspruchsvolle Kreative und Werbeartikellieferanten zusammen und präsentiert gleichzeitig ein neues Format: ein Messefestival kreativer Werbung, das zum Ideen- und Erfahrungsaustausch anregen soll, eine Quelle der Inspiration sowie eine Business-Plattform sein möchte. „Aussteller werden eine hervorragende Gelegenheit bekommen, ihre Kunden in einer gelösten Atmosphäre der Unterhaltung und persönlichen Ansprache zu treffen und ihre Marke zu präsentieren", ist vom Veranstalter Reed Exhibitions Russia zu hören. Auf dem Messeprogramm stehen darüber hinaus auch der PSI Russia Catwalk, die Ideengallerie sowie der PSI Russia Award. **www.psi-russia.com/en-gb.html**



Die Messe bringt anspruchsvolle Kreative und Werbeartikellieferanten zusammen.

Werben und dabei Werte erhalten

Smartphone, Tablet und Co. sind schon seit vielen Jahren fester Bestandteil unseres Alltags, sei es beruflich oder privat. Im Zuge der Digitalisierung statten immer mehr Firmen ihre Mitarbeiter mit Firmenhandys, Laptops oder Tablets aus, um einen einheitlichen Standard einzuführen. Ob teure Anschaffung oder Leasing-Gerät – jedes Gerät braucht einen zuverlässigen Schutz, um seinen Wert zu erhalten und keine Zusatzkosten zu verursachen. Deswegen gehören Schutzhüllen zum absolut notwendigen Zubehör, vor allem, wenn Mitarbeiter viel unterwegs sind. Individuell angepasst und gebrandet, kommen Geräte und Hüllen weit in der Welt herum und sind daher wirksame, gut sichtbare Werbeträger. Auch Accessoires wie Power Banks sind aus dem Arbeitsleben nicht mehr wegzudenken: Sie sorgen lange Zeit für störungsfreies Arbeiten und sind vorwiegend auf Reisen und beim Kundenbesuch im Einsatz. Daher sind auch sie hervorragende Markenbotschafter. Löw Energy Systems bietet ein erstklassiges Sortiment in allen oben genannten Produktgruppen – maßgeschneidert auf individuelle Anforderungen – und steht dem europäischen Werbemittelhandel in allen Fragen rund um Schutz, Energieversorgung und Zubehör aller Geräte zur Verfügung. **www.loew-energy.de**

Löw Energy Systems e.K.







Smartphone, Tablet und Co. sind hervorragende Markenbotschafter.

GWW Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V.

Start der Arbeitsgruppe „Pro Werbeartikel“

In der vergangenen Legislaturperiode hatte der GWW-Vorstand beschlossen, eine Arbeitsgruppe „Pro Werbeartikel“ ins Leben zu rufen. Ziel ist es, das öffentliche Ansehen der Werbeartikelwirtschaft generell und des Werbeartikels speziell zu verbessern. Durch Informationen und Aktionen sollen Verstehen und Vertrauen ermöglicht und aufgebaut werden.

Am Dienstag, 26. Juni, tagte die Arbeitsgruppe „Pro Werbeartikel“ nun erstmals in Mainz. Vorausgegangen waren verschiedene Treffen zur inhaltlichen Abstimmung und eine Präsentation der Zielvorgaben bei der jüngsten GWW-Mitgliederversammlung. Beim Kick- off-Meeting ging es vor allen Dingen darum, eine umfassende Datenbank zu konzipieren und auf den Weg zu bringen. Schließlich sollen die Botschaften der Werbeartikelwirtschaft auch bei den richtigen Zielpersonen ankommen. Hiermit wird eine Grundlage geschaffen, auf der dann von der Presseerklärung bis hin zum Guerilla Marketing alle Kommunikationsformen ihre Wirkung optimal entfalten können.

Die „Adressaten“ werden im kommenden Monat in den Bereichen Fachöffentlichkeit, allgemeine Öffentlichkeit, Politik, Verbände, Hochschulen und Branchen-Öffentlichkeit recherchiert werden. Jeder Teilnehmer der „Start-Aufstellung“ der Arbeitsgruppe wird seinen Beitrag dazu leisten, die wichtigen Adressaten zusammenzutragen und zu qualifizieren. Nach der zentralen Erfassung dieser Adressen werden in einem gesonderten GWW-Projekt die richtigen „Zielpersonen“ recherchiert. Wie man sieht, ein aufwändiger Prozess. Aber was nützen Botschaften, die keine oder die falschen Leute erreichen. An einer schlechten Datenbank sind schon unzählige Projekte im Bereich Öffentlichkeitsarbeit von Firmen, Verbänden und anderen Organisationen gescheitert. Das soll dem GWW nicht passieren. In einem zweiten Schritt werden dann inhaltliche Formate konzipiert, die die unterschiedlichen Kommunikations-Kanäle optimal bedienen.

Die Mitglieder der Arbeitsgruppe haben sich darauf geeinigt, einen Großteil der Arbeit und der Kommunikation untereinander digital zu bewältigen. Meist sind bei einem Bundesverband weite Anreisen nötig, die aus einem Meeting schnell ein Tages-Meeting und mehr werden lassen. Das nächste Treffen der Arbeitsgruppe wird deshalb erst zur Trend in Wiesbaden (14. September) sein. Die Datenbank soll aber bis dahin schon in weiten Teilen erarbeitet sein. **www.gww.de**



Ralf Samuel (Geschäftsführer GWW), Frank Dangmann (Vorsitzender GWW), Simon Dietzen (Geschäftsführer display Verlag), Manfred Schlösser (Edit Line Verlag), Tobias Bartenbach (Agentur Bartenbach).



UNLIMITED PERSONALIZATION

SOLUTIONS, IDEAS & TRENDS

pte **promotiontrade exhibition** / 19th Edition

23 / 25 JANUARY 2019

fieramilanocity pavilion 3

/ www.pteitaly.it / pte@fieramilano.it

FIERA MILANO

sferica.net

Hoher Besuch bei elasto: Rita Hagl-Kehl, Mitglied des Deutschen Bundestages und Parlamentarische Staatssekretärin bei der Bundesministerin der Justiz und für Verbraucherschutz, war zu Gast. Sie hatte sich auf den Weg gemacht, um mit den Verantwortlichen des Herstellers und Importeurs von Werbeartikeln über faire Bedingungen im Handel zu sprechen.

Hoher SPD Besuch bei elasto

Konkrete **Forderung** nach fairen Handelsbedingungen



Hoher SPD-Besuch bei elasto (v. l.): Frank Sperber; Sebastian Gütlein, Marketing elasto; Marcus Rösel, Betriebsleiter elasto; Joachim Bender, Fraktionsvorsitzender SPD Sulzbach-Rosenberg; Staatssekretärin Rita Hagl-Kehl, MdB SPD; Reinhold Strobel, MdL SPD; Uwe Bergmann, SPD Kandidat Landtag; PSI Chef Michael Freter, Marcus Sperber.

Marcus Sperber brachte es in der Diskussion nach der Betriebsführung ohne große Umschweife schnell auf den Punkt: „Die Märkte und Marktbedingungen sind weltweit im Wandel. Die großen Online-Plattformen wie Amazon, Alibaba und andere müssen dazu gebracht werden, dass sie sich mit den Anbietern in Deutschland und Europa einen fairen Wettbewerb liefern. Das ist zurzeit nicht der Fall, denn europäisches oder nationales Recht wird systematisch ausgehebelt, weil ignoriert. Qualität und Sicherheit bleiben dabei auf der Strecke – letztlich auch die Anbieter, die genau in diese Thematik viel Geld und Man-Power investieren.“

Gipfel der Verantwortungslosigkeit

Susanne Regler, Leiterin des Qualitätsmanagements bei elasto, machte dies an Beispielen sehr anschaulich und deutlich: Produkte, die man zu Demonstrationszwecken bei Online-Plattformen bestellt hatte, entsprachen keinerlei Anforderungen an Qualität und Sicherheit, waren sogar massiv gesundheitsschädlich. Der Gipfel der Verantwortungslosigkeit war eine Frischhaltedose, die für die Mikrowelle geeignet sein sollte, aber dort unter starker Rauchbildung verkokelte und sich nahezu auflöste. Auch schlimm: eine Sonnenbrille ohne Schutzklasse, ohne Gebrauchsanleitung und ohne CE-Kennzeichnung wurde auf eine kritische Nachfrage hin dann

einfach nicht mehr als Schutzbrille, sondern als Spielzeug qualifiziert, was noch schlimmer ist. Ein rotes Cap, an dem ebenfalls alles fehlte, was hiesige Inverkehrbringer nachweisen müssen (selbst der Nachweis des Inverkehrbringers), färbte dazu noch massiv ab und war auch geruchstechnisch kein Highlight. Auch hier eine kritische Nachfrage, auch hier eine lapidare, teils unsinnige, weil google-übersetzte Antwort.

Dümmliche Antworten aus dem Netz

Aber es kommt noch dicker. Genau die gleichen Produkte wurden nach einer Zeit noch mal geordert und man hatte selbst bei elasto gedacht, dass da zumindest hier und dort nachgebessert worden sei. Weit gefehlt. Allenfalls wurde verschlimmbessert. Aus Polyester beim Cap wurde die aberwitzige, aber einfache Geister sicher irreführende Bezeichnung: Baumwollpolyester.

Politik noch mehr informieren

Staatssekretärin Rita Hagl-Kehl und ihre Polit-Gruppe waren sichtlich beeindruckt. So deutlich und an greifbaren Beispielen war ihnen das Thema offensichtlich noch nie vor Augen geführt worden. Hagl-Kehl versprach dann auch, dieses Thema zeitnah in die richtigen Bereiche von Verbraucherschutz und Justiz zu lenken. Dabei gehe es nicht nur um die Arbeitsplätze, die bei elasto und anderen Unternehmen der Branche gefährdet seien, sondern es gehe auch ganz handfest um Verbraucherschutz. Bei den Beispielen, die Susanne Regler, präsentiert hatte, waren ganz konkret Personen und sogar Kinder erheblich gefährdet.

Nachhaltigkeit als Ziel

Michael Freter, als PSI-Geschäftsführer ebenfalls zu Gast, führte auch an – und bat, die Botschaft mitzunehmen – dass die Werbeartikelwirtschaft seit geraumer Zeit sehr viel investiere, um nachhaltige Produkte mit hoher Werbewirkung an den Markt zu bringen. Freter befürchtet auch, dass immer mehr Anwender den preiswerten Verlockungen der großen Handelsplattformen erliegen. Hier forderte er gleiches Recht und gleiche Behandlung für alle Marktteilnehmer. „Es kann nicht angehen, dass man deutsche oder europäische Inverkehrbringer gezielt kontrolliert und dabei oft sogar Fehleinschätzungen und Zeitverzögerungen produziert, nur weil man ihrer bei etwaigen Verstößen habhaft werden kann. Auf der anderen Seite liefern asiatische Anbieter tonnenweise und ohne großes Risiko offensichtlich nicht verkehrsfähige Produkte in die hiesigen Lager der großen Online-Plattformen“, sagte Freter.

Drei konkrete Forderungen

Marcus Sperber richtete beim elasto-Meeting in Sulzbach-Rosenberg dann auch abschließend drei ganz konkrete





Anschauungsunterricht für Politiker in Sachen Werbeartikel: Staatssekretärin Rita Hagl-Kehl (Mitte) beim Werksrundgang.

Forderungen an die Politiker. Seiner Meinung nach muss dringend dafür gesorgt werden, dass:

> Onlineplattformen als Inverkehrbringer und nicht nur als Dienstleister qualifiziert werden. Als Folge müssen sie dann auch Verantwortung tragen und Konsequenzen für Produkte und Plagiate auf ihren Plattformen übernehmen.

> es eine zentrale Anlaufstelle für Verbraucher und Unternehmen im Verbraucherministerium (Justiz) geschaffen werden soll, an die man sich, etwa in den oben geschilderten Fällen, wenden kann.

> es auch innerhalb der EU gleiche Anforderungen und Kontrollen gibt, die Marcus Sperber derzeit in einigen EU-Ländern nicht gewährleistet sieht.

Dank und Lob aus Berlin

Staatssekretärin Rita Hagl-Kehl zog von ihrer Seite eine äußerst positive Bilanz des Termins bei elasto und versicherte, das Gehörte an die richtige Stelle zu transportieren und sich nachhaltig dafür einzusetzen, dass da auch was passiere. Sie sagte auch zu, als Anlaufadresse für Fragen und Anregungen zur Verfügung zu stehen. „Es sind solche Termine, die Tatsachen vermitteln, die Betroffenheit greifbar machen und Politik – das darf man so sagen – auch schlauer und praxisnäher machen.“ <

Auf ihrer jüngsten Tour startete die GWW-Newsweek erstmals mit einem Motto: „Promotional ARTists“ lautete die Parole, unter der die „mobile Hausmesse“ ihre Runde durch acht deutsche Städte absolvierte. Zum Abschluss machte die ambulante Werbeartikelshow als Partner des Verbandes Promoswiss erstmals auch in der Schweiz Station.

GWW-Newsweek 2018 zu Gast bei Promoswiss

„Werbekünstler“ on tour



Das Finale der ersten Newsweek-woche stieg in der Fraport-Arena in Frankfurt-Hoechst. Später stieg auch das Wasser ...

Werbeartikel möglichst kunstvoll in Szene zu setzen, darum ging es bei der vom Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) organisierten Newsweek 2018. Vom 4. bis 20. Juni war man dementsprechend unter dem Motto „Promotional ARTists“ unterwegs, um Werbeartikelhändlern und -beratern und deren Kunden die neuesten kreativen Werbeideen und Produkttrends nahezubringen. 93 „Meister ihres Fachs“ waren als Aussteller mit dabei und gaben 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 standen auf dem „Tourneeplan“ und luden die Gäste zur eigenhändigen Begutachtung der Exponate ein.

Durchdachtes Konzept

Gemeinsam mit dem schweizerischen Verband Promoswiss „entführte“ der GWW die Newsweek am 20. Juni in die Umweltarena Spreitenbach: Im Anschluss an das traditionelle PSF-Forum wurde die Roadshow eigens fürs Schweizer Fachpublikum und dessen Kunden eröffnet. Die große Beliebtheit, der sich die Newsweek sowohl bei Ausstellern, Beratern als auch deren Kunden aus der Industrie auch in diesem Jahr erfreute, fußt auf einem durch-

www.gww-newsweek.de – www.psf-forum.ch

dachten Konzept. Binnen kurzer Zeit können sich die Besucher in entspannter Atmosphäre über Neuheiten und Trends aus erster Hand informieren. Die einladenden Partneragenturen und Werbeartikelberater wiederum geben ihren Kunden zusammen mit ihren vor Ort anwesenden Lieferanten zahlreiche Anregungen und Impulse und können so zusätzliche Umsätze generieren.

Auftakt mit Hindernissen

Die erste Newsweek-Woche wurde von den Ausstellern wie meist unterschiedlich wahrgenommen. Übereinstimmend wurde Stuttgart als Standort mit vielen und auch sehr ergiebigen Kontakten gelobt. Die Veranstaltung in der Fraport-Arena in Frankfurt-Höchst war ebenfalls gut besucht – bis ein heftiges Unwetter Unruhe verursachte und alle Beteiligten vom Messegeschehen ablenkte, denn das Wasser suchte sich bis in die äußeren Teile der Halle seinen Weg und die Zufahrtsstraßen rund um die Arena standen knietief unter Wasser. Als die Fluten sanken, machten sich viele Besucher auf den Rückweg, Neu-Besucher kamen kaum noch nach, denn der Verkehr in großen Teilen Frankfurts war längere Zeit lahmgelegt. Leider haben die Aussteller, die wieder viele Neuheiten und ebenso viel Motivation und gute Laune im Gepäck hatten, durch die Naturgewalten einige Stunden Messezeit verloren.

Starke zweite Woche

Trotz der nicht vorhersehbaren Zwischenfälle wie einem Verkehrsproblem und dem Starkregen sowie den unmittelbar vor Tourbeginn endenden Pfingstferien in Bayern zeigten sich die Veranstalter mit der Bilanz auch diesmal „äußerst zufrieden“: zu den acht Tourterminen in Deutschland kamen knapp 4.000 Besucher. Damit lag die Zahl zwar etwas niedriger als in den vergangenen beiden Jahren, doch entschädigte die Qualität der Gäste für denBesucherrückgang zu Beginn der Newsweek in München und Nürnberg. Die zweite Woche begann denn auch mit einem „erfreulichen Besucherzuwachs“. Die Zahlen in Berlin und Hamburg stiegen gegenüber dem Vorjahr deutlich an. „Eine überaus gelungene Premiere“ folgte in Bielefeld. „Die Stadthalle, multifunktionales Kongress- und Veranstaltungszentrum gegenüber dem Bielefelder Hauptbahn-



Werbemittelprofis leisten Überzeugungsarbeit zu überzeugenden Produkten.



Wiederverwendbares steht in Zeiten nachhaltigen Umgangs mit Ressourcen hoch im Kurs.







Schirme waren in Frankfurt nicht nur erst später gefragte Artikel.



Wie immer waren auch die Counter einladender Werbemittelhändler gefragte Anlaufstationen.









Bestes Wetter und gute Laune bei der entspannenden Abendgala draußen und drinnen zum Abschluss des PSF Forums.

hof, konnte als neugewonnene ‚Heimat' der Newsweek im Nordosten Nordrhein-Westfalens überzeugen", so GWW-Geschäftsführer Ralf Samuel. Den deutschen Tourplan komplettierte Köln, wo man unmittelbar vor der Fußball-WM die Gäste standesgemäß im RheinEnergieStadion empfing.

Schulterschluss mit PSF Forum

Der erste Newsweek-Termin in der Schweiz war der jüngsten Kooperation des GWW mit Promoswiss, dem Verband der Schweizerischen Werbeartikelindustrie, zu verdanken, die sich unmittelbar ans traditionelle PSF Forum anschloss. Diesmal waren keine Gewitter in Sicht: Bei schönstem Wetter nutzten viele professionelle Werbemittelhändler das Angebot der Schweizer Fachmesse, die bereits zum 13. Mal stattfand, sowie zahlreiche Interessenten eidgenössischer Unternehmen die am Folgetag veranstaltete „Newsweek Schweiz" für intensive Beratung durch die 75 ausstellenden Lieferanten und die einladenden Schweizer Händler, darunter BB trading werbeartikel, Kaiser Promotion, Eckert Werbeartikel, Trikora, Hach und Lyreco Switzerland. Positiv angemerkt wurde die Umstellung von der bislang praktizierten Tisch-Ausstellung auf Messestände.

Doppel-Event kommt gut an

Promoswiss-Präsident Roger Riwar freute sich über die „breite Unterstützung", welche die Zusammenlegung von PSF und Newsweek fand. „Die Promoswiss-Gala am Abend des Forums war innerhalb kürzester Zeit ausgebucht. Diese traditionelle Veranstaltung war sehr gut organisiert und

Gewinner der Promoswiss Awards

- **Werbeartikel des Jahres**
  Gold: Multiflower mit „Bienenfreunde"
  Silber: Eckert, Glas- und Flaschenöffner
  Bronze: Prodir, Schreibgerät „DANN"

- **Innovation des Jahres**
  Titan: Mint Products, Notizbuch aus Steinpapier

- **Kampagne des Jahres**
  Gold: Lacoray com Team, „Send a Hug"-Kampagne
  Silber: BB Trading, Kundengeschenk BB Trading
  Bronze: BB Trading, aufblasbares Nilpferd EWZ

das Vier-Gang-Dinner von exzellenter Qualität. Auch diesmal fanden begehrten Promoswiss-Awards würdige Sieger“, berichtet Riwar. Die Auszeichnung umfasste in diesem insgesamt sieben Preise in den Kategorien Werbeartikel des Jahres, Kampagne des Jahres und Innovation und wurde nun schon zum achten Mal verliehen (siehe Kasten). Laut Promoswiss haben die beiden Anlässe rund 600 Gäste besucht.

Ausblick zuversichtlich

„Viel gelobt wurden der breite Branchenmix, die tolle und kühle Eventhalle, die optimale Verkehrsanbindung mit 500 Gratisparkplätzen, die hervorragende Organisation und nicht zuletzt das Catering. Einige Aussteller freuten sich bereits über Aufträge während der Messe. Promoswiss wird den gemeinsamen Event auswerten und demnächst die Zukunft in Angriff nehmen“, so Roger Riwar weiter, der ein positives Fazit zieht: „Die meisten Aussteller haben noch am Messetag signalisiert, dass sie bei der nächsten Ausgabe in der Schweiz wieder dabei sein werden.“ Auch der GWW zeigt sich zuversichtlich: „Wieder einmal konnten wir feststellen, dass die Roadshow zunehmend in den Fokus von Agenturen, Marketingfachleuten und Entscheidern aus der Industrie rückt“, beschreibt Ralf Samuel stellvertretend für den Verband die weiterhin positive Entwicklung der GWW-Newsweek. <



Die Ausstellungsfläche in Spreitenbach aus der (Fast-) Vogelperspektive.



Gut frequentiert waren auch die schweizer Veranstaltungen



Probieren geht noch immer über Studieren: Werbeartikel, die schmeckend wirken.



Die schweizer Werbeartikel-„Oscars“ sind vergeben: Gruppenbild mit glücklichen Gewinnern der Promoswiss Awards.

Save the date!
7. September 2018
Mehr Informationen unter **www.psi-awards.de**

PSI SUSTAINABILITY AWARDS

Die Nominierten der PSI Sustainability Awards 2018

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

Wir präsentieren Ihnen stolz die diesjährigen Nominierten!



Fotos: © Behrendt und Rausch

Partner

FÖRDERER DES DEUTSCHEN NACHHALTIGKEITSPREISES

absatzwirtschaft

ASI Advertising Specialty Institute® Promoting Success™

ASSOPROM Associazione Italiana Produttori e Distributori Articoli Pubblicitari e Promozionali

Forum Nachhaltig Wirtschaften

PromoAlliance

sourcing city

Reed Exhibitions

Economic Excellence 2018
A.W. Faber-Castell GmbH
Badge4u Wojciech Pawlowski
Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG
Halfar System GmbH
Karl Knauer KG
Manufacturas Arpe, S.L.
memo AG
PROMIDEA SRL
Schneider Schreibgeräte GmbH
uma Schreibgeräte Ullmann GmbH

Environmental Excellence 2018
A.W. Faber-Castell GmbH
Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG
CD Werbemittel Vertriebs GmbH
Fair Squared GmbH
FD Textil GmbH
Halfar System GmbH
Karl Knauer KG
Manufacturas Arpe, S.L.
Schneider Schreibgeräte GmbH
uma Schreibgeräte Ullmann GmbH

Social Excellence 2018
A.W. Faber-Castell GmbH
Badge4u Wojciech Pawlowski
BIC GRAPHIC EUROPE S.A.
Fair Squared GmbH
Halfar System GmbH
Karl Knauer KG
memo AG
PROMIDEA SRL
Schneider Schreibgeräte GmbH
uma Schreibgeräte Ullmann GmbH

Environment Initiative 2018
BIC GRAPHIC EUROPE S.A.
CD Werbemittel Vertriebs GmbH
FD Textil GmbH
Halfar System GmbH
Inspirion GmbH
Karl Knauer KG
Schneider Schreibgeräte GmbH
Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG

Social Initiative 2018
A.W. Faber-Castell GmbH
BIC GRAPHIC EUROPE S.A.
Fair Squared GmbH
Karl Knauer KG
Mace (ireland) Ltd.
Schneider Schreibgeräte GmbH

Sustainable Product 2018
BAGS BY RIEDLE
BIC GRAPHIC EUROPE S.A.
Bulb-Bottles-Innique AG
cyber-Wear Heidelberg GmbH
Diseños NT
elasto form KG
e+m Holzprodukte GmbH & Co. KG
Hannes Schmitz Bio-Button KG
JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co. KG
KW Open promotion consulting & trading GmbH
Manufacturas Arpe, S.L.
memo AG
PowerCubes
Schneider Schreibgeräte GmbH
SENATOR GmbH
Verlag für Prävention Wilken Inh. Bettina Wilken
werbegrün - Mappen | Verpackungen
Westcoast of Sweden International AB
Zettler Kalender GmbH

Sustainable Campaign 2018
Cup Trends - Inh. Torsten Schieck
Join The Pipe BV
kicks-promotion GmbH
Mahlwerck Porzellan GmbH
mcs promotion GmbH
S & P Werbeartikel GmbH
TROIKA GmbH
ZOGI GmbH

Sponsored by

PF Concept International B.V.

bullet Avenue LABEL

Der Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft (GWW) ist in ein ereignisreiches zweites Halbjahr gestartet. Anfang Juli traf sich der sechsköpfige Vorstand unter Leitung des GWW-Vorsitzenden Frank Dangmann, um die künftigen Aktivitäten des Verbandes anzustoßen.

Verband begeht „Silbernes“

GWW feiert die „25“ und eröffnet **TREND 2018**

Themen des Vorstandstreffens waren, neben Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die politischen Aktivitäten – hier vor allem die steuerpolitischen Zielsetzungen – sowie das Angebots- und Leistungsspektrum des GWW. Auch um das Jubiläum des Verbands ging es, der vor 25 Jahren, am 19. August 1993 in Offenbach am Main gegründet wurde. „Gemeinsam haben wir das Ansehen und den Stellenwert des Werbeartikels in Deutschland deutlich verbessert und allen Restriktionen zum Trotz in der Folge auch deutliche Umsatzzuwächse verzeichnen können“, freut sich Frank Dangmann anlässlich des „Silbernen“ und ergänzt: „Und natürlich möchten wir weiter wachsen, um unsere Werbeform noch mehr in die Breite tragen zu können.“



Vorträge und Abendveranstaltung

Das 25-jährige Bestehen des GWW wird natürlich gefeiert, und zwar anlässlich des diesjährigen Summermeetings am 13. September in Wiesbaden. Passend dazu steigt einen Tag später die TREND 2018. Austragungsort ist das erst kürzlich fertiggestellte RheinMain CongressCenter in Wiesbaden. Doch zunächst startet die Doppelveranstaltung am Nachmittag des 13. September mit hochkarätigen Referaten zu branchenrelevanten Themen. Abends schließt sich dann das Jubiläums-Get-together an, bei dem die GWW-Familie ausgiebig Gelegenheit zum Networking und Feiern haben wird. Neben kulinarischen sind auch musikalische Highlights geplant.



Veranstaltungsort der diesjährigen TREND ist das nagelneue das RheinMain CongressCenter in Wiesbaden.
Fotos: © Peter Krausgrill, Rhein-Main-Hallen GmbH.

1.000 Besucher erwartet

Zur TREND selbst, die dann am 14. September von 9 bis 17 Uhr ihre Pforten öffnen wird, erwarten 130 Aussteller mit ihren neusten Trends und Produkten ihre Gäste (ausschließlich) aus dem Kreis professioneller Werbeartikelhändler und -berater. Nach dem wiederholten Besucherplus im vergangenen Jahr erwartet der GWW nun rund 1.000 interessierte Fachbesucher zur mittlerweile 32. Auflage des beliebten und wichtigen Branchenevents in Wiesbaden. Wie der Gesamtverband mitteilt, gibt es über den GWW Abrufkontingente bei verschiedenen Hotels in Wiesbaden. „Diese werden an die teilnehmenden Aussteller und Besucher zeitnah verteilt, damit diese keine Probleme mit der zeitgleich stattfindenden automechanika in Frankfurt haben werden“, so der Verband in seiner Mitteilung. Anmeldungen sind unter www.gww.de im Mitgliederbereich mit den entsprechenden Formularen online möglich. <

GWW TREND 2018
14. September 2018, 9 bis 17 Uhr
RheinMain CongressCenter
Friedrich-Ebert-Allee 1, 65185 Wiesbaden

www.gww.de



DEUTSCHER
MARKETING
TAG

5./6. DEZEMBER 2018

45. DEUTSCHER MARKETING TAG

#marketing_getting_smarter

Convention Center | Deutsche Messe Hannover

www.deutschermarketingtag.de

Eine gemeinsame Veranstaltung von:

absatzwirtschaft
Zeitschrift für Marketing

DEUTSCHER MARKETING VERBAND

managementforum
HANDELSBLATT MEDIA GROUP

Welche Anforderungen werden an Werbeartikel gestellt? Wie werden Produkte wahrgenommen? Wie lassen sie sich erfolgreich in Marketingkampagnen integrieren? Der polnische Werbeartikelverband PIAP suchte Antworten auf diese drei Fragen. Herausgekommen ist die erste umfassende Qualitätsstudie zur Wahrnehmung von Werbeartikeln innerhalb des polnischen Marktes, so PIAP.

Marktstudie des polnischen Werbeartikelverbandes PIAP

Präzise Indikatoren für mehr **Erfolg**



Schon seit Langem hatte sich PIAP eine umfangreiche, professionelle und vielschichtige Marktstudie gewünscht. Zu diesem Zweck hatte der Verband die Dienste des international tätigen Marktforschungsunternehmens Ipsos in Anspruch genommen. Um den Markt von mehreren Seiten zu beleuchten, befragte Ipsos sowohl Einkäufer von Werbeartikeln als auch deren Empfänger, also Kunden, Beschäftigte eines Unternehmens, individuelle Adressaten. Laut PIAP förderte diese Studie gleich mehrere Ergebnisse zutage wie etwa interessante Trends, Entwicklungsrichtungen sowie Orientierungshilfen für die Gestaltung von Kundenbeziehungen – sei es durch die Erstellung von Angeboten oder Katalogen. Die gewonnenen Daten sollen es den PIAP-Mitgliedern ermöglichen, ihre Aktivitäten zielgenau an den Bedürfnissen des Marktes auszurichten. Bis dato hatte sich der polnische Verband auf eigens durchgeführte Internetbefragungen gestützt. „Mit den neuen Erkenntnissen können wir unseren Mitgliedern ein Tool an die Hand geben, mit dem sie ihr Business entsprechend ausbauen können. Die Zahlen der Studien sind präzise Indikatoren“, erklärt Katarzyna Wojniak, Generaldirektorin des PIAP-Vorstands.

Mehr Originalität gefragt

Werbeartikel sind wichtig und effektiv im Rahmen der Marketingstrategie, so der allgemeine Tenor der Studie. Mehr noch: Sie sind die Visitenkarte eines Unternehmens, schärfen sie doch sein Image und seine Wahrnehmung in der Öffentlichkeit. Dabei sprächen vorwiegend zwei Kriterien für einen Werbeartikel: seine Funktionalität und seine Qualität. Am wenigsten Zustimmung im Rahmen der Befragung fand der Punkt „Einzigartigkeit“. Begründet wurde dies damit, dass Kunden der Meinung seien, dass es nicht besonders viel originelle Werbeartikel gäbe. Grundsätzlich wären ihnen jedoch neben der Funktionalität und dem Mehrwert eines Produktes durch verschiedene Einsatzmöglich-



keiten gerade Einzigartigkeit, ein interessantes Design sowie ausgefallene Modelle wichtig. Ein weiteres entscheidendes Kriterium für einen überzeugenden Werbeartikel ist der Studie zufolge der positive Überraschungseffekt.

Großunternehmen überzeugen

Untersucht wurden neben der Erwartungshaltung von Empfängern auch die Beweggründe von Unternehmen, Werbeartikel einzusetzen. Dabei kam heraus, dass mittelständische Unternehmen am meisten in Werbeartikel investieren, da sie über dieses Medium ihre Werte am besten transportiert sehen. Auch für kleine Unternehmen sind Werbeartikel der für sie wertvollste Kommunikationskanal. Trotz hoher Ausgaben sehen Firmenbesitzer hier das größte Potenzial. In Großunternehmen dagegen spielen Werbeartikel eine eher untergeordnete Rolle, da die Werbebudgets breiter gestreut werden. Laut der Studie ist dieser Fakt gleichermaßen die größte Herausforderung wie auch Chance für die Branche.

Image als Arbeitgeber steigern

Werbeartikel, die Beschäftigte von ihren Arbeitgebern erhalten, bleiben der Studie zufolge eher an Ort und Stelle und werden als Büroartikel verwendet. Gleichzeitig steige jedoch mit dem Einsatz von Werbeartikeln das Image als Arbeitgeber. Den höchsten Stellenwert erreichen Produkte, wenn sie individualisiert sind.

Exklusiv für Mitglieder

Die komplette Studie, die sich mit weiteren Stärken und Schwächen von Werbeartikeln, Funktionsweisen und Einsatzmöglichkeiten auseinandersetzt, ist exklusiv für PIAP-Mitglieder und direkt über den Verband zu beziehen. <

Die Bedeutung von Werbeartikeln aus drei Perspektiven

Kleinunternehmen	Mittlere Unternehmen	Großunternehmen
Unternehmen mit kleinem Werbebudget. Kleine Unternehmen wählen – abhängig von ihrem Unternehmensprofil – eher Massenprodukte wie Schreibgeräte, Mappen, Notizbücher, gelegentlich auch Becher. **Ausschlaggebend für den Einsatz eines Werbeartikels** ist das Bestreben**, sich** damit **vom Wettbewerb abzuheben. Die Werbeartikel sind eher klassisch und dienen der Kundenbindung**. Sie werden als **Statussymbol** und Signal gegenüber dem Kunden verstanden, dass sich auch kleine Unternehmen Professionalität leisten können.	**Eine Gruppe von Unternehmen, die um den Wert und die Stärke von Werbeartikeln weiß und diese hauptsächlich als Werbemedium einsetzt.** Mit der Wahl ihrer Werbeartikel möchten sie aus der Masse herausstechen. Für gewöhnlich wählen sie unterschiedliche Artikelgruppen für diverse Gelegenheiten. **Sie verstehen Werbeartikel als Kundenbindungselement und drücken darüber ihre Unternehmenswerte aus.**	Großunternehmen nutzen öfter **ein breites Spektrum an Marketing- und Werbemitteln.** Werbeartikel sind lediglich ein Bestandteil und gehören eher zum Standard. Gleichzeitig jedoch wissen diese Unternehmen um die Bedeutung von Markenbildung und setzen zu diesem Zweck Werbeartikel ein.



Wer sich wohlfühlt, der ist offener für seine Mitwelt – und offener, für **positive Botschaften**. Die nächsten Seiten zeigen Produkte, die beides verbinden: Schöne, ‚gepflegte' Neuheiten, die neben Wohlbefinden auch wirksame **Werbeimpulse** vermitteln.



41594 • Wellness-Promotion
GmbH & Co. KG • Tel +49 731 9627717
info@wellness-promotion.com
www.wellness-promotion.com
https://www.psiproductfinder.de/otu3ym

Bunte Lippenpflege

Der Name VitaLip® steht für Lippenpflegestifte „Made in Germany“. Die Produktion der Lippenpflegestifte von Wellness-Promotion erfolgt vollständig in Deutschland gemäß Deutscher Kosmetikverordnung und Kosmetik-GMP auf Grundlage der EU-Richtlinie 1223/2009/EG. Neben den 15 stets lagernden Standardfarben bietet Wellness-Promotion eine große Palette an Individualisierungs- und Verpackungsoptionen. Ob mit einem Umhängeband (Freestyle), mit einem werbewirksamen zweifarbigen Lippenbalsam (Twister) oder mit doppelter Pflege (DoubleCare): Alle Lippenpflege-Produkte können im Thekendisplay oder in individueller Verpackung geliefert werden.



PSI 46751 • Fair Squared GmbH
Tel +49 2234 929661100
info@fairtradepromotions.com
www.fairtradepromotions.com
https://www.psiproductfinder.de/ztezym

Fair werben

Hinter der hochwertigen Kosmetik der Fair Trade Promotion verbergen sich Fairtrade zertifizierte Pflegeprodukte der etablierten Marke Fair Squared (www.fairsquared.de). Darüberhinaus tragen Body Lotion, Sonnen Creme, Foot Freshener und Co. das NATRUE-Siegel für zertifizierte Naturkosmetik, das Siegel der Vegan Society, das Tierschutzsiegel von PeTA und sind Halal zertifiziert. Der Kern der Botschaft ist klar: „Du und Deine Umwelt sind uns wichtig. Wir kümmern uns und wollen, dass es Dir gut geht“, sagt der Anbieter.

Neue, weihnachtliche Werbeartikel

... aus dem Schwarzwald
ef emotion factory

Samenpapier-Karte Fichte



Backförmchen mit Rezeptblock Komet



Winter-Konfitüre mit Backrezept



Pflanzholz-Kugelschreiber Set



Bitte 16-seitigen Flyer anfordern

Heri-Rigoni GmbH
emotion-factory

phone +49 7725 93 93 - 0
info@emotion-factory.com



PSI 49982 • Edition Michael Fischer GmbH - EMF Verlag • Tel +49 89 21231744
tatjana.bleiler@emf-verlag.de
www.emf-verlag.de
https://www.psiproductfinder.de/mjg4zj

Natürlich schön

Wahre Schönheit ist natürliche Schönheit. Wie Kosmetik ganz ohne Konservierungsmittel, schädliche Farbstoffe und allergieauslösende Düfte hergestellt werden kann, zeigt ein maßgeschneidertes Büchlein, zugeschnitten auf Budget und Einsatzzweck von Edition Michael Fischer. Die einfachen Anleitungen informieren auch Anfänger, wie es garantiert gelingt. Das Buch kann mit individuellen Logos auf dem Deckel bedruckt werden.



PSI 40807 • Gabriele Bühring
Tel +49 4154 795400
vertrieb@buehring-shop.com
www.buehring-shop.com
https://www.psiproductfinder.de/ymmynj

Filz aus der Flasche

Eine ganz besondere Neuheit stellt Bühring mit seinem italienischen PET-Filz. Dieser Filz wird zu 100 % aus recycelten PET-Flaschen hergestellt, ist 100 % vegan und hat eine besondere Haptik. Die Kosmetiktasche „Alli“ sowie alle anderen Produkte aus Wollfilz sind ab sofort auch aus dem deutlich günstigeren PET-Filz zu haben. Der zertifizierte PET-Filz ist in zahlreichen peppigen, aber auch dezenten Farben erhältlich. Als Werbeanbringung empfiehlt Bühring den Siebtransferdruck.

Kalender aus Leidenschaft!



Tischkalender »Vision« **NEU**
Drehkalender in neuer Dimension

Einzigartig mit elegant gewölbter Form, klarem Sichtfeld und individuell gestaltbarer Gehäusefront!

4c-Druck hinter glasklarem Kunststoffgehäuse – individuell gestaltbare Kalenderfront, schon ab 300 Stück!

Weitere Artikel in unserem Kalendersortiment:

- 1 Block-Wandkalender
- 3-5 Block-Wandkalender
- Quer-Terminkalender
- Wandplaner
- Kalender im Kunststoffgehäuse

Aufstellkalender »Edelstahl«
Tisch-Aufstellkalender
aus Edelstahl für 1 oder 2 Jahre

Art. 5225 – Kalendarium für 1 Jahr

Art. 5227 – Kalendarium für 2 Jahre

Tisch-Aufstellkalender aus gebürstetem Edelstahl in hochwertiger Optik!



- komplette Fertigung im eigenen Werk in D-Ulm
- höchste Qualität, pünktliche und kurze Lieferzeiten
- erstklassiger Service

Walz time4you

Walz GmbH & Co. KG
Im Lehrer Feld 6 · 89081 Ulm
Telefon +49 (0) 731-9 62 77 0
Telefax +49 (0) 731-9 62 77 44
www.walz-kalender.de
info@walz-kalender.de



PSI 41576 • SPONTEX Industrieprodukte - MAPA GmbH • Tel +49 2161 680411
stefanie.ludwig@newellco.com
www.werbeschwamm.com
https://www.psiproductfinder.de/n2u1yt

Wellness aus der Box

Ein heißes Bad kann wunderbar belebend und wohltuend sein. Diese entspannte Atmosphäre vermittelt die neue SPONTEX-Wellness-Box Werbebotschaften und überträgt ein positives Image. Neben dem individuell gestaltbaren Seifentaler beinhaltet die Wellness-Box zusätzlich einen original SPONTEX-Quellschwamm in frei wählbarer Stanzform und Bedruckung, hergestellt aus regenerierter Zellulose und zu 100 % biologisch abbaubar. Zusammen sind die Pflege-Botschafter verpackt in einer personalisierten Faltschachtel.



PSI 44501 • InterPro Brands GmbH & Co. KG • Tel +49 421 33060000
info@interprobrands.de
www.interprobrands.com
https://www.psiproductfinder.de/nmfmyz

Immer schnell zur Hand

Das Maniküre Set Travel von InterPro Brands richtet sich an eine Zielgruppe, die viel Wert auf ihr Äußeres legt und sich gerne mit Pflege beschäftigt. Das Set ist für Reisen und den Einsatz unterwegs prädestiniert und mit einer Schlüsselkette versehen. So ist es schnell und ohne lange Suche in der Tasche griffbereit. Es besteht aus Pinzette, Nagelschneider, Feile und Nagelreiniger. Eine Werbeanbringung ist per Tampondruck möglich.



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

Kunden gehen baden

„Baden gehen" lässt die emotion factory ihre Kunden – allerdings nur im positivsten Sinne, denn: Mit dem Badekonfetti des Non-Food-Werbemittel-Spezialisten aus dem Schwarzwald gönnt man dem Kunden Ruhe und Entspannung und platziert dabei ganz charmant eine Werbebotschaft im kleinen Mailing-Briefchen. Angenehmer Vanilleduft sorgt für ein Wellness-Gefühl und füllt die Badewanne dekorativ mit Sternen in Gelb und Rot. Auf dem Reiter aus Karton findet eine liebevoll gestaltete individuelle Werbebotschaft den optimalen Platz.

– ANZEIGE –





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

Wohlfühlen einmal komplett

Was braucht man für einen Wellness- und Wohlfühltag? Ein Schaumbad? Eine Pflegemaske? Eine Maniküre? Schön, dass es bei Halfar mit dem Necessaire TRAVEL keiner Entscheidung bedarf. Hier ist alles mit dabei. Die Waschtasche ist doppelt geräumig. Mit zwei Reißverschlusstaschen und je drei Einsteckfächern ersetzt sie mindestens ein Fach im Badezimmerschrank. Auf der einen Seite passen also locker die Kosmetika hinein während auf der anderen Seite Shampoo & Co. ihren Platz finden. Die Tasche lässt sich am Handgriff bequem zum Ort des Geschehens tragen und mit einem individuellen Logodruck veredeln.

Der Umwelt zuliebe

Stolze 98 % Recycling-Kunststoff verwenden die Kosmetikspezialisten der KHK für die Außenhülle ihrer Lippenpflegestifte „Lipcare Recycled Plastic“. Die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten steigt beständig und ebenso die Anzahl an Kunden, denen eine klare Position zur Umwelt wichtig ist. Für diese entwickelte KHK im hauseigenen Labor die Lippenpflege-Rezeptur „Lipcare Native“ mit hochwertigen Rohstoffen aus heimischem Anbau. Zu 100 % pflanzlich und vegan ist die Fairtrade-Rezeptur „LipNature Fair“. Alle Lippenpflegeprodukte werden in Deutschland gemäß der neuen Kosmetikverordnung sowie Kosmetik GMP produziert.



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

– ANZEIGE –

NEUE KATALOGE 2018/2019

EINE FAMILIE.
UNENDLICHE MÖGLICHKEITEN.

RÖMERFAMILIE
ENTDECKEN · SCHENKEN · BEGEISTERN
www.roemerfamilie.de







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

Entspannung für alle Sinne

Mit hochwertigen Pflegeprodukten von aldoVANDINI aus dem Hause Römer Wellness erleben die Empfänger Entspannung für alle Sinne. Das Geschenkset „Mal dich glücklich“ enthält einen Body Balsam (200 ml) und einen Hand Balsam (je 100 ml) im verführerischen Duft nach Tamarinde & Ingwer. Die zartschmelzenden Cremes ‚Made in Germany‘ ziehen rasch ein, verleihen der Haut Geschmeidigkeit und verwöhnen alle Sinne. Ebenfalls im Set enthalten ist ein 30-seitiges Mandala-Ausmalbuch mit vielen ansprechenden Motiven für die seelische und geistige Entspannung.



COOLE WERBEPLÄTZE
FÜR IHRE KUNDEN!



reisenthel.com/corporate-gifts



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

Duftender Tee für die Wanne

Ein besonders wohltuendes Badevergnügen verspricht der Relaxing Badetee-Beutel von Multiflower. Der Beutel wird in das heiße Badewasser eingelegt und verbreitet dann schnell seinen besonderen Duft. Für Werbeeindrucke (ab 250 Stück) ist Platz auf dem Standardmotiv. Eine eigene Gestaltung der Geschenkkarte ist ab 250 Stück möglich.





PSI 49527 • Promotion Bluechip GmbH
Tel +49 170 1621031
fmockel@bluechipde.com
www.bluechipde.com
https://www.psiproductfinder.de/zjlizt

Pflege und Eleganz

Einem immer schwierigeren Umfeld mit Stress, Umweltverschmutzung und arbeitsintensivem Leben bietet Promotion Bluechip Paroli. Die exklusiven Produkte der Marke „Elissance Paris“ sind mit natürlichen Wirkstoffen und wertvollen Ölen hergestellt und besitzen daher eine pflegende Wirkung. Ob Make-up, Gesichtscreme oder Nagelpflegesets: alle Produkte werden in Frankreich entwickelt und hergestellt. Das Unternehmen bietet zudem attraktive Merchandise Artikel von „Elissance Paris“, wie Kosmetiktäschchen, Maniküre-Sets oder Schminkspiegel an.

osquare.

CABLEYARD 3 in 1

Universelles Kabel zum Laden von iOS- und Android-Geräten



Inklusive beidseitigem Sublimationsdruck

Bandfarbe frei wählbar

Kunststoffteile in weiß oder schwarz

Karabinerhaken

LIGHTNING | USB MICRO | USB TYPE C

USB



Auch mit Sicherheits-verschluss lieferbar

O-Square GmbH · Johann-Sebastian-Bach Str. 58 · 85591 Vaterstetten · Tel. +49 8106 37938-0 · info@osquare.de

www.o-square.de

PromoTex Expo

Internationale Fachmesse
für Promotion-,
Sports- und Workwear

8–10 Januar 2019
Düsseldorf



Jetzt Stand buchen!

www.promotex-expo.com

DIE WELT
DES WERBENS
UND VERKAUFENS

Organised by
Reed Exhibitions

PSI
Die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

PromoTex Expo
Internationale Fachmesse für Promotion-, Sports- und Workwear

viscom
europas fachmesse
für visuelle kommunikation



Scheckkarte mit Werkzeugfunktion

Die SwissCard Linie von Victorinox bekommt eine feminine Ergänzung mit dem Namen SwissCard Nailcare. Basierend auf den praktischen Credit-Card Abmessungen ist ein attraktives Life-Style Accessoire entstanden, das in keiner Hand- und Sporttasche fehlen sollte. Perfekt geordnet stehen total 13 praktische Helfer, vom Zahnstocher über Pinzette, Lupe, Schere, Nagelfeile bis zum Kugelscheiber zur Verfügung. Die drei verfügbaren transparenten bzw. transluzenten Gehäusefarben verleihen der SwissCard Nailcare einen modischen Auftritt. Für Beschriftungen in 1 bis 6 Farben bietet sich die Rückseite an.

PSI 44281 • Victorinox AG
Tel +41 41 8181211
b2b.ch@victorinox.com • www.victorinox.com
https://www.psiproductfinder.de/y2uxmj

– ANZEIGE –





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

Abschalten und Ausspannen

Warme Wohlfühlfarben dominieren das vierteilige Massageset NATURAL von Inspirion mit ausgewählten Pflegeartikeln. Die Massage-Utensilien sind dekorativ und in einer transparenten Box verpackt. Mit dem Massagehandpad kommen Wellnessfreunde bei einer wohltuenden Massage auf ihre Kosten. Das Massageband löst Verspannungen in Luft auf und regt den Kreislauf an. Zudem eignet sich der Luffaschwamm hervorragend für ein entspannendes Peeling und mit der Handbürste werden Hände effektiv und schonend gereinigt.



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

Zeit für Entspannung

Die Präsenteprofis von Römer haben zum Thema Ruhe im hektischen Alltag passend ein neues Geschenkset im Sortiment. Die prall-gefüllte Box ist das perfekte Paket für einen entspannten Wellness-Abend. Sie enthält ein Badesalz-Sachet (40 g) in der Duftrichtung Lavendel und einem roten Meshschwamm für ein entspannendes Vollbad, eine Dose Secco (0,2 l) und ein Paar Wärmeschuhe mit Leinsamen zum Erwärmen in der Mikrowelle. Römer Präsente ist Mitglied der „Römerfamilie“ und bietet ein großes Sortiment an kulinarischen Werbegeschenken, welche alle ab einem Stück erhältlich sind.



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

Zurück zur Natur

Jeder wünscht sich immer und überall gepflegte Hände. Mit den Nagelsandfeilen im Umschlag von Flörke ist nicht nur schnell und praktisch eine Feile zur Hand. Gleichzeitig wird auch die Umwelt geschont, denn der Kern der Feilen besteht aus Europäischer Buche und der Umschlag aus recyceltem Karton. Eine individuelle Werbebotschaft kann vollflächig auf den Umschlag gedruckt werden. Die Nagelsandfeilen sind als 6er, 10er oder einer langen Ausführung erhältlich, die Mindestauflage beträgt jeweils 5.000 Stück.



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

Natürlicher Begleiter

Bei Kosmetik- und Pflegeprodukten wird immer häufiger auf natürliche Bestandteile und umweltgerechte Verpackung geachtet. Das Beautycase für unterwegs sollte die gleichen Ansprüche erfüllen. Die Kosmetiktasche TODAY von Bewear/Citizengreen® wird aus den nachwachsenden, natürlichen Materialien JUCO und Bio-Baumwolle gefertigt. Auch das Futter besteht aus Biobaumwolle. Bei einer Größe von 22 x 17 x 6 Zentimetern bietet sie Platz für alles, was man unterwegs an Make-up etc. benötigt.



Umweltschutz und Nachhaltigkeit spielen für immer mehr Unternehmen und Verbraucher eine zunehmend wichtige Rolle beim Treffen von Entscheidungen. PF Concept widmet sich dem Thema engagiert und präsentierte im vergangenen Jahr die öffentlich zugängliche Broschüre „Serious about sustainability".

Nachhaltigkeitsstrategie weiter erfolgreich verfolgt

Nachhaltigkeit aus Überzeugung



Der Report veranschaulicht den ganzheitlichen Ansatz, den der Werbemittel-Multispezialist verfolgt. Seit der Veröffentlichung hat PF Concept sein Vorgehen kontinuierlich weiterentwickelt, um Nachhaltigkeitsaspekte bei allen Kerngeschäftsthemen innerhalb der Organisation und der Lieferkette zu berücksichtigen.

Verantwortliches Handeln als Selbstverständlichkeit

„Verantwortliches Handeln gegenüber Mensch und Umwelt ist für uns keine Pflicht, sondern eine Selbstverständlichkeit. Ein aufrichtiges und langfristig angelegtes Compliance-Management dient uns als Fundament, um einen Wandel in Richtung Nachhaltigkeit erwirken zu können", erklärt CEO Ralf Oster. PF Concept wurde 2017 für seine Unternehmensphilosophie und sein individuell aufgesetztes Compliance Bewertungs- und Kontrollsystem mit dem PSI Sustainability Awards Sonderpreis, „#Influencer of the year", geehrt. „Diese Ehrung ist Bestätigung und Ansporn zugleich", sagt Oster: „Bestätigung auf dem richtigen Weg zu sein und Ansporn, unsere Nachhaltigkeitsstrategie stetig weiterzuentwickeln." Gesagt, getan: Aktuell bekennt sich PF Concept einmal mehr zu seinen anhaltenden Bestrebungen in Richtung Nachhaltigkeit und hat eine zweite Broschüre veröffentlicht in der die Maßnahmen dokumentiert und erläutert werden. Im Mittelpunkt steht dabei die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie. Der Unternehmen ist nach wie vor stark auf Compliance ausgerichtet, versucht darüberhinaus aber zunehmend nachhaltig in allen Bereichen zu agieren.

Transparenz und Glaubwürdigkeit

„Die Kunden treiben das Thema voran, sie erwarten im gesamten Produktlebenszyklus strenge Sicherheitsbedingungen. Daher wächst auch der Bedarf an Zertifikaten, Audits und nachhaltig hergestellten Produkten stetig. Der Endverbraucher identifiziert sich mit den Werbeartikeln und legt großen Wert auf Transparenz und Glaubwürdigkeit", weiß Pieter Boonekamp, Vice President Sales und Marketing. Der europäische Werbeartikelallrounder begegnet dem Thema bereits seit geraumer Zeit mit ambitionierten Maßnahmen. Als Teil der global agierenden Polyconcept Group stehen PF Concept zur Sicherung der Compliance umfangreiche Möglichkeiten zur Verfügung. Bereits seit mehr als 10 Jahren beschäftigt das Unternehmen ein weltweit agierendes Expertenteam. Zudem wur-



Das Lager- und Veredelungszentrum in Polen: PF Logo Express. In dem 41.800 m2 großen Gebäudekomplex erfolgt die Werbeanbringung und die zentrale Auslieferung an Kunden in ganz Europa.

den Managementsysteme- und -instrumente aufgebaut, die kontinuierlich verbessert werden, um den Herausforderungen der globalen Lieferkette adäquat begegnen zu können. Die Basis dafür ist ein gemeinsames Wertesystem mit den Lieferanten des Unternehmens, die sich zum Einhalten des Verhaltenskodexes verpflichten, der von der UN Global Compact Initiative angeregt wird.

Hauseigenes Compliance-Team

Das hauseigene Compliance-Team ist global an vier Standorten aktiv und überprüft die Umsetzung der klar formulierten Richtlinien in teils unangekündigten Audits bei den Top 150 Lieferanten vor Ort, die 80 Prozent Prozent des Geschäfts von PF Concept ausmachen. So wurden 2017 allein in China 180 Audits durchgeführt. Für Fabriken und Zulieferer, die umweltsensible Produktionsprozesse durchführen haben sich die Prüfungskriterien in den vergangenen Monaten noch weiter verschärft. Die Ergebnisse werden zur Übersicht und als Basis für einen Aktivitätenplan in sogenannten Lieferanten-Scorecards festgehalten. Dort wird die Bewertung in farblichen Kategorien visualisiert: Von sehr gut bis hin zu Themen, bei denen absolut keine Toleranz gezeigt wird. Zu den Prüfkriterien zählen Arbeitsplatzsicherheit, soziale Verantwortung, Qualitätskontrollsysteme, Umweltschutzmaßnamen und die Sicherheit der Lieferkette. Bei kleineren Verstößen entwickelt das Unternehmen zusammen mit den Lieferanten Maßnahmenpläne und führt vor Ort Schulungen zur Umsetzung durch, um die Sozialstandards und die umweltverträgliche Produktion gemeinsam zu verbessern. Bei Null-Toleranz Themen, wie beispielsweise Zwangs- oder Kinderarbeit wird die Zusammenarbeit sofort beendet.

Gesamtheitliches Konzept

Um sicherzustellen, dass die Erwartungen der Kunden erfüllt werden, setzt sich PF Concept engagiert für die Produktkonformität und die Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards im gesamten Lebenszyklus des Produktes ein. Dabei wird gleichzeitig dafür gesorgt, dass die Transparenzanforderungen des europäischen Marktes erfüllt werden. Die Produktkonformität wird durch ein umfassendes Verfahren zur Wahrung der Sorgfaltspflicht sichergestellt. In diesem Zusammenhang wird auch die Beachtung von geltenden Vorschriften und Nachhaltigkeitsstandards im gesamten Lebenszyklus der Waren anhand eines digitalen Ablaufdiagramms überprüft. Vor der Markteinführung führt das



Ralf Oster
CEO PF Concept

PF Concept ist einer der Sponsoren der PSI Sustainability Awards 2018. PF Concept CEO Ralf Oster, der Rahmen der Preisvergabe am 7. September in Wiesbaden auch als Keynote Speaker agieren wird, zum aktuellen Sponsorship:

„Die Relevanz von Nachhaltigkeit wird immer bedeutender und ist ein wichtiger Indikator in der Branche. Das Thema wird verstärkt von den Kunden getrieben und damit wächst die Verantwortung der Unternehmen aktiv zu werden und Lösungen aufzuzeigen. Die jahrelangen Bestrebungen von PF Concept wurden im vergangenen Jahr mit dem Gewinn des PSI Sustainabilty Awards 2017 in der Kategorie ‚#Influencer of the year' ausgezeichnet. Das hat uns einmal mehr angespornt unsere Nachhaltigkeitsstrategie stetig weiterzuentwickeln. In diesem Jahr sponsern wir den Award, um diesen Impuls in der Branche weiter voranzutreiben und wir möchten damit andere Unternehmen motivieren, ihre Bestrebungen und Eigeninitiativen in diesem Bereich aufzuzeigen."

www.pfconcept.com

Compliance-Team zudem eine Risikobeurteilung und eine Rechtsvorschriftenüberprüfung durch und auch danach werden die Produkte kontinuierlich weiter kontrolliert. Die Liste eingeschränkt nutzbarer Substanzen, welche die Anforderungen der europäischen Chemikalienverordnung REACH ebenso wie die RoHS-Richtlinie beinhaltet, ist fest in den Prozessen verankert. Für regelmäßige Produktprüfungen kommen sowohl eigene Einrichtungen als auch die Labore von unabhängigen Dritten zum Einsatz. Der Werbeartikel-Multispezialist erweitert das Verfahren zur Wahrung der Sorgfaltspflicht kontinuierlich und integriert neue Anforderungen. So wurde vor rund einem Jahr eine globale Liste mit beschränkten Substanzen eingeführt, die im Rahmen der eigenen weltweiten Chemikalienmanagementstrategie für alle neu eingeführten Produkte zum Einsatz kommt. Die Versuchsprotokolle werden zukünftig gemäß den aktualisierten ROHS II- und REACH-Richtlinien um weitere Substanzen erweitert. Dies führt zu einer verbesserten Kontrolle der Rohstoffe durch die Fabriken und besseren Produkten für die Kunden.

Compliance als „Daseinsberechtigung“

Ein wichtiger Schritt ist die Umwandlung des eigenen Verhaltenskodex von einem erstrebenswerten in ein rechtsverbindliches Dokument, um insbesondere bei immateriellen Problemen im Bereich der sozialen Compliance den Einfluss zu verstärken. Arbeitnehmerrechte und Sicherheitsaspekte werden über die gesetzlichen Verpflichtungen hinaus berücksichtigt. „Compliance als Regeltreue ist uns bei PF Concept sehr wichtig. Dabei können sich die Regeln auf nationale Gesetze und Vorschriften, aber auch auf lokale Richtlinien und Vorgaben beziehen. Für uns bedeutet Compliance jedoch mehr als das Befolgen von Regeln, wir verstehen es vielmehr als unsere Daseinsberechtigung auf dem Markt. Und wir sind bereit noch einen Schritt weiter zu gehen“, erläutert Larry Whitney, Leiter Global Compliance der Polyconcept Group.

Umweltverträgliche Arbeitsabläufe

Eine komplexe Aufgabe, denn das Portfolio des 1984 gegründeten Unternehmens umfasst mehr als 10.000 Produkte, dabei verfügt es europaweit über 9 Vertriebsbüros und ein Lager- und Veredelungszentrum in Polen: PF Logo Express. In dem 41.800 m2 großen Gebäudekomplex erfolgt die Werbeanbringung und die zentrale Auslieferung an Kunden in ganz Europa. Bei PF Logo Express wird viel Wert auf umweltverträgliche Arbeitsabläufe gelegt. Die Tatsache, dass dieses Werk nach ISO 14001, dem weltweit akzeptierten Standard für Umweltmanagementsystem, zertifiziert ist zeigt, dass ökologische Belange konsequent und fortlaufend im gesamten Herstellungsprozess und beim Abfallmanagement relevant sind. So ist es gelungen die Druckfarbenabfälle um vierzig Prozent zu reduzieren und erhebliche Verbesserungen im Hinblick auf Ökoeffizienz und Kosteneinsparungen zu verzeichnen.

Ethische Lieferketten und soziale Standards

Anfang 2017 ist PF Concept der Amofi Business Social Compliance Initiative, kurz BSCI beigetreten und unterzieht sich damit auch externen Überprüfungen von Drittparteien. Initiative verfolgt einem Verhaltenskodex, der auf internationalen Standards der ILO (International Labour Organization) basiert und globalen Unternehmen dabei hilft, ethische Lieferketten aufzubauen und soziale Standards auf der ganzen Welt nicht nur zu ü2berwachen, sondern auch kontinuierlich zu verbessern. Zudem unterstützt das Unternehmen die Business Environmental Intiative, kurz BEPI. Seit vergangenem Jahr gehört der größte britische Werbemittelhersteller SPS (EU) Limited zur PF Concept-Familie. An den drei Produktionsstandorten in Großbritannien erfüllt die hochwertige Herstellung bereits seit längerem anspruchsvolle Compliance- und Nachhaltigkeitsansprüche. Ein wichtiger Aspekt ist dort das Entsorgungs-Management. 75 Prozent des Abfalls wird wiederverwertet oder recycelt. Dazu zählten im vergangenen Jahr u.a. rund 290 Tonnen Papier und 56 Tonnen Verpackungsmaterial.

„Vertrauen durch Service“

Nicht nur Zertifikate und Richtlinien spielen eine Rolle, sondern auch die Art und Weise mit dem das Unternehmen seinen Kunden begegnet. Oberste Prämisse ist dabei auf die Wünsche sowie Erwartungen des Kunden einzugehen und entsprechend zu reagieren. Mit der aktuellen Kampagne „Vertrauen durch Service“ dokumentiert PF Concept seine Anstrengungen und überzeugt mit hervorragenden Zahlen in punkto Schnelligkeit, Service und Zuverlässigkeit von der Bestellung bis zur Auslieferung. Wer ernsthaft Nachhaltigkeit anstrebt setzt auch intern Zeichen. Deshalb liegt es PF Concept am Herzen auch bei seinen Mitarbeiter verstärkt Bewusstsein für dieses Thema zu schaffen und sie zu motivieren. Dabei initiiert das Unternehmen unter anderem Team-Aktionen, um Bewusstsein zu schaffen und sich mit Fragen rund ums Thema zu befassen. So wurde zum Beispiel am 2. Februar diesen Jahres im niederländischen Headquarter, der Warm Sweater Day gefeiert. Damit folgte PF Concept einer Initiative des niederländischen Klima-Verbands und sparte an einem Tag 36 Prozent Energie, in dem die Mitarbeiter im Büro nicht geheizt haben. Am Global Recycling Day hat jeder Mitarbeiter eine Baumwolltasche bekommen, um auf den Kauf von Plastiktüten zu verzichten, gleichzeitig wurden alle dazu ermutigt, das so gesparte Geld zu spenden. Die erzielte Summe wurde von PF Concept verdoppelt und kommt benachteiligten Kindern in einem Bildungsprojekt der Shanti Pant Stiftung in Nepal zu Gute. <



Deutscher Nachhaltigkeitspreis Forschung



Ehrenpreisträger Prinz Charles



Deutscher Nachhaltigkeitspreis für Kommunen



Ehrenpreisträger António Guterres



Deutscher Nachhaltigkeitspreis Unternehmen



Ehrenpreisträgerin Annie Lennox

SUSTAINABILITY MADE IN GERMANY.

Zum 11. Mal zeichnet der Deutsche Nachhaltigkeitpreis Menschen aus, die sich erfolgreich den Herausforderungen der Zukunft stellen. Er prämiert die Geschäftsmodelle von morgen, die besten Ideen für die Städte der Zukunft und Forschung, die den Wandel zu nachhaltigem Leben und Wirtschaften möglich machen. Ehrenpreise gehen an prominente Ikonen des humanitären und ökologischen Engagements.

Am Abend des 7. Dezembers 2018 werden in Düsseldorf der Deutsche Nachhaltigkeitspreis sowie der Next Economy Award im Rahmen des Deutschen Nachhaltigkeitstages verliehen, dem meistbesuchten nationalen Kongress zur Nachhaltigkeit.



#DNP11

WWW.NACHHALTIGKEITSPREIS.DE

f /nachhaltigkeitspreis @_DNP_

Qualitätssättel für Fahrräder und faltbare Shopper aus recyceltem PET. Zwei Parallelwelten, möchte man meinen. Nicht für SL Bags. Das eine sind die Wurzeln, das andere Gegenwart und Zukunft des niederländischen Familienunternehmens – mit nachhaltiger Perspektive. Und die heißt Recycle Bags.

Faltbare Taschen aus recycelten PET-Flaschen

Mehrwert statt Einweg



Ein starkes Team in Sachen Nachhaltigkeit: (v. l.) Joris Jansen van den Berg, Peter van der Sandt, Marjan van der Linde, Dion de Groot.

Seit 1. Januar 2016 dürfen in niederländischen Geschäften keine kostenlosen Plastiktüten und -taschen mehr an Kunden herausgegeben werden. Das hat den Taschenspezialist SL Bags auf die Idee gebracht, eine nachhaltige Alternative auf den Markt zu bringen. Die Marke Recycle Bags war geboren und mit ihr die Idee, wiederverwendbare Taschen aus recycelten Plastikflaschen herzustellen. Diese faltbaren Einkaufstaschen mit eingenähtem Beutel, in die man den Shopper nach Gebrauch einfach zu einem kleinen Paket falten kann, bestehen zu 100 Prozent aus gebrauchten und recycelten Plastikflaschen. Und genau das, so versichert SL Bags, macht Recycle Bags einzigartig auf dem Markt.

Andere ermutigen

Diese Taschen sind nicht einfach nur ein Produkt. Hinter ihnen steckt eine komplette Philosophie, ist vom Unternehmenssitz in Zutphen zu hören: „Wir sind ein zukunftsorientiertes Unternehmen und möchten wachsen, aber nicht auf Kosten von Mensch und Umwelt. Recycle Bags sind umweltfreundlich, hochwertig und werden unter fairen Bedingungen erstellt. Das Material ist stabil und langlebig. Das bietet dem Benutzer die Möglichkeit, diese dauerhafte Tasche immer und immer wieder einzusetzen. Mit Recycle Bags möchten wir Unternehmen und Verbraucher dazu ermutigen, keine Einwegplastiktüten und -taschen mehr zu benutzen und auf wiederverwendbare Ta-



Noch unverarbeitete Flocken, die aus geschredderten PET-Flaschen gewonnen wurden.



Großserienanfertigung: Nach dem Bedrucken werden die Taschenteile zusammengenäht.



Strenge Qualitätskontrollen während des Produktionsprozesses.

schen umzusteigen." Besonders stolz ist man bei SL Bags auf die zahlreichen Zertifizierungen: Recycled 100 – Claim Standard/Global Recycled Standard, SEDEX – 4 pillar sowie Veritas ISO 9001 & SA 8000. Recycle Bags gibt es in drei faltbaren Varianten: als Shopper, Umhängetasche und Rucksack. Und sie eignen sich, davon sind ihre Macher überzeugt, auch hervorragend als Werbeartikel. Auf die Taschen selbst wie auch auf die eingenähten Beutel lassen sich sowohl Logos als auch Werbebotschaften leicht aufdrucken – per Sieb- oder digitalem Transferdruck oder auch mittels Sublimationsverfahren. So oder so werden die Recycle Bags zu wandelnden Werbeflächen.

Lange Tradition

Bereits seit 1973 ist SL Bags als professioneller Taschenhersteller am Markt etabliert. Hervorgegangen ist das Unternehmen aus dem Leder verarbeitenden Betrieb VASAD. Dieses Familienunternehmen mit einstigem Sitz im niederländischen Doetinchem war schon zu Beginn des 19. Jahrhunderts weltbekannt für seine qualitativ hochwertigen Fahrradsättel aus Leder. Heute ist SL Bags auf Design und Produktion von Qualitätstaschen unterschiedlicher Materialien spezialisiert. Der Hauptsitz ist mittlerweile im gut 25 Kilometer entfernten Zutphen angesiedelt, wo sich Verkauf, Verwaltung und Logistik befinden.

Persönlicher Kontakt ist entscheidend

SL Bags hat sich längst zu einem Global Player entwickelt. Mit einem eigenen Designstudio in den Niederlanden sowie einem Büro und Werk in der südostchinesischen Provinz Fujian versteht sich das Unternehmen als weltweiter Partner in Sachen Entwicklung, Produktion und Lieferung erstklassiger Taschen. Dabei legt SL Bags großen Wert darauf, kundenspezifische Lösungen zu schaffen, die den Bedürfnissen ihrer Kunden gerecht werden. Dieser hohe Serviceanspruch sowie das umfangreiche Know-how schätzen die Kunden nach Unternehmensangaben am meisten. Für SL Bags Bestätigung und Ansporn zugleich, so weiterzuverfahren, denn als Gegenpol zur wachsenden Digitalisierung in der Kommunikation ist SL Bags stets um den persönlichen Kundenkontakt bemüht. Und der ist einer der Grundsätze neben Leidenschaft und Begeisterung. Darauf kann sich Peter van der Sandt, der 2003 das Unternehmen von seinem Vater übernommen hat und es nun in der dritten Generation führt, bei seinem Team jederzeit verlassen. Zu diesem Team gehören Marjan van der Linde (Verwaltung und Logistik), Joris Jansen van den Berg (Marketing und Vertrieb), Dion de Groot (Vertriebsinnendienst und Traffic) sowie in Xiamen, China, Lily Liu (Beschaffung und Qualitätskontrolle). Peter van der Sandt selbst zeichnet für die Unternehmensführung, Beschaffung, Produktentwicklung und Finanzen verantwortlich.

Nachhaltigkeit in allen Belangen

Derzeit errichtet SL Bags ein neues, noch nachhaltigeres, gut 750 Quadratmeter großes Büro- und Vertriebsgebäude. Die Energie wird mittels einer Wärmepumpe (VRF-System) verbunden mit Sonnenkollektoren gewonnen. Als Hersteller eines nachhaltigen Produktes sieht sich SL Bags auch selbst in der Pflicht, nachhaltig zu agieren und mit gutem Beispiel vorauszugehen. Mit der neuen Location in Zutphen soll das gelingen. <

So entstehen Recycle Bag

Recycle Bags werden zu 100 Prozent aus gebrauchten und recycelten Plastikflaschen hergestellt. Die Flaschen werden gesammelt, gereinigt und die Verschlüsse und Etiketten entfernt. Die Flaschen werden dann in kleine Stücke verarbeitet, die nach Farben sortiert werden. Dieser Vorgang funktioniert komplett automatisch. Im nächsten Schritt werden die kleinen, flockenartigen Stücke erhitzt und geschmolzen. Auf diese Weise werden Fasern gewonnen, aus denen Garn gesponnen wird – genau so wie auch bei Polyester oder Nylonfäden. Der einzige Unterschied: Hier besteht der Stoff aus 100 Prozent recyceltem Plastik und es entsteht kein neues Plastik. Und: Das recycelte Material ist nach dem Global Recycling Standard (GRS) zertifiziert. So ist gewährleistet, dass wirklich alles komplett recycelt ist. Aus dem gewonnenen Garn wird das rPET-Material für die Recycle Bags gewebt. Dieses Material wird nun in die Taschenfabrikation von SL Bags geliefert, wo es geschnitten, bedruckt, genäht und verpackt wird. Während des Produktionsprozesses, der von einem chinesischen SL Bags-Mitarbeiter vor Ort genau verfolgt wird, werden strenge Qualitätskontrollen durchgeführt. Jeder Auftrag wird vor dem Versand sorgfältig geprüft.

www.recyclebags.eu

Es ist ein waschechtes, mittelständisches Familienunternehmen – KMS Kafitz Medienservice GmbH mit Sitz im Kölner Westen. In diesem Jahr hat die Firma allen Grund zum Feiern: Seit nunmehr 25 Jahren sind die Kölner Experten für Ton-, Bild- und Datenträger im Geschäft.

Vom Datenträger- zum Werbeartikel-Experten

Digital. Kreativ. **Werbestark.**



Heute ist KMS neben Speichermedien vor allem auf den B-to-B-Vertrieb ausgewählter Give-aways des „Digital Lifestyle" spezialisiert. Ausschließlich Werbeartikelhändler sind die Abnehmer des unter der Marke „HEJU" gebrandeten Werbemittel-Sortiments, zu dem Powerbanks, Speaker, Kopfhörer, Earphones, Smartbands, USB-Sticks, Ladekabel und viele weitere elektronische Produkte gehören. Zusatzleistung von KMS ist die Individualisierung von Werbeartikeln: Veredelung, Branding mit Logo, Gravur, Doming und kreative Verpackungslösungen.

Echte Erfolgsgeschichte

Was Anfang der 1990er Jahre auf zwanzig Quadratmetern in einer Einliegerwohnung im Rhein-Erft-Kreis begann, entwickelte sich im Laufe der Jahre zu einer echten Erfolgsgeschichte. KMS-Gründer und Geschäftsführer Reiner Kafitz erinnert sich an seine damalige Motivation: „Ich wollte ein Unternehmen gründen, bei dem ich selbst gerne kaufen oder arbeiten würde." Sein Vater, der damals eine Fabrik für Fenster- und Rollläden leitete, gab ihm außerdem mit auf den Weg, beste Lieferanten zu finden und die Beziehungen zu ihnen sorgfältig zu pflegen.



Unternehmensgründer und Geschäftsführer Reiner Kafitz mit seiner Frau Erika Kafitz, die sich um Finanzen und Personal kümmert.

Top-Noten bei den Kunden

Beides haben der gebürtige Pfälzer Kafitz und sein Team seit der GmbH-Gründung im Jahr 1992 kontinuierlich beherzigt – offensichtlich mit vollem Erfolg. Viele Kunden kaufen seit Jahren aus Überzeugung bei dem Kölner Werbeartikelhändler und empfehlen KMS gerne weiter. In einer jährlichen Zufriedenheitsumfrage bewerten Kunden das Unternehmen regelmäßig mit Durchschnittsnoten im Einser-Bereich. Beste Werte gibt es vor allem für Beratungskompetenz, Zuverlässigkeit, Flexibilität und Termintreue.

Kurze Lieferzeiten und Premium-Qualität

Bei den Lieferanten zählt vor allem Vertrauen: Reiner Kafitz reist mehrmals im Jahr nach China, wo er sich von der Qualität der eingekauften Produkte überzeugt und wichtige Lieferanten persönlich trifft. „Unsere über viele Jahre gewachsenen Kontakte in Asien sind ein Garant für Qualitätsware und damit klarer Erfolgsfaktor", bestätigt Kafitz den damaligen Rat seines Vaters. Der „gute Draht" nach China sichert den KMS-Kunden kurze Lieferzeiten und Premium-Qualität – wichtig zum Beispiel bei Power-



Ein Virtuelles Erlebnis: die Heju Perm ist ein zweiteiliges VR-Set. Passt in jede Hosentasche.



Einfach smart: der Bluetooth Lautsprecher Heju ibomb Turbo.





Stark im Laden: die Elco USB Powerbank.



Spielerisches Gadget: der HEJU Taifun mini fan.

banks, die „on-demand" für KMS produziert werden und deshalb frische Akkus besitzen.

Vertrauensvolles Miteinander

Ein vertrauensvolles, wertschätzendes Miteinander war von Beginn an Kern der Kultur des Kölner Medien-Unternehmens, das unter dem Slogan „Digital. Kreativ. Werbestark." agiert. Das schlanke Team von heute rund zehn Mitarbeitern arbeitet hochmotiviert und erfolgsorientiert. Neben Geschäftsführer Reiner Kafitz wirken seine Frau Erika Kafitz (Finanzen und Personal) sowie seine Schwiegertochter Helen Kafitz (Grafik) im Unternehmen mit. Insgesamt 14 Auszubildende haben in der 25-jährigen Firmengeschichte bei KMS ihren Beruf erlernt; darüber hinaus wurden etliche Diplom-Arbeiten dort geschrieben.

Unternehmensnachfolge geregelt

Auch an die Unternehmensnachfolge haben der 62-jährige Reiner Kafitz und seine Ehefrau Erika bereits gedacht: Die vier Söhne des Hauses werden das Unternehmen in Erbengemeinschaft weiterführen, wenn die beiden in ein paar Jahren in den wohlverdienten Ruhestand gehen. <

Meilensteine der Unternehmensgeschichte

KMS Kafitz Medienservice GmbH

1992/1993	Gründung der KMS Kafitz Medienservice GmbH Kerngeschäft: Vermittlung, Produktion, Vervielfältigung, Verpackung von Datenträgern (CDs, LPs und Videos)
1993 – 1996	Produktion bespielter CDs (Hörbücher) und CD-ROMS, z.B. für Unternehmens-, Produktpräsentationen oder Spiele; Verpackungen für Tonträger
1996/1997	Eigenproduktion von CD-Kleinserien; erste Homepage; Geschäftstätigkeit in Österreich startet
2002/2003	DVD und DVD-R ergänzen das Produktprogramm
2005	Erste ISO-Zertifizierung; seitdem kontinuierlich ISO-zertifiziert (aktuell ISO 9001:2017)
2007/2008	Auszeichnung mit dem Gütesiegel „Deutschlands Kunden-Champions" des Wirtschaftsmagazins „impulse" und der Deutschen Gesellschaft für Qualität (DGQ); KMS goes international: Die Website gibt es ab sofort auch in englischer Sprache
2010	Umzug zum jetzigen Firmensitz in Köln-Marsdorf. Alle Autos haben ab jetzt das Kennzeichen K-MS…
2011	KMS wird Mitglied bei PSI und stellt als erstes Unternehmen die Weltneuheit „Bluetooth Speaker" auf der PSI vor
2012	Herausgabe des ersten Print-Werbeartikelkatalogs; Einführung des Slogans „Digital. Kreativ. Werbestark."
2013	Erste Teilnahme an Hausmessen von Werbeartikelhändlern
2013	HEJU, Markenname der KMS-Produkte, wird als Wortmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen
2016	Der KMS-Werbeartikelkatalog erscheint erstmalig zweisprachig (Deutsch und Englisch)

Tel. +49 2234 9908-0 • info@kms.eu • www.kms.eu

In einer neuen Partnerschaft bringen Troika und National Geographic eine Kollektion an werbestarken Lifestyle-Artikeln, inspiriert von Abenteuer, Natur und Umwelt, heraus. Erhältlich ist die Serie in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Großbritannien seit Frühjahr 2018.

Neue Partnerschaft zwischen National Geographic und Troika

Gemeinsame „grüne“ Kollektion





Passt perfekt zu jedem Outdoor-Outfit: Ein Kompass mit Karabinerhaken, der sich aber auch prima als Schlüsselanhänger macht.

Zu der neuen Produktreihe des Marken-Werbeartiklers gehören Kompass, Schlüsselanhänger, eine LED-Taschenlampe, ein kleiner Werkzeugschlüssel mit 10 Funktionen und ein Multitasking Kugelschreiber. Wie die gemeinsame Aktivität von Troika und National Geographic zustande kam, lesen Sie in unserem Interview mit Troika-Geschäftsführer Liudger Böll (s. Kasten).

Verantwortung für die Welt

Die neue Partnerschaft bestätigt Troikas Engagement, Verantwortung für die durch menschengemachten Klimawandel gefährdete Welt zu übernehmen, vor allem in der Entwicklung von Werbegaben und Verbrauchsgütern. „Als starke Marke mit einem reichen Erbe ist National Geographic der perfekte Partner: authentisch, befähigend, bedeutungsvoll und unterhaltend“, heißt es bei Troika. Kunden des Unternehmens, die künftig diese National Geographic-Produkte kaufen, tragen aktiv zum Erhalt unseres Lebensraumes bei, denn 27 Prozent der Einnahmen von National Geographic Partners LLC unterstützen die National Geografic Society in der Förderung von Wissenschaft und Bildung. Alle National Geographic Partner tragen ein Stück weit dazu bei, die Erde zum Besseren zu verändern.

Erfahrung und Kompetenz

Troika bringt in die neue Partnerschaft seine langjährige Erfahrung und große Kompetenz für Design, Qualität und Innovation mit ein. Die Partnerschaft wird zusätzlich vom Gespür, das Troika immer wieder für neue Trends und Entwicklungen im Raum Verbrauchsgüter und Werbeartikel bewiesen hat, profitieren.

National Geographic Society

Die National Geographic Society ist eine weltweit operierende gemeinnützige Organisation, die 1888 in Washington D.C. gegründet wurde und sich der Erkundung und dem Schutz unseres Planeten gewidmet hat. Seit fast 130 Jahren finanziert die National Geographic Society jährlich hunderte Forschungs- und Naturschutzprojekte auf der ganzen Welt. Die Organisation inspiriert künftige Generationen mit verschiedenen Recherche- und Bildungsinitiativen und teilt ihre Erkenntnisse mit der ganzen Welt, um Menschen dazu zu inspirieren unsere Welt gemeinsam zu schützen. National Geographic Partners LLC, ein Joint Venture der National Geographic Society und 21st Century Fox, veröffentlicht weltweit Premium-Content zu den Themen Wissenschaft, Abenteuer und Forschung. Seit ihrer Gründung hat die Stiftung weltweit schon mehr als 12.000 Forschungsprojekte unterstützt, z.B. Projekte wie das Wasserschutzprogramm „Pristine Seas“, welches dazu beigetragen hat, 3 Millionen Quadratkilometer der Ozeane zu schützen und die „Big Cats Initiative“, die das Ziel hat, den Rückgang der Population von Großkatzen weltweit zu stoppen. <



Äußerst nützlich und zum Beispiel auch als Schlüsselanhänger zu gebrauchen: ein kleiner, smarter Werkzeugschlüssel mit 10 Funktionen.

Liudger Böll im Gespräch



Anlässlich der Auflage der neuen ökofreundlichen Kollektion richteten wir an den Geschäftsführer von Troika, Liudger Böll, einige Fragen.

Herr Böll, vor dem Hintergrund drohenden Klimawandels ist jede Initiative begrüßenswert, die sich dem Erhalt unsrer Natur – und damit unsrer Lebensgrundlage – widmet. Wie kam in Ihrem Fall diese spezielle Kooperation zustande?
Liudger Böll: Vor ca. drei Jahren entstand der erste Kontakt zwischen Troika und National Geographic bei einem Treffen in Berlin. Beidseitig bestand das Interesse von der jeweiligen Markenidentität zu profitieren – auf der Seite von Troika mit dem mehr als 100-jährigen Erfahrungsschatz von National Geographic in Sachen Umweltschutz, Naturerhaltung, Forschung und Abenteuer, und umgekehrt mit dem Know-how in Produkten, die Design, Innovation, Funktion und Qualität miteinander verbinden und ökologisch sauber hergestellt werden. Wir sind bestrebt zusammen mit National Geographic Produkte zu entwickeln, die sich weiterhin an die Merkmale dieser weltbekannten und beliebten Marke anpassen, nämlich die Neugier auf und Sorge für unsere Welt. Ein Teil der Einnahmen von National Geographic Partners wird genutzt, um die National Geographic Society bei der Förderung der Forschung, Erkundung, Naturschutz und Bildung zu unterstützen.

Die gemeinsame Kollektion umfasst zunächst fünf Produkte. Unter welchen Gesichtspunkten haben Sie die Auswahl getroffen?
Zunächst haben wir Produkte ausgewählt, die bereits geprüft sind und sich gleichzeitig mit dem Abenteuergeist und dem Umweltbewusstsein der Marke National Geographic verbinden, für welche die Marke weltweit steht und bekannt ist. Sei es unser Mini-Werkzeug mit zehn verschiedenen Funktionen oder der Pandabären-Schlüsselanhänger – für Abenteuerlustige und Naturschützer finden wir die richtigen zeitgemäßen Produkte, die mit innovativem Design überzeugen. Gleichzeitig stehen die Produkte auch immer in Bezug zu aktuellen Projekten von National Geographic, wie. z.B. Kampagnen zum Schutz von Eisbären oder Kolibris.

Ist die Zusammenarbeit zeitlich begrenzt oder sind weitere Produkte im Rahmen der Partnerschaft in Planung?
Die Partnerschaft ist vorerst auf die nächsten fünf Jahre festgelegt. Aktuell arbeitet unsere hausinterne Produktentwicklung aktiv zusammen mit National Geographic an der Erweiterung des Sortiments. Bereits im Herbst kommen neue Produkte auf den Markt und jedes Jahr werden wir 10 bis 20 Produkte der Kollektion hinzufügen.

Vor dem Hintergrund Ihrer Erfahrungen: würden Sie der Branche zum Thema Engagement für die Umwelt einen Rat mit auf den Weg geben wollen?
Langfristig und ganzheitlich denken – sich nicht nur kurzfristig auf Kosten und Ertrag fixieren, sondern nachhaltige Projekte fördern, die letztlich zu unserem Wohl dem Schutz der Umwelt dienen.

www.troika.org

Ein branchenverbindendes Online-Tool, das alle Marktteilnehmer (Industriekunden, Berater, Lieferanten) zusammenbringt, war bislang in der Werbeartikelwirtschaft Mangelware. Dieses Manko wollte Geiger-Notes, bekannt als Hersteller von Kalendern, Haftnotizen, Notizbüchern und Print-Werbemitteln, ausgleichen. Das Ergebnis: mypromo.

Geiger-Notes initiiert Vernetzungs-Plattform

Rundumlösung für die Branche

Der Initiative der Geiger-Notes AG ging die Erkenntnis voraus, dass der Branche eine Lösung fehlt, die das bewährte Geschäftsmodell des Handels sinnvoll ergänzt und nicht versucht, es zu ersetzen, jedem Händler den Einstieg ins E-Business ohne eigene Investitionen ermöglicht und ganz neue Marktsegmente erschließt. Kurzum: eine Vernetzungs-Plattform für die Werbeartikelwirtschaft, denn die, so Jürgen Geiger, Vorstand der Geiger-Notes AG, habe es so bis dato nicht gegeben. „Was momentan existiert, ist nicht ausreichend. Die meisten Online-Shops sind reine Anfrage-Tools, ein digitales Schaufenster. Die Abwicklung dahinter ist konventionell“, erklärte er anlässlich der Vorstellung der neuen digitalen Lösung am Unternehmenssitz in Mainz-Kastel. Eine Lücke, die es zu schließen galt. Die Idee zu mypromo, von Geiger-Notes als „echte Branchenlösung“ angekündigt, war geboren. Dieser moderne Online-Shop folgt dabei einem einfachen, wenngleich auch ambitionierten Ziel: Lieferanten stellen ihre Artikeldaten ein, Berater passen das Angebot nach ihren Bedürfnissen an und der Industriekunde findet im Internet einen benutzerfreundlichen, übersichtlichen Shop mit einer durchdachten Artikelauswahl.



Am Unternehmenssitz von Geiger-Notes in Mainz-Kastel wurde mypromo vorgestellt.

White-Label-System für Individualität

Mypromo ist als ein sogenanntes White-Label-System konzipiert. Das bedeutet: Jeder Händler kann den äußeren Rahmen seines Shops individuell festlegen, angefangen beim eigenen Branding durch Logo und Farben, über eine selbst gewählte URL bis hin zum Einfügen von Texten. Darüber hinaus behält er auch die volle Hoheit über das in seinem Shop angebotene Sortiment und das schließt mit ein, „dass Artikel und Lieferanten individuell deselektiert werden können“. In einer späteren Ausbaustufe sollen sogar ganz eigene Produkte eingestellt werden können. Die Verkaufspreise können bereits von Anfang an individuell gestaltet werden.

Das gewisse Etwas

Mypromo verspricht, mehr als ein konventioneller Online-Shop zu bieten: Das System umfasst die komplette Prozesskette. Was den Unterschied macht? „Die Abwicklung dahinter ist sexy, nicht der ‚oberflächliche‘ Shop“, zeigt sich Jürgen Geiger von den Möglichkeiten des neuen Shopsystems begeistert. So werden Druckdaten während des Bestellprozesses direkt hochgeladen, automatisiert geprüft und korrigiert. Eine umfassende Payment-Lösung sorgt dafür, dass kein Berater auf sein Geld warten muss. Und

die Hersteller bekommen neben den kaufmännischen Auftragsdaten auch die Druckdaten digital übermittelt. Im Umkehrschluss heißt das natürlich, dass die Produkte im Shop hohe Anforderungen erfüllen müssen. Dazu gehört, dass jeder Artikel online zu gestalten, garantiert verfügbar und innerhalb der angegebenen Zeitspanne lieferbar sein muss. Die Lieferung erfolge dann innerhalb Deutschlands frei Haus.

Bewusst „Geiger-Notes-Brille" abgesetzt

Mit mypromo verknüpft Geiger-Notes hehre Ansprüche, denn laut Jürgen Geiger stehen „führende deutsche Hersteller und Lieferanten mit einem klaren Bekenntnis zum Vertrieb über den Handel im Fokus." Die Implementierung erfolgt stufenweise. Zunächst werden in diesem Jahr Produkte von Geiger-Notes bei mypromo zu finden sein, also Kalender, Haftnotizen und Notizbücher. „Durchdachte Produkte", wie Jürgen Geiger betont. Ab 2019 soll das Angebot dann kontinuierlich und vor allem deutlich ausgeweitet werden. Mindestens 30 Lieferanten sollen im nächsten Jahr angebunden werden. „Wir verstehen mypromo als Initiative für die gesamte Branche", betont der Geiger-Notes-Vorstand. „Werbeartikelhandel und Lieferanten erhalten ein Tool, das den Vertrieb über den qualifizierten Berater ergänzt und unterstützt, anstatt ihn zu ersetzen." Dafür sei eigens die Mypromo Service GmbH ins Leben gerufen worden, eine hundertprozentige Tochter der Geiger-Notes AG, mit der aber auch ganz bewusst die „Geiger-Notes-Brille abgesetzt" wurde. Dass es sich um eine unternehmerische Initiative handelt, ist in den Augen des Vorstands keinesfalls ein Nachteil. „Im Gegenteil: Um ein solches Projekt zum Erfolg zu führen, bedarf es geradezu eines unternehmerischen Blickwinkels." Wichtig sei jedoch eine gewollte und gelebte Neutralität. Ein Beirat aus Händlern und Lieferanten soll das Projekt begleiten und beraten. Für Händler ist der Zugang zu mypromo frei. Lieferanten werden gezielt angesprochen, was jedoch keiner Zensur gleichkommen soll. Denn auch Mitbewerber von Geiger-Notes seien als Lieferanten ausdrücklich zugelassen und erwünscht.

Paritätische Finanzierung

Investitionsgelder in siebenstelliger Höhe sind nach Angaben von Jürgen Geiger in mypromo geflossen. Finanzieren soll es sich über monatliche Gebühren für die einzelnen Shops, Umsatzprovisionen und nutzungsabhängige Marketingeinnahmen. Dabei sollen Berater und Lieferanten paritätisch zur Finanzierung beitragen. Aber, und das ist Jürgen Geiger ganz wichtig, „jeder Händler soll sich den Shop leisten können". Ein besonderer Anreiz: Für Werbeartikelhändler und -berater, die sich noch in diesem Jahr für mypromo entscheiden, ist der Shop bis Ende 2019 kostenfrei. <



Jürgen Geiger, Vorstand der Geiger-Notes AG, zeigt sich restlos begeistert von mypromo.



Als White-Label-System wird mypromo komplett in der Optik des Händlers gestaltet.

Der Werbeartikel als haptischer Werbeträger ist wesentlicher Bestandteil eines erfolgreichen Marketing-Mix. So ist es nur eine logische Konsequenz, dass er nun auch einen eigenen Programmteil im Rahmen des Deutschen Marketing Tages erhält – dank einer Initiative, an der das PSI maßgeblichen Anteil hat.

45. Deutscher Marketing Tag in Hannover

Breakout-Session für Werbeartikel



Die Bedeutung und Wirkung des haptischen Kraftpakets Werbeartikel hat sich herumgesprochen. Wenn der 45. Deutsche Marketing Tag am 5. und 6. Dezember 2018 im Convention Center der Deutschen Messe Hannover zum Branchen-Highlight des Jahres bittet, ist das Thema haptische Werbung mit einem eigenen Programmteil mit von der Partie. Dass dem so ist, ist einer Initiative zu verdanken, an der das PSI maßgeblich beteiligt ist.

Keine beliebigen Erfolgsgeschichten

Der Deutsche Marketing Tag, seit 1973 fester Eintrag in den Terminkalendern von Marketing-Entscheidern, gilt als eine der bedeutendsten Konferenzen in Europa zu allen aktuellen Fragen rund um Marketing, Vertrieb und Service. Allein im vergangenen Jahr diskutierten 1.500 Teilnehmer und über 40 hochkarätige Referenten über zukunftsweisende Konzepte sowie deren konkrete Umsetzung. Genau hierin besteht auch der zentrale Ansatz des Deutschen Marketing Tages, zu dem in diesem Jahr von Veranstalterseite etwa 1.700 Teilnehmer erwartet werden. „Es geht nicht um eine Aneinanderreihung beliebiger Success Stories und darum, die neuesten Trends und Chancen einfach aufzuzählen als vielmehr um konkrete Erfahrungsberichte aus Sicht der Verantwortlichen“, erläutert Prof. Ralf E. Strauß, Präsident des Deutschen Marketing Verbands. Konkret bedeutet das: neue Formate und Angebote für mehr Interaktivität und Live-Erlebnisse in Sachen Omni-Channel- und Brand Management, Neuromarketing sowie Marketing Automation, um nur einige Themen zu nennen.

Breakout-Session Haptik

Gegliedert ist die zweitägige Veranstaltung, die von der Zeitschrift absatzwirtschaft, dem Deutschen Marketing Verband sowie dem Management Forum der Handelsblatt Media Group organisiert wird, in sogenannte Masterclasses, Deep Dive- und Breakout-Sessions, Stand-up-Präsentationen, Plenarvorträge und Diskussionsrunden. Eine der Breakout-Sessions wird sich ganz und gar dem Thema Haptik widmen. Eingerahmt von der Moderation des PSI Geschäftsführers Michael Freter werden Vertreter der Werbeartikelwirtschaft über haptische Werbung sowie das Werben mit Markenartikeln referieren. Ziel ist es, den Werbeartikel zu positionieren, zu etablieren und Marketing-Entscheidern seine Bedeutung und Wirkung im wahrsten Sinne des Wortes begreifbar zu machen. Damit bekommt das Motto des 45. Deutschen Marketing Tages #marketing_getting_smarter einen zusätzlichen Aspekt und unterstreicht das Angebot innovativer und effizienter Marketingtools. <

„Haptische Kommunikationsmittel können uns entschleunigen“

Der Deutsche Marketing Tag hat einen digitalen Fokus, der auf den ersten Blick das Thema Haptik nicht vermuten lässt. Haptisches Erleben und digitale Anwendungsszenarien: Wie können sich diese Aspekte crossmedial ergänzen? Darüber und über die Relevanz der Haptik unter Marketinggesichtspunkten haben wir mit Prof. Ralf E. Strauß, Präsident Deutscher Marketing Verband und Vice Chairman European Marketing Confederation, gesprochen.



Prof. Ralf E. Strauß, Präsident Deutscher Marketing Verband und Vice Chairman European Marketing Confederation

Der Deutsche Marketing Tag findet seit 1973 statt. Wie hat er sich im Laufe der Jahre entwickelt?
Der Deutsche Marketing Tag hat sich zu einer der bedeutendsten Konferenzen in Europa zu allen aktuellen Fragen rund um Marketing, Vertrieb und Service entwickelt. Wir arbeiten kontinuierlich an der inhaltlichen Weiterentwicklung des Deutschen Marketing Tages, analysieren die Herausforderungen europäischer Marketeers und identifizieren Strategien und Trends. So wurde Ende 2017 im Kreis der European Marketing Confederation (EMC) die Trendstudie „Marketing Agenda 2018“ durchgeführt. 800 Marketing- und Vertriebsleiter in Europa wurden nach den wichtigsten Themen und Herausforderungen befragt. Aus den Antworten haben wir für 2018 und darüber hinaus die Schwerpunktthemen Marketing Automatisierung, Customer Journey Analyse, digitale Transformation und Brand Management herausgearbeitet.

Auf dem diesjährigen Deutschen Marketing Tag wird das Thema Haptik eine eigene Breakout-Session erhalten. Inwieweit ist dieses neue Themenfeld unter Marketinggesichtspunkten für Ihre Kernzielgruppe relevant?
Die Funktion des Marketings steht am Scheideweg in eine goldene Ära: Eine Vielzahl von Instrumenten erlaubt die Erhebung von Kundenwünschen massenhaft und in Echtzeit entlang aller Kunden-Touchpoints, was eine Überführung in konkrete Marketingmaßnahmen beziehungsweise Leistungsspezifikationen ermöglicht. Dies erfordert eine stärkere Informationsintensität zwischen Anbietern und Kunden in Echtzeit. Und das ist insgesamt verdammt schnell. Haptische Elemente leben davon, dass man sich für sie Zeit nimmt, verharrt, Dinge auf sich wirken lässt. Darin liegt eine Chance zur Kommunikation, die mit zunehmender Geschwindigkeit an Bedeutung gewinnt.

Der Marketing Tag hat einen klaren digitalen Fokus. Das Motto der diesjährigen Veranstaltung lautet #marketing_getting_smarter. Haptisches Erleben und digitale Anwendungsszenarien: Wie können sich diese Aspekte crossmedial ergänzen?
Vor allem in digitalen Zeiten sind haptische Elemente in der Kommunikation von besonderem Wert, wenn sie besonders wertig sind. Seit 20 Jahren zeichnen wir unter anderem in der B2B-Kommunikation besonders kreative haptische Kommunikationsmittel in der Kategorie Dialog mit dem „Best of Business-to-Business Award“ aus. Und auch beim Deutschen Marketing Tag reden wir nicht erst seit 2018 über diese Kommunikationsmittel. Wie gesagt, haptische Kommunikationsmittel können uns entschleunigen, weil wir uns die Zeit nehmen „dürfen“, sie zu betrachten, zu verstehen, uns über ihre Wertigkeit zu freuen und sie im Bestfall jeden Tag auf unserem Schreibtisch zu sehen. Wir haben im Rahmen unseres „BoB Awards“ schon so großartige haptische Kommunikationsmittel auszeichnen dürfen, dass die Jury und ich uns jedes Jahr auf die Kategorie Dialog freuen. Auf dem 45. Deutschen Marketing Tag 2018 erfahren und diskutieren Marketeers an Hand von relevanten Praxisbeispielen und inspiriert durch visionäre „Keynotes“, wie alles im Marketing „smarter“ wird. Das gilt auch für die haptischen Elemente.



Business

Oft sind es Kleinigkeiten, die aus einem gewöhnlichen Artikel etwas Besonderes machen. So können ein paar einfache Schmucksteinchen auf einem Print-Motiv ein einfaches Shirt zum Trendartikel machen. Doch mögliche Gefahren können gerade in solchen Details liegen – das weiß niemand besser als die Experten von Intertek.

Qualität und Sicherheit ernst nehmen

Gefahren auch in **Details** aufspüren

Meist stehen die Hauptmaterialien eines Produktes im Fokus, was die Festlegung von Prüfungen oder das Einholen von Konformitätsnachweisen angeht. Betrachten wir doch einmal einen Toilettenbeutel: Für den Außenstoff und vielleicht sogar für das Futter liegen Nachweise über die Konformität vor. Doch um dem Artikel Stabilität zu verleihen, befindet sich im Inneren eine Schicht aus geschäumtem Material. Wurde auch das getestet? Es ist zwar nicht berührbar, aber dennoch nicht frei von Risiken. Zum Beispiel könnte es SVHC enthalten, das sind „besonders besorgniserregende Substanzen" wie etwa Lösemittelrückstände wie Dimethyformamid oder Dimethylacetamid, die umweltgefährlichen Alkylphenolethoxylate oder kurzkettige Chlorparaffine. Das Vorhandensein letzterer kann sogar dazu führen, dass der gesamte Artikel als nicht verkehrsfähig einzustufen ist und somit nicht verkauft werden darf.



Den Blick für Risiken schärfen

Oder betrachten wir ein Kunststoffarmband. Für das Grundmaterial liegen allerlei Nachweise und Prüfberichte vor, die die Konformität belegen. Doch schließt das auch die aufgesetzten schwarzen Buchstaben ein? Auch hier können Schadstoffe lauern, zum Beispiel bedenkliche Weichmacher, krebserzeugende PAK oder gar toxische Schwermetalle wie Blei und Cadmium. Ein weiteres Beispiel: Für Trinkbecher dürfen ausschließlich bekannte und in unabhängigen Laboruntersuchungen geprüfte Kunststoffe für Becher und Deckel eingesetzt werden. Doch liegen diese Zertifikate auch für die Dichtung vor? Dies gilt selbstverständlich auch für die Dichtungen von Vorratsdosen. Oft gibt es solche Becher und Dosen auch in verschiedenen Farben. Hier gilt es auch zu beachten, dass die Konformität für jedes gefärbte Material bestätigt werden muss. Eine weitere brisante Frage: Wurden die kleinen Knopfaugen eines Schlüsselanhänger-Stofftieres wirklich auf alle relevanten Schadstoffe geprüft?

Wichtig: Qualität bis ins Detail

Qualität ist entscheidend für den Erfolg eines Produkts – ob es für Verkauf oder Werbung bestimmt ist. Niemand wird eine Firma in guter Erinnerung behalten, wenn der Clip eines Werbe-Kugelschreibers sofort abbricht oder die Henkel einer Stofftasche beim ersten Einkauf abreißt. Leider wird gerade bei diesen Kleinkomponenten nicht immer angemessener Wert auf Qualität gelegt. Oft kommen billige Materialien zum Einsatz, seien es nun Kunststoffe, Schäume oder Metalle. In der Folge entsteht ein erhöhtes Risiko, gesetzlich verbotene Substanzen zu finden. Das wiederum kann schnell dazu führen, dass die Artikel nicht mehr verkauft werden dürfen. Die Palette möglicher Schadstoffe ist riesig. Europäische und nationale Verordnungen regeln ihre Verwendung und belegen sie mit strengen Grenzwerten. Die Experten von Intertek können schnell und sicher Gefahrenpotenziale ausmachen und entsprechende Prüfprogramme erstellen. Intertek kann auch für Ihr Produkt passende Lösungen anbieten. <

Kontakt:
Intertek Holding Deutschland GmbH
Tel 0800 5855888 / +49 711 27311-152 · Fax +49 711 27311-559
psi@intertek.com · intertek.com/intertek.de

Sicherheit und Qualität
von Werbeartikeln

powered by intertek PSI INSTITUTE



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

Reed Exhibitions

PSI

Jan Breuer

Mit Sympathie und Kreativität

Die unverwechselbaren Produkte des Unternehmens mbw haben sich in der Branche längst einen einprägsamen Namen gemacht. Herr dieser Sympathieträger ist seit vier Jahren Jan Breuer. Der Jungunternehmer wuchs gewissermaßen in den Betrieb des Gründerehepaars Both hinein und treibt die Weiterentwicklung der Firma mit frischen Impulsen voran.



Wir treffen den 34-jährigen Jan Breuer an einem schönen Vorsommertag dieses Jahres im Norden der Republik, in Schleswig-Holstein, ganz in der Nähe der Flensburger Förde und der dänischen Grenze, wo mbw beheimatet ist. Der Ort ist klein, doch der Ortsname Wanderup ist in Werbeartikelkreisen seit Langem prominent. Dies hat vor allem auch mit Jan Breuers Vorgängern, den Eheleuten Monika und Walter Both zu tun, die das Unternehmen im Jahr 1980 gründeten und als Inhaber zu einem erfolgreichen, allseits bekannten wie angesehenen Lieferanten der Branche entwickelten. Da war Jan Breuer zwar noch nicht geboren, doch er begleitete diese unternehmerische Evolution quasi schon von Kindesbeinen auf, ja man kann sagen, er wuchs in die Firma hinein. Doch dazu später mehr.

Überzeugende Kollektionen

Begonnen hatte alles mit Fußgängerreflektoren. Nach ersten Schritten im Einzelhandel und Kooperationen mit den deutschen Verkehrswachten, war schnell klar: der Weg führt in die Werbeartikelbranche. Allmählich weitete sich das Sortiment Fahrradhelme Flaschenöffner, gewickelte, T-Shirts namens „Snaky's", Reflexbänder, Softplüsch, Silikonarmbänder oder Mikrofasertücher. Dann hält mit SQUEEZIES die erste individuelle Kollektion Einzug. Andere wie CityDucks, ein Teil der aktuell über 200 Modelle zählenden Quietsche Entchen-Familie, oder die wahrlich ‚umfangreiche' Sippe des Herrn Bert folgen.

Unverwechselbare Individualisten

Die längst europaweit präsenten Kuscheltiere und Entchen (die es auch in größeren Versionen gibt) sind mit den

Marken MiniFeet und Schnabels unter der Ägide Jan Breuers mittlerweile zu starken Standbeinen des Unternehmens geworden. So wird das mbw-Angebot heute von einer ausgewogenen und aufeinander abgestimmten Mischung origineller wie nützlicher Produktlinien bestimmt, die ihren festen Platz im bunten Branchenreigen gefunden haben. Die jüngsten knuddeligen Akteure der plüschigen Reihe heißen BigHeads & ChillyFriends. „Alles in allem besitzt mbw derzeit über 200 geschmacksmustergeschützte Artikel und Logos", verrät uns Jan Breuer. Eins indes vereint alle diese in jeder Hinsicht hoch qualitativen und selbstverständlich rundum zertifizierten Marken-Serien: es sind allesamt Sympathieträger oder auch „Individualisten der Herzen", und deshalb als Werbeartikel so nachhaltig wirksam.

Voneinander profitieren, miteinander wachsen

Bevor wir jedoch zum Protagonisten dieses Textes zurückkehren sei hier noch bemerkt, dass mbw bereits seit 1986 ständiges PSI Mitglied und regelmäßig auf der Messe in Düsseldorf präsent ist; seit einigen Jahren im Verbund mit der so gennannten CHOICE Gruppe, einem Kreis von sechs Werbeartikellieferanten, die zur JCK Holding zählen, einer vielfältigen und leistungsstarken Unternehmensgruppe, die heute weltweit agiert. mbw hat sich 2007 der Familienholding angeschlossen, die unter dem Motto „Voneinander profitieren, miteinander wachsen" ihren Tochtergesellschaften die Eigenständigkeit der Unternehmen und damit deren Unternehmern garantiert.

In den Betrieb hineingewachsen

Womit wir wieder bei Jan Breuer wären, dem jetzigen Lenker der mbw-Geschicke. Seit dem 1. Januar 2014 hat er die Leitung des Unternehmens inne. Schon ein Jahr zuvor übertrugen ihm Monika und Walter Both die Prokura und legten nach ihrem Abschied Ende 2014 die Geschicke der Firma ganz – und ganz bewusst – in junge, wiewohl bewährte Hände. Damals war Breuer gerade 30 geworden, allerdings schon jahrelang bei mbw tätig. Doch der Kontakt zum Betrieb reicht bis in seine Kindheit zurück und kommt nicht von ungefähr. Wie uns der waschechte Wanderuper erzählt, verbindet die Familie Both und seine Familie eine langjährige Freundschaft: „Meine Mutter ist seit mehr als 30 Jahren Mitarbeiterin in der Buchhaltung von mbw. Außerdem wohnten wir in unmittelbarer Nachbarschaft von den Boths. Wir haben zusammen mit deren Kindern gespielt und des Öfteren das Lager auf links gedreht, wo wir uns auch Höhlen mit Kartons gebaut haben. Auch auf Botenfahrten durfte ich schon als Sechsjähriger mal mit von der Partie sein." So ist Jan Breuer gewissermaßen mit dem Unternehmen großgeworden. >>

JAN BREUER IN PERSON



Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?
Schön, dass die Sonne scheint. Im Norden Deutschlands sind wir ja oftmals auch anderes Wetter gewohnt.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?
Wenn Projekte gut laufen und man für Herausforderungen gemeinsam gute Lösungen finden konnte.

Was bringt Sie in Hochstimmung?
Ein gutes WIR-Gefühl im Team, kreative Köpfe mit guten Ideen und wenn Dinge, die man lange vorbereitet hat, erfolgreich gelingen.

Und was bringt Sie auf die Palme?
Unzuverlässigkeit.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?
Den Nachtisch.

Wie können Sie die Zeit vergessen?
Am Meer. Durch die Nord- und Ostsee in der Nähe sind wir hier in Wanderup schon sehr verwöhnt.

Vier Wochen Zwangsurlaub – wohin geht's?
Mit meiner Frau, den Kindern und unserem Hund nach Föhr. Die Insel ist einfach herrlich und für uns innerhalb kürzester Zeit erreichbar.

Wofür geben Sie gern Geld aus?
Für gutes Essen.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?
Natürlich nicht … ;-)

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?
Wenn er lange in Erinnerung bleibt.

Den besten, den Sie je bekommen haben?
Ein Hightech-Schraubendreher von Protrade. Funktional, hochwertig und hilfreich. Den Schraubendreher habe ich immer noch im Einsatz und der hat schon so einige Umdrehungen hinter sich.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?
Wenn er billig und qualitativ mangelhaft produziert ist, aber dabei noch gut aussieht. Ein Werbeartikel muss halten, was er verspricht – auch im Einsatz. Schließlich verlassen sich die Firmen darauf, die diesen Artikel als Markenbotschafter einsetzen. Wie mein Freund Günter immer sagt: ein Logo auf dem Griff eines Regenschirms, der in der Fußgängerzone kopfüber im Papierkorb steckt, ist nicht die beste Werbung … Deshalb ist es wichtig, dass die Qualität einfach passt.

>> Kaum verwunderlich also, dass er nach seiner schulischen Laufbahn die Chance genutzt hat, seine Ausbildung bei mbw zu absolvieren. Und: „Nach diesen zweieinhalb Jahren war klar: hier will ich bleiben!“

Lebenswerk weitergeführt

Mittlerweile ist Jan Breuer seit 18 Jahren mbw-ler. Und die Boths wissen ihr Lebenswerk bei ihm bestens aufgehoben. Schon bei der Geschäftsübergabe fanden die scheidenden Inhaber entsprechende Worte: „Er ist wie ein Teil der Familie. Wir stehen uns sehr nah – und wir vertrauen voll und ganz auf seine Erfahrung, sein Können, seine Leidenschaft. Dass er diese Leidenschaft mitbringt, hat er in den vergangenen Jahren immer wieder bewiesen. Qualität, Sicherheit, faire Arbeitsbedingungen – diese Leitlinien unserer Arbeit verfolgt Jan Breuer in unserem Sinne weiter. Spürsinn für Neues, die Weiterentwicklung von Klassikern, technisches Know-how und Freude am Umgang mit den Kunden – auch das bringt er mit.“ Breuer gibt im Gespräch das Lob aber auch sehr gern zurück: „Mit Monika und Walter Both hatte ich tolle Lehrmeister, die mich all die Jahre stets mit Rat und Tat begleitet und mir schrittweise mehr Verantwortung übertragen haben. Ihr Vertrauen war mir immer auch Anreiz, meine eigenen Neigungen weiter zu verfolgen und mein unternehmerisches Gespür weiter zu entwickeln.“



Direkt vor Ort in Wanderup wird auch veredelt und personalisiert – dies auch in Kleinstauflagen.

Bewährtes weiterführen, Neues anstoßen

Dies scheint dem (immer noch) Jung-Unternehmer auch gelungen. Jan Breuer kennt mbw durch und durch und lebt den Firmengeist mit jeder Faser vor. Er weiß: Erfolg bedeutet in Wanderup stets auch Ansporn. Und Bewährtes weiterzuführen heißt dort auch immer wieder Neues anstoßen und auf den Weg bringen. So setzt man bei mbw natürlich auch auf steten innovativen Antrieb. Und der ist, wie die daraus hervorgehenden Erfolge, eine Leistung des Teams. „Ich bin im Team großgeworden und führe den Teamgedanken auch weiter. Hier bei mbw versuchen wir immer, alle mitzunehmen“, streicht Breuer heraus. „Alle gehören dazu und das merkt man auch am ‚Wir-Gefühl‘ innerhalb der Belegschaft.“

Identifikation mit der mbw-Familie

Die Identifikation der auf ca. 80 angewachsenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem Betrieb ist groß. „Das liegt auch daran, dass wir früh darauf gesetzt haben, die Kompetenz einzelner Abteilungen zu stärken, Selbstständigkeit zu fördern und dazu zu animieren, an der Weiterentwicklung des Unternehmens mitzuarbeiten“, sagt Breuer. So gibt es beispielsweise eine „Ideenbox“, in der die Beschäftigten ihre Anregungen miteinbringen können, sei es, was Produkte betrifft oder die Verbesserung interner Abläufe. „Hier konzentriert sich viel Know-how und wir schöpfen dies durch Maßnahmen wie diese auch aus. Um jede Idee sind wir dankbar und etwa zwei Drittel davon werden auch umgesetzt und bei der Weihnachtsfeier (die auch so etwas ist wie die betriebliche Familienfeier) entsprechend prämiert“, so Breuer weiter. Die Feier ist ebenfalls Rahmen für die Verleihung des „Goldenen Bert“, ein Dankeschön für langjährige Betriebszugehörigkeit: ein weiterer Beleg für das gute mbw-Klima, in dem sich die Kolleginnen und Kollegen ausgesprochen wohl fühlen.





Das große Außenlager im nahen Eggebek gewährleistet modernes wie professionelles Lagermanagement.

Professionelles Lagermanagement

Vom professionellen Lagermanagement konnten wir uns selbst ein Bild machen: mbw betreibt seit fünf Jahren ein modernes Pickup- und Kommissionierungslager im nahen Eggebek. Veredelt bzw. personalisiert – auch in Kleinstmengen – wird bei hiesigen Druckereien und zum Teil direkt im Haus. Hier stehen u.a. sechs eigene Druckmaschinen bereit. Auch konfektioniert wird am Firmensitz. Dort entstehen auch eigene pfiffige Kartonagen, in denen z. Bsp. Muster verschickt werden. Wie uns Jan Breuer berichtet, reifen (auch angesichts der steten „gesunden Steigerung" der Unternehmensbilanz) Pläne zur Expansion und Konzentration von Lager und Unternehmenssitz am Standort Wanderup – das nebenbei verkehrstechnisch sehr gut angebunden ist. Zum Hamburger Hafen ist es ohnehin nicht weit, und größere Aufträge gehen auch schon mal direkt von dort aus auf die Reise zum Kunden.

Vieles auf den Weg gebracht

Neben der Sortimentskonzentration hat Jan Breuer auch die Prozessoptimierung auf den Weg gebracht. Bei mbw geht man nicht nur in Sachen Produkttrends mit der Zeit. Stichwort E-Commerce: Nach zwei Jahren Entwicklungsphase startete man jüngst erfolgreich mit einem neuen, maximal flexiblen Webshop, der den Kunden viele Vorteile bietet (und den Mitarbeitern wieder mehr Raum schafft für bspw. intensive Kundenbetreuung und die Entwicklung von Sonderanfertigungen). Welch großen Wert man im Unternehmen dem E-Commerce beimisst, zeigt auch die Schaffung eines neuen Ausbildungsplatzes zu ebendiesem Thema. Auch marketingtechnisch ist man gereift, was die professionellen Präsentationen von Katalogen, Flyern und der erwähnte gemeinsame Messeauftritt innerhalb der CHOICE-Gruppe beweisen. Zu den weiteren Pluspunkten des Unternehmens zählen ein eigenes Qualitätsmanagement an den Produktionsstätten in Fernost sowie die hausinterne Qualitätsprüfung, die alle Gesetzesvorgaben mehr als erfüllt. Eine anspruchsvolle Grafik liefert kreative Impulse. Und Verantwortung auf dem Feld der Social Compliance ist für mbw schon immer selbstverständlich.



Produkte, die ein Lächeln zaubern

Letzterer jedenfalls steht nach wie vor im Zentrum aller unternehmerischer Bestrebungen bei mbw: „Die Kundenberatung ist das Wichtigste. Denn nur, wer auch ganz für den Kunden da ist, kann den Erfolg finden, der auch wirklich zufriedenstellt", betont Breuer. Und dies funktioniert innerhalb der mbw-Familie bislang prima. Hier arbeitet man gemeinsam mit Spaß daran, den Werbemittelhandel mit „Dingen, die sonst keiner machen kann" zu überzeugen. Zugegeben: die originelle, durchweg sympathische Produktpalette erleichtert es, beim Kunden ein gutes Gefühl zu schaffen und ein Lächeln aufs Gesicht der Empfänger zu zaubern. „Wer kann das mit seinen Produkten schon von sich behaupten", meint Breuer. Wir können ihm nur zustimmen ... <



Außergewöhnliches für Verwöhnte

Mit Leidenschaft für moderne Tischkultur und hochklassiger Feinkost **gestaltete Pakete** für große und kleine Firmenpräsente sind eine Spezialität von corviscom. Nicht nur zu Weihnachten interessant, sondern für unterschiedlichste Anlässe. Neben den im Shop vorgestellten Konzepten werden vor allem individuelle Lösungen umgesetzt. Das Prinzip ist die Kombination von hochwertigen Markenartikeln, die sich durch gutes Design und Qualität auszeichnen, mit außergewöhnlichen Feinkostspezialitäten. Durch den direkten Genuss und die schönen, langlebigen Objekten haben die Präsente einen nachhaltigen Erinnerungswert. Für Industriekunden können auch Konzepte rund um kundeneigene Produkte entwickelt werden.

PSI 43961 • Corviscom GmbH • Tel +49 201 1095151
info@corviscom.de • www.corviscom.de
https://www.psiproductfinder.de/ngeynt





Klein, aber oho!

Diese kleinen bunten, **glitzernden Fruchtgummi-Sterne** von Kalfany bringen jede Werbebotschaft zum Glänzen. Und sie schmecken auch noch verführerisch gut – sechs Farben und sechs Geschmacksrichtungen (Orange, Passionsfrucht, Zitrone, Kirsche, Ananas und Himbeere) vereinen sich in einem Werbetütchen. Für „shiny moments" sorgen diese Fruchtgummis mit Glitzerpartikeln besonders zu Weihnachten. IFS-zertifiziert gießt Kalfany Süße Werbung das Fruchtgummi mit zehn Prozent Fruchtgehalt aus Fruchtsaftkonzentrat sowie färbenden Pflanzenauszügen und verpackt die Glitzer-Sterne in Werbetütchen 85 x 60 Millimeter zu je zehn Gramm.

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



Werbung im Blickpunkt

Das **Camblock® Webcam Cover**, das zum Sortiment von Hey!blau Labs gehört, verdeckt die Webcam und bietet zugleich eine ideale Werbefläche im direkten Sichtfeld. Der Anwender bekommt ein einfaches aber wirkungsvolles Tool zum Schutz vor Industriespionage und Hacker-Angriffen. Dieser Spezialsticker haftet ohne Klebstoff an allen glatten Oberflächen und ist wiederverwendbar. Werbebotschaft, Form und Größe werden nach Bedarf angepasst. Das Webcam Cover wird auf einer individuellen Trägerkarte und in hochglänzenden Folienbeuteln ausgeliefert.

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



Faltbarer Sitzwürfel

Flatcube – so heißt der **erste faltbare Sitzwürfel** aus einem Guss, der zum Produktportfolio von BAS gehört. Er revolutioniert eines der beliebtesten Werbemittel für den Point of Sale, Events und Merchandising. Er bietet alle Vorteile der herkömmlichen Sitzwürfel, ist vollflächig bedruckbar und durch den patentierten Faltmechanismus einzigartig unter den Sitzwürfeln. Nicht nur auf Messen und Veranstaltungen, sondern auch als Wohnungs- oder Gartenmöbelstück macht der Würfel eine gute Figur. Der Flatcube ist der richtige Eyecatcher um einer Marke, einem Slogan oder Unternehmen schon beim Vorbeigehen zu Aufmerksamkeit zu verhelfen.

PSI 43980 • BAS Produktions- und Handels- GmbH
Tel +49 751 76870201 • info@bas-innovation.de • www.bas-innovation.de
https://www.psiproductfinder.de/nzblmd



RELAGS
outdoor-equipment
GROSSE AUSWAHL
AN OUTDOOR HARDWARE
Druck + Gravur
mit Ihrem Logo
basic NATURE
RELAGS GMBH
Im Grund 6 – 10
D – 83104 Tuntenhausen
Fon 0 80 65 - 90 39 0
E-Mail relags@relags.de
WWW.RELAGS.DE

Rudolph aus Schokolade

Magna sweets schickt zur diesjährigen Weihnachtskampagne neben zwei neuen Adventskalendern auch Rudolph ins Rennen, das wohl bekannteste Rentier. Die köstliche Lindt Lindor Kugel aus Milchschokolade bildet die rote Rentiernase in der **individuell bedruckbaren Klemmkartonage**. Aber auch der Schokoladen-Rudolph komplett aus Schokolade im Cellophan-Tütchen ist laut Magna ein echter Weihnachtsrenner. Veredelt wird Rudolph durch einen individuell bedruckten Reiter.

PSI 41617 • Magna sweets GmbH • Tel +49 8146 99660
info@magna-sweets.de • www.magna-sweets.de
https://www.psiproductfinder.de/ywmymd





Dauerhaft fühlbar

Eine ganz besondere Art der Logoaufbringung auf Tassen ist die Sandstrahlung von Senator. Diese Veredelung verleiht dem Logo Tiefe und Struktur sowie eine lange Werbewirkung. Bei der **Sandstrahlung** wird die Oberfläche in der Form des gewünschten Motives abgetragen. Dieses erscheint dann als vertieftes Relief, so ergibt sich ein fühlbarer, hochwertiger 3D-Effekt sowohl auf farbigen als auch auf weißen Tassen. Senator realisiert diese Art der Veredelung auf allen angebotenen Porzellan- und Steinzeugtassen mit Ausnahme des Bewirtungsgeschirrs. Zur Wahl stehen 22 Modelle in verschiedenen Standard-Farben. Auch einer Wunschfarbe steht so gut wie nichts im Wege.

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

Frischer Wind

Mit dem **Pop-Up-Fächer** von Clipy kommt frischer Wind in die Werbung. In vielen Farben bedruckbar, kann der Artikel jede Werbebotschaft wirksam in Szene setzen. Mit einem Gewicht von nur 14 Gramm ist er dazu noch ein Leichtgewicht und lässt sich so bequem überall mit hinnehmen. So bleibt die Werbebotschaft immer im Blick. Der mitgelieferte kleine Stoffbeutel kann ebenfalls personalisiert werden.

PSI 45619 • Clipy • Tel +34 91 5238206
clipy@clipy.com • www.clipy.com
https:/www.psiproductfinder.de/mgzinz



EUROPEAN SUPPLIERS BOOK
CATALOG OF PROMOTIONAL INDUSTRY

6. Edition

- Ihre Werbung erreicht 5000 Abnehmer aus 24 Ländern!
- 35 000 Firmen werden Ihr Online-Angebot sehen
- Sie erhalten eine Datenbank mit den auf dem Markt aktiven Werbeagenturen und Händlern



esbook@gjconline.com

www.esbook.eu



Rutschvergnügen

Für die Kleinsten in der Familie hat Jamara-Kids das ideale, **kindgerechte Fahrzeug**. Der offiziell lizenzierte Mercedes-Benz GL63 AMG bietet dank der stabilen und liebevoll gestalteten Karosserie ein sicheres Fahrvergnügen. Dafür sorgen auch die niedrige Sitzhöhe und der eigens konstruierte Kippschutz am hinteren Ende des Rutschautos. Mit dem griffigen Lenkrad mit Hupe, echten Scheinwerferattrappen und den – dem Original nachempfundenen – Kühlergrill sowie Felgen, ist der Mercedes-Rutscher das ideale Vergnügen für die kleinsten Entdecker – gleichermaßen Indoor wie Outdoor.

PSI 47696 • Jamara e.K. • Tel +49 7565 94120
newsletter@jamara.com • www.jamara.com
https://www.psiproductfinder.de/othmyj

Handgearbeitet

Weihnachtsgrüße sollten auch immer etwas Besonderes, Langlebiges und Stilvolles sein. Daher empfiehlt Pfaff sein vierteiliges **Nussknacker-Set**, wobei es sich um einen hochwertigen, handgefertigten Baumbehang handelt. Verstaut sind die weihnachtlichen Figuren in einer zum Anlass passenden grünen Geschenkverpackung mit Sichtfenster. Eine Veredelung beziehungsweise Werbeanbringung durch Sticker ist auf der Verpackung möglich.

PSI 49989 • Erwin Pfaff e.K. Sonja Pfaff-Weis
Tel +49 7722 4096 • info@erwin-pfaff.de • www.erwin-pfaff.de
www.psiproductfinder.de/zjawnz





Ganz schön raffiniert

Eine stylische Werbemöglichkeit aus dem Hause Jung: Die **elegante Schiebedeckeldose**, die in jede Hemd- oder Handtasche passt und dafür sorgt, dass Werbebotschaften immer und überall gezielt ankommen. Die griffige Metalldose kann mit individuellen und kreativen Bildmotiven bedruckt werden. Das ist auch bei einer weiteren Neuheit der Fall, der „Dose quadratisch". Diese weiße Metalldose kann – wie die Schiebdeckeldose auch – mit verschiedenen Sorten von Micro Bonbons aus der Jung Produktion kundengerecht gefüllt werden. Die Artikel sind bereits ab 270 Stück im hochwertigen 4c-Digitaldruck erhältlich.

PSI 41545 • JUNG since 1828 GmbH & Co. KG • Tel +49 7042 9070
zentrale@jung-europe.de • www.jung-europe.de
https://www.psiproductfinder.de/mtq3ot



Sicher, bequem und smart

Smart Strap ist eine **Fingerhalterung für Smartphones**, die ein bequemes und sicheres Gerätehandling ermöglicht. Einfach den Smart Strap auf der Handyrückseite anbringen und Finger durch die Schlaufe stecken. So hat der Benutzer das Gerät sicher im Griff. Ein Herunterfallen ist fast unmöglich. Der Smart Strap hält auch auf vielen handelsüblichen Hüllen und Schalen. Natürlich kann er rückstandsfrei wieder abgelöst werden. Ungeeignet sind jedoch Silikon- und Lederhüllen, Glitzerfolien sowie Oberflächen aus Holz, Textilien, Aluminium und Glas. Die Mindestbestellmenge beträgt 1.000 Stück. Ab dieser Menge kann das elastische Band im Sublimationsdruck, die Blister-Verpackung oder der Papiereinleger im Polybeutel individuell gestaltet werden. Der ABS-Körper ist ab einer Auflage von 10.000 Stück individuell nach Farbe und mit einer Prägung gestaltbar. Preise und weitere Infos unter: www.xprom.de

PSI 43959 • XPROM® – Eine Marke der B&W MEDIA-SERVICE GmbH
Tel +49 201 84823-0 • info@xprom.de • www.xprom.de
https://www.psiproductfinder.de/zjq1ow

Malspaß im Set

Das **Buntstifte Memo-Set** von Reidinger bringt kleine Künstler ganz groß raus und schult gleichzeitig das Gedächtnis. Im Set enthalten sind sechs Buntstifte – Standard oder Jumbo – und 26 Memokärtchen mit Tiermotiven zum Ausmalen. Das Set ist bereits ab 1.000 Stück mit individuellem Motiv erhältlich. Die Rückseiten der Memokärtchen können mit Logo und Werbebotschaft bedruckt werden. Neben Katze, Maus & Co. lassen sich auch andere Ausmalmotive umsetzen. Der unvergessliche Werbeartikel lässt sich im Web-Konfigurator gestalten. Artikel und Preise werden dabei in Echtzeit angezeigt.

PSI 42938 • Reidinger GmbH • Tel +49 9732 91050
info@reidinger.de • www.reidinger.de
https://www.psiproductfinder.de/mdm5zm



– ANZEIGE –



HEFTEN ohne Klammern? Na klar!

PLUS JAPAN

Klammerloser Hefter und andere Innovationen!

5% Rabatt*

*auf Produktpreis mit dem Promotion Code **Klammerlos2018**

PLUS Europe GmbH
info@plus-corporation.com
Tel. 0211 52285719
www.plus-europe.com

Ikonisches Design

Mit dem QS30 ergänzt die Schweizer Prodir ihr **mehrfach ausgezeichnetes QS Portfolio** um ein ikonisches Design. Die in 3D gestaltete Oberfläche betont die ursprüngliche Qualität des Schreibgeräts als funktionales Arbeitswerkzeug. Die einfachen, vom Studio C Milano, Christoph Schnug, entworfenen Linien, nehmen sich zurück und schaffen eine klare, funktionale Ruhe. Der QS30 wirkt selbstbewusst und wertig. Das Schreibgerät liegt ergonomisch sehr gut in der Hand, sein Gewicht ist sehr genau austariert. Hochwertige Minen aus eigener Produktion, besonders die Floating Ball 1.4 Mine mit der etwas breiteren Spitze, bieten maximalen Schreibkomfort. Man spürt die Sorgfalt und Qualität in jedem Detail. Die Kollektion des QS30 besteht aus zehn gut aufeinander abgestimmten Farben. 4 Clips in transparenter und 6 Clips in polierter Oberfläche bilden einen perfekten Kontrast zu der feinen, matten Oberfläche des Schafts. Damit bietet der neue QS30 bietet in Form und Funktion alles, was man von einem langlebigen und durchdachten Schweizer Werkzeug erwartet.

PSI 43417 • Pagani Pens SA / Prodir Division
Tel +49 6762 4069-0 • sales@prodir.de • www.prodir.com
https://www.psiproductfinder.de/ngu0yw





Individueller Advent

Individuelle Adventskalender zählen zu den beliebtesten Werbemitteln in der Vorweihnachtszeit, lässt sich doch auf diese Weise gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten große Wertschätzung ausdrücken, so die Werbeexperten von CD-LUX. Die Werbung bleibt garantiert 24 Tage im Mittelpunkt, ohne in der Flut der Weihnachtspost „unterzugehen“. Für dieses Jahr wurden **exklusive Adventskalender-Neuheiten**, wie beispielsweise der innovative 3D-Adventskalender Transporter oder das neue Ritter Sport Weihnachtshaus ins Sortiment genommen. Garantiert für gute Laune sorgt der freche Lindt Hello Mini-Emoti Adventskalender. Die neuen Fair-Plus Adventskalender begeistern mit feiner Bio-Vollmilchschokolade. Oder wie wäre es mit dem originellen Nikolaus-Kalender im Mini- Format?

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

DEIN PROFI FÜR EVENTAUSSTATTUNG

LOGOBANK®

Die faltbare und bedruckbare Werbebank!



FLATCUBE®

Der erste faltbare Sitzwürfel aus einem Guss!









BAS Produktions- und Handels- GmbH · info@bas-innovation.de · www.bas-innovation.de

---





Noch bunter und auffälliger

Ein schicker, eleganter Metall-Kugelschreiber mit matt lackiertem Gehäuse: Das ist der LUMOS. Dieses **Erfolgsmodell** hat uma nun noch bunter und auffälliger gemacht: Zum einen stehen jetzt zahlreiche weitere Farben zu Verfügung und ganz neu gibt's den LUMOS GUM mit matt lackiertem farbigem Gehäuse. Den LUMOS GUM gibt es zusätzlich noch mit schwarz glänzendem Metallclip und Drücker. Auch das Gehäuse ist hier aus schwarzem Metall – ganz besonders toll tritt das bei der Veredelung mit Lasergravur zutage. So entstehen vielschichtige und glänzende Markenbotschaften mit Tiefgang. Geblieben ist die bekannte uma Tech Refill Mine mit Neusilberspitze und Wolfram-Karbid-Kugel mit deutscher Schreibpaste nach ISO-Norm.

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





Bequem und praktisch

Mit diesem **Kompaktwerkzeug** von Wera ist man für die wichtigsten Schraubprofile gewappnet. Ein ergonomischer Handgriff mit sechs Wechselklingen, geschützt und sicher verstaut in einer leichten und dennoch robusten Tasche, sorgen dafür, dass die Werkzeugen schnell bequem zur Verfügung stehen, denn das Griff-/Wechselklingen-System ermöglicht einen blitzschnellen und einfachen Austausch der benötigten Klinge. Gut zu wissen: Die Bits können ebenfalls in einem Akkuschrauber eingesetzt werden. Verstaut ist das Ganze in einer praktischen Gürteltasche, ab 100 Stück auch mit individuellem Logo-Aufnäher.

PSI 48078 • Wera Werkzeuge GmbH
Tel +49 202 4045144 • matuschek@wera.de • www.wera.de
https://www.psiproductfinder.de/mwy3zw

Bier ganz persönlich

Unter der Sparte „Your brand" bietet die Vulkan Brauerei Firmen seit vielen Jahren die **Möglichkeit, Biere mit eigenem Label** zu beziehen. Die vielfältige Produktpalette prämierter Klassik- und Craftbiersorten ist das Ergebnis einer kreativen und kompromisslosen Braukunst und bietet sich besonders gut als Werbeartikel, Kundengeschenk sowie für Events und Messeauftritte an. Als zertifizierter „Eifel-Produzent" ist die Brauerei eng mit der Heimat verwurzelt und setzt daher auf regionale Rohstoffe. Die Biere werden durch modernste Technik naturbelassen gebraut und behalten daher zu 100 Prozent ihren natürlichen Geschmack. Die Aromen reichen von malzig und mild bis hin zu tropisch-fruchtig und herb. Abgefüllt wird ab 800 Flaschen. Zum Angebot gehört neben dem Co-Branding auch eine Auswahl an verschiedenen Packaging-Varianten.

PSI 44286 • Vulkan Brauerei GmbH & Co. KG • Tel +49 2652 935010
info@vulkan-brauerei.de • www.vulkan-brauerei.de
https://www.psiproductfinder.de/yzzkmt



Schöne Erinnerungen

Der so genannte **petit tresor** der Marke Dungeon's World sollte speziell bei Menschen Begeisterung hervorrufen, die Kinder oder Enkel haben. In einer stabilen Box lassen sich nämlich Erinnerungsstücke wie Milchzähne, das Baby-Bändchen, Fotos, Schmuck oder eine Haarsträhne aufbewahren. Ein Einleger dient zur Dokumentation der ersten Worte, von Ereignissen und anderer wichtiger Daten. Ein Aufkleber zum Eintragen des Namens gehört ebenfalls dazu.

PSI 49862 • Roll-Up.Bayern – Dungeon's World Daniel Lochbrunner
Tel + 49 08282 8900960 • info@roll-up.bayern • www.roll-up.bayern
https://www.psiproductfinder.de/n2uwy2



Lupenreine Werbung

Lupen werden öfters gebraucht als man denkt, zum Beispiel um das Kleingedruckte auf dem Beipackzettel zu lesen. Die polnische Firma badge4u bietet **Lupen im Kartenformat** mit dreifacher Vergrößerung an. Das praktische Format einer Scheckkarte passt einfach in jede Geldbörse und ist somit immer und überall griffbereit. Bedruckt mit einer Werbebotschaft per UV Digitaldruck wird der Artikel zu einem nützlichen Begleiter, egal wo man sich gerade befindet.

PSI 47411 • badge4u Wojciech Pawlowski
Tel +48 32 6165572 • info@badge4u.eu • www.badge4u.eu
https://www.psiproductfinder.de/zgy2od

Liebe Einkäufer,
besuchen Sie uns!



Mehr als 350
neue Anbieter
aus Australien, China, Frankreich, Deutschland, Hong Kong, Ungarn, Indien, Indonesien, Italien, Japan, Serbien, Singapur, Süd Korea, Taiwan, Thailand, Türkei, UK, USA, Vietnam

Asian
GIFTS & PREMIUMS SHOW
www.asiangnp.com

20 - 23 · 10 · 2018
Hong Kong Convention & Exhibition Centre



Einkäufer Sponsorship Programm
Melden Sie sich unter www.asiangnp.com an und sichern Sie sich vom 20. bis 23. Oktober eine Barauszahlung in Höhe von HKD2.800 für Ihre Ausgaben.
(Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen)

Veranstalter IDEA TRADE LIMITED
Manager COMASIA LIMITED
Fachmedienpartner AASource.com
Trägerorganisation mehki
Official Carrier CATHAY PACIFIC
Besuchen Sie uns auf:
MEGA SHOW

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

BLUETOOTH-LAUTSPRECHER / BLUETOOTH-SPEAKER



PSI No. 44455 www.linotex.com

EINKAUFSWAGENLÖSER / KEY CHAIN



PSI No. 49467 www.einkaufswagenlöser.de

BÜROBEDARF / OFFICE SUPPLIES



PSI No. 48564 www.plus-corporation.com

FEUERZEUGE / LIGHTERS



PSI No. 41565 www.kp-plattner.at

EINKAUFSWAGENAUSLÖSER / KEY CHAIN



PSI No. 46925 www.pinsundmehr.de

KUNSTSTOFFERZEUGNISSE / PLASTIC PRODUCTS



PSI No. 44724 www.promowolsch.de

LOGISTIKSERVICES / LOGISTCS SERVICES



PSI Partner www.ztv-logistik.de

MAGNETE / MAGNETTAFELN
MAGNETS / MAGNET BOARDS



PSI No.42299 www.adamo-design.de

PFLANZENSAMEN / PLANT SEEDS



PSI No. 44302 www.xiving.com

REGENSCHIRME / UMBRELLAS



PSI No.48847 www.samsonite.de

SOCKEN & STRÜMPFE / SOCKS & STOCKINGS



PSI No. 44755 www.boscher-international.com

SCHLÜSSELFINDER / KEY FINDER



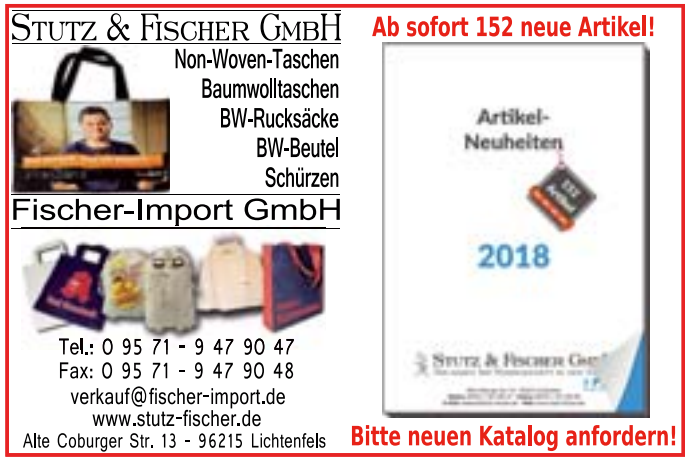
PSI No. 49467 www.einkaufswagenlöser.de

SPIELWAREN / TOYS



PSI No. 44970 www.semo.de

TASCHEN AUS BAUMWOLLE / COTTON BAGS



PSI No. 42320 www.fischer-import.de

TEXTILIEN / TEXTILES



PSI No. 46235 www.herka-frottier.at

WERBE- & PROMOTIONSMATTEN / ADVERTISING AND PROMOTION MATS



PSI No.43358 www.promotion-mats.eu

STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS

Vim Solution GmbH

Vim Solution ist der Spezialist für elektronische Werbeartikel. Mit unseren innovativen Produkten setzen wir seit über 10 Jahren neue Maßstäbe in der Werbemittelbranche. Unser Kerngeschäft ist der auftragsbezogene Direktimport aus Fernost für den EU-Binnenmarkt, sowie die Veredelung von Produkten in unserem Hause.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab sofort in Vollzeit:

- **Kundenberater (m/w)**
- **Sachbearbeiter Auftragsabwicklung (m/w)**
- **Sachbearbeiter Einkauf (m/w)**
- **Produktmanager (m/w)**

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung:

Vim Solution GmbH, Im Eck 5, 79199 Kirchzarten
karriere@vim-solution.com

Weitere Informationen finden Sie auf unsere Webseite:
www.vim-solution.com/jobs

Merchandise WORLD

Exhibition | Appointments | Networking

The Event to Meet the UK Professional Distributors

Informally Meet on Exhibition Stands, and/or Meet by Appointment

1000+ quality visitors, and 200+ exhibitors
The perfect place to grow your business



Wednesday 12th September 2018

at the brand new **Farnborough Exhibition Centre**

- Then again in January 2019 in The Midlands

www.merchandiseworld.co.uk Tel: +44 1252 701034

PSI Sustainability Awards 2018 | Exklusive Preisgala



Auch in diesem Jahr haben Unternehmen der Werbeartikelwirtschaft wieder die Chance auf die begehrten Nachhaltigkeits-Awards, die erneut in **acht Kategorien** verliehen werden. **71 Nominierungen** sind im Rennen um die PSI Sustainability Awards. Die **exklusive Preisgala** findet am **7. September 2018** im Wiesbadener Kurhaus statt. Die Nominierungen erfolgten in einem **transparenten Bewertungsverfahren** in zwei Schritten. Im ersten Schritt wurden die ökologischen, ökonomischen und sozialen Zertifikate der Einreichungen mit Punkten bewertet. Je anspruchsvoller das Profil eines Zertifikates, desto höher wurde dieses bewertet. Die Kategorien Ökologische Initiative, Soziale Initiative, Produkt und Kampagne wurden zusätzlich von einer Fachjury bewertet. Die **Addition aller vergebenen Punkte** aus allen Kategorien ergibt am Ende, welches Unternehmen sich **PSI Sustainable Company of the Year** nennen darf.

PSI Supplier Finder 2/2018 | Jetzt aktualisieren

Der PSI Supplier Finder ist für Händler eine wichtige Stütze bei der Suche nach geeigneten PSI Herstellern und Lieferanten. Deshalb wird **Aktualität** in diesem Verzeichnis großgeschrieben. Wer im PSI Supplier Finder steht, wird gefunden. Neben **Warengruppen mit Quellenangaben** für den Bezug von Produkten und Dienstleistungen enthält der PSI Supplier Finder zudem ein **Zertifikatsverzeichnis** mit einer Auswahl verantwortungsvoller Lieferanten im PSI Netzwerk, den **TOP 160 Lieferanten** im PSI Netzwerk sowie interessanten Texten aus der Rubrik „Gut zu wissen“. Zurzeit wird die Ausgabe 2/2018 erstellt. Beste Gelegenheit für alle PSI Hersteller und Lieferanten, ihre **Daten jetzt** zu **aktualisieren**. Am besten gleich das Eintragsformular ausfüllen. Das PSI Crossmedia Team steht telefonisch unter +49 211 90191-114/-150/-315 oder per E-Mail: supplierfinder@psi-network.de für Fragen und weitere Informationen zur Verfügung.

PSI Distributor Village | Neue Chancen für Händler



Eine besondere Möglichkeit zur Kundenakquise bietet 2019 das neue **PSI Distributor Village** im Bereich **„Marketing Innovations“** der Halle 12 – vor dem Eingang zur PSI 2019 gelegen. Hier haben PSI Händler über die **komplette Messezeit** hinweg (8. bis 10. Januar 2019) die Gelegenheit, sich, ihr Team und ihre Leistungen zu präsentieren, damit Besucher des Bereiches „Marketing Innovations“, der PromoTex Expo sowie der viscom anzusprechen und so **neue Kontakte** zu **knüpfen**. Es können Standgrößen zwischen neun und 16 Quadratmetern im Rahmen des PSI Distributor Village Pakets sowie Individualflächen ab 25 Quadratmetern gebucht werden. Am dritten Tag der Messe können PSI Händler ihre eingeladenen Industriekunden in ihrem individuell gestalteten Rahmen im PSI Distributor Village empfangen. Am Industriekundentag der PSI 2019 (10. Januar 2019) haben PSI Händler auch wieder die Möglichkeit, ihre eingeladenen Industriekunden an einem Berater-Spot im Eingang Nord (Halle 9) zu empfangen und von hier aus gemeinsam in die Messe zu starten. Nähere Informationen erteilt das PSI Sales-Team, Telefon: +49 211 90191-600, E-Mail: sales@psi-network.de.

New EMagazine Embroidery

Includes an overview of most current embroidery machines!



Free EMagazine!

Billingual: English and German

Visit www.stitchprint.eu/spi-emagazine for your free Emagazine and an example of our current Emagazine Direct-To-Garment.
This EMagazine includes articles about trends in embroidery and embroidery machine maintenance as well as an overview of current embroidery machines on the market. With this overview you can compare most of the current models.

www.stitchprint.eu

facebook.com/StitchPrintInternational

StitchPrintInternational

twitter.com/stitchandprint1

Stitch & Print International

PSI Product Finder | Neue Betaversion gestartet

Der PSI Product Finder ist die größte europäische Werbeartikel-Datenbank. Er umfasst gleichermaßen neue, innovative und bewährte Produkte. Um den Ansprüchen der PSI Mitglieder gerecht zu werden, hat das PSI eBusiness den Product Finder neu aufgelegt und in fünf zentralen Punkten optimiert: Nutzerfreundlichkeit, Suchergebnisse, Schnelligkeit und Einfachheit. Dabei setzt das PSI auf eine Technologie, die auf dem neuesten Stand ist und zukunftssicher weiterentwickelt wird. Davon profitieren Nutzer in ganz unterschiedlicher Weise.

Vorteile für PSI Händler

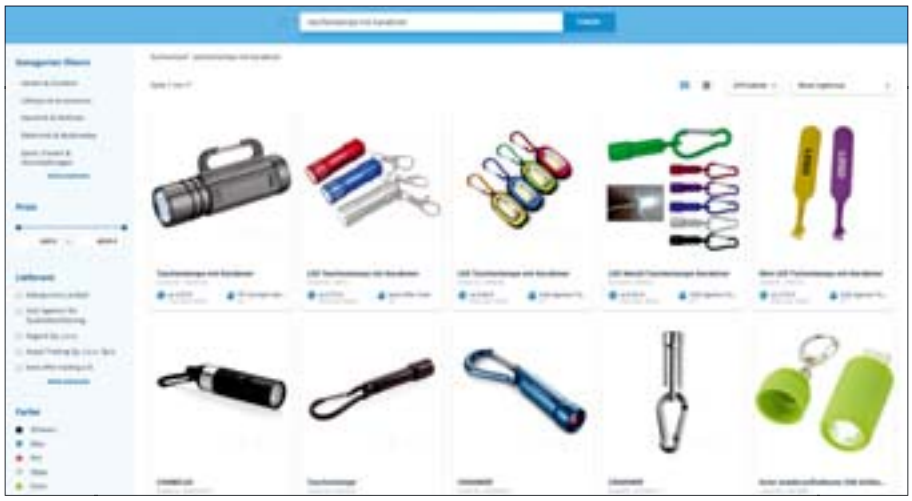


Usability Verbesserungen: Eine übersichtliche und anschauliche Darstellung empfohlener Produkte gehört zu den Neuerungen.

Im Vordergrund für PSI Händler steht ein leistungsfähiges, noch einfacher, da intuitiv zu nutzendes Tool, das ihnen eine auf ihren ganz persönlichen Bedarf abgestimmte Suche ermöglicht. Die Ergebnisse werden nun noch übersichtlicher angezeigt. Ebenso die wichtigsten, klar dargestellten Informationen zu den Produkten. Darüber hinaus erhalten PSI Händler bei vermehrter Nutzung dank der Suchhistorie individuell zugeschnittene Ergebnisse. Eine vereinfachte Filternavigation ermöglicht eine Suche durch vorgegebene Attribute, etwa wie Farbe, Material, Größe. Sollte sich bei der der Eingabe ein Tippfehler einschleichen, ist auch das kein Problem. Der Product Finder stößt die Suche zielgerichtet an.

Vorteile für PSI Lieferanten

Nicht nur PSI Händler profitieren von einer übersichtlichen und umfassenden Produktdarstellung. Auch PSI Lieferanten. Denn mit dem neuen PSI Product Finder bietet sich ihnen eine hochspezialisierte Plattform, auf der sie ihre Produkte und vor allem deren Vorzüge noch besser präsentieren und vermarkten können. So können sie ihre (potentiellen) Kunden gezielt erreichen und treten in der Folge mit denjenigen in Kontakt, die genau ihre Produkte suchen.



Bessere Ergebnisse dank Filternavigation: Mit der neuen Betaversion lässt sich gezielt suchen und finden.



PSI

Die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

8 – 10 Januar Düsseldorf 2019

Jetzt Ticket buchen!

www.psi-messe.com

DIE WELT DES WERBENS UND VERKAUFENS

PSI
Die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

PromoTex Expo
Internationale Fachmesse für Promotion-, Sports- und Workwear

viscom
europas fachmesse für visuelle kommunikation

Organised by
Reed Exhibitions

my PSI

Neue Mitglieder | New Members

Wir freuen uns über folgende neue Mitglieder im PSI Netzwerk:

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

PSI Händler / Distributor

PSI No. 18557	anner.ruhr - Inh. Florian Hartmann, GERMANY	www.anner.ruhr
PSI No. 18552	beba marketingservices e.K. - Michaela Bader-Gärtner, GERMANY	www.beba-online.de
PSI No. 18569	Bedrukte-Mokken.nl BV, THE NETHERLANDS	www.bedrukte-mokken.nl
PSI No. 18561	Benoro Rappresentanze snc - di Noviello M. Beltramme F., ITALY	
PSI No. 18562	bits-to-dots GmbH & Co. KG, GERMANY	www.bits-to-dots.de
PSI No. 18486	Brands Teamtex GmbH, GERMANY	www.brds.com
PSI No. 18489	Bruka Services BV, THE NETHERLANDS	www.bruka.nl
PSI No. 18490	buddenbohm multimedia GmbH & Co. KG, GERMANY	www.toms-media-store.de
PSI No. 18567	sarl cmafac, FRANCE	
PSI No. 18560	Costa & Bürklen GbR - Corenlia Costa & Peter Bürklen, GERMANY	www.buerklen-design.de
PSI No. 18572	Eco Rehatechnik GmbH, GERMANY	www.eco-giveaways.de
PSI No. 18551	Enemy Ink Ltd., UNITED KINGDOM	www.enemyink.co.uk
PSI No. 18547	Exito Group Holdings Ltd., UNITED KINGDOM	www.werbung-exito.de
PSI No. 18475	Formac Production AB, SWEDEN	www.formac.se
PSI No. 18546	FulPhilMent - Inh. Philipp Oeppert, GERMANY	www.fulphilment.de
PSI No. 18535	Graffiti SARL, LEBANON	www.graffitilys.com
PSI No. 18570	GRAFIKRICHTER GmbH, GERMANY	www.grafikrichter.de
PSI No. 18476	Gramatec SA, SWITZERLAND	www.leon-promotionals.ch
PSI No. 18536	Grasser Pack SAS, FRANCE	
PSI No. 18565	haptik arts GmbH, GERMANY	www.haptik-arts.de
PSI No. 18543	HelloPrint Benelux BV, THE NETHERLANDS	www.helloprint.com
PSI No. 18545	Highlight Media GmbH, GERMANY	www.highlight-media.com
PSI No. 18544	ICE MONKEY - Inh. Martin Koziol, GERMANY	www.martin-koziol.eu
PSI No. 18564	INSIDE DATA - Inh. Inge Schild-Manzeit, GERMANY	
PSI No. 18478	J-Style-Werbung - Inh. Joachim Strecker, GERMANY	www.j-style-werbung.de
PSI No. 18550	JYSK STEMPEL ApS, DENMARK	www.stempler.dk
PSI No. 18479	KBS GBR - Inh. Detlef Karl, Felix Burmeister, GERMANY	www.kbs-creative-werbemittel.de
PSI No. 18480	Kerschbaumer Trophies & More OG, AUSTRIA	www.pokale.co.at
PSI No. 18481	Kiwi IdeenFabrik UG (haftungsbeschränkt), GERMANY	www.kiwi-ideenfarbik.de
PSI No. 18482	KONABLE GmbH, GERMANY	www.konable.com
PSI No. 18553	Kuvertteamet AB, SWEDEN	www.kuvertteamet.se
PSI No. 18483	Lang-Film - Inh. Armin Lang, GERMANY	www.lang-film.de
PSI No. 18484	LaserArt Lübeck - Inh. Jan Uve Luther, GERMANY	www.laserart-hl.de
PSI No. 15910	LEANDRU SRL, ROMANIA	www.cadouridebusiness.ro
PSI No. 18487	Legermany - Inh. Hartmunt Leger, GERMANY	www.garda-lackers.eu
PSI No. 18488	Lemax BG LTD, BULGARIA	www.lemaxbg.com
PSI No. 15111	Leoprinting GmbH, GERMANY	www.leoprinting,com
PSI No. 18491	Lichterberg Handels- u. Werbeagentur UG, GERMANY	
PSI No. 18492	Lilo Printing & Publishing Shbk., ALBANIA	www.liloprinting.com
PSI No. 18493	Link Media Ltd., KOSOVO	
PSI No. 18494	Living Colours GmbH, GERMANY	www.livingcolours.world
PSI No. 18495	LM REKLAMA s.r.o., SLOVAKIA (SLOVAK REPUBLIC)	www.lmreklama.sk
PSI No. 737	Logo GmbH, GERMANY	www.logo-werbeartikel.de
PSI No. 11476	LPPROMOTION s.r.o., SLOVAKIA (SLOVAK REPUBLIC)	www.lppromotion.sk
PSI No. 18496	LYNX sk, s.r.o., SLOVAKIA (SLOVAK REPUBLIC)	www.lynx-mt.sk
PSI No. 18508	Lyreco Finland Oy, FINLAND	www.lyreco.fi
PSI No. 18563	maboe Werbeartikel GmbH, GERMANY	www.maboe-werbeartikel.de
PSI No. 13964	MADE 4 YOU SARL, LUXEMBOURG	www.made4you.lu
PSI No. 18509	Majer Promo & Digital World d.o.o, SERBIA	www.majer.rs
PSI No. 18510	Makro HD Werbetechnik - Inh. Metin Manav, GERMANY	www.makro-hd.de
PSI No. 18511	Mapi Gifts Ltd, PORTUGAL	www.mapabrands.com
PSI No. 18513	Maxi-Print bvba, BELGIUM	www.maxi-print.be
PSI No. 18512	MAXIMALE Werbung nach Maß - Inh. Maximilian Grabher, GERMANY	www.maximalewerbung.de
PSI No. 18515	MD-KDO SARL, FRANCE	www.md-kdo.com
PSI No. 18516	MEGA DIZAJN d.o.o, CROATIA	www.megadizajn.hr
PSI No. 18571	Mega Fun NET X GmbH, GERMANY	www.megafunnetx.de
PSI No. 18517	Merkkihanski Oy, FINLAND	www.merkkihanski.fi
PSI No. 18568	MGW Office Supplies GmbH, GERMANY	www.mgw-office-supplies.de
PSI No. 18554	MH direkt e-commerce + - fulfillment GmbH & Co. KG, AUSTRIA	www.radbag.de

PSI SUSTAINABILITY SUMMIT 2018

Zukunftsfähige Lieferketten

Die Werbeartikelindustrie im Austausch mit Wirtschaftsrepräsentanten

Erstmals wird die diesjährige Abendgala der PSI Sustainability Awards durch einen PSI Sustainability Summit 2018 eröffnet.

Unter der Leitung von Stefan Schulze-Hausmann, dem Gründer und Vorstand des Deutschen Nachhaltigkeitspreises, berichten aus ihrer Unternehmenspraxis und diskutieren u.a. Georg Schürmann, der Leiter der deutschen Niederlassung der Triodos Bank und Ralf Oster, CEO von PF Concept.

Diskutieren Sie mit!

7. September 2018

15.00 Uhr, Wiesbaden

Kurhaus Wiesbaden, Kurhausplatz 1, 65189 Wiesbaden

Ticket: € 79,-

http://connect.psi-network.de/Summit2018

my PSI

Neue Mitglieder | New Members

Wir freuen uns über folgende neue Mitglieder im PSI Netzwerk:

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

PSI Händler / Distributor

PSI No. 18518	Miizu Design - Inh. Thomas Maschke, GERMANY	
PSI No. 18519	Moj ured d.o.o, CROATIA	www.mojured.hr
PSI No. 18520	Mon Reclam - Maria Margall Uriach, SPAIN	www.monreclam.com
PSI No. 18521	mucca playfulli Committed Ltd., ROMANIA	www.mucca.ro
PSI No. 18522	Multiprint - Stephan Vanherch, BELGIUM	www.multiprint.be
PSI No. 18523	MYNAMEON AS, NORWAY	www.nameon.no
PSI No. 18524	Neosol SAS, FRANCE	www.neo-sol.fr
PSI No. 18497	Nettl - Inh. Jurlaan van Beelen, THE NETHERLANDS	www.nettl.com
PSI No. 18525	Newcom SARL, FRANCE	www.newcom-fr.com
PSI No. 16640	NOUVELLE VISION SARL, FRANCE	www.nouvelle-vision.com
PSI No. 18500	NOWEDA ApothekenMarketing GmbH, GERMANY	www.noweda.de
PSI No. 18501	Obrazovanie Inform Ltd., RUSSIAN FEDERATION	
PSI No. 18507	Opus Print & Promotions Ltd., IRELAND	www.opusprintpromotions.ie
PSI No. 18506	Orangutan - Maciej Karkoszka, POLAND	www.ogt.com.pl
PSI No. 18505	Oranje Leeuw llc., GEORGIA	www.olprint.nl
PSI No. 18542	Osmotik GmbH, FRANCE	www.osmotik.fr
PSI No. 18504	Pals Print & Screen B.V., THE NETHERLANDS	www.palsprint.com
PSI No. 18503	Pepi Karttis DOO, BOSNIA AND HERZEGOWINA	www.pepi-karttis.ba
PSI No. 18526	Perfekt Reklame - Antoin Keunen, THE NETHERLANDS	www.perfektie.nl
PSI No. 18527	Personal Stitching - Inh. Anja Stinshoff, GERMANY	www.personal-stitching.de
PSI No. 15601	Personello GmbH, GERMANY	www.personello.com
PSI No. 18528	Pimp my Team sarl, FRANCE	www.pimpmyteam.fr
PSI No. 18529	Piresti Advertising svl, ITALY	www.piresti.com
PSI No. 18530	Plagge Werbung - Inh. Dietmar Plagge, GERMANY	www.textilbedrucker.de
PSI No. 18531	Plastic Online Ltd, RUSSIAN FEDERATION	www.plastic-online.ru
PSI No. 18532	polycopy GmbH & Co. KG, GERMANY	www.polycopy.de
PSI No. 18533	Pop Gifts SPRL, BELGIUM	www.popgifts.be
PSI No. 18534	POSTULAT Ltd, RUSSIAN FEDERATION	www.postulat.com
PSI No. 18566	Promoluks - Robert Smid, s.p., SLOVENIA	www.promoluks.com
PSI No. 18540	REIMS PUBLICITE SARL, FRANCE	www.reims-publicite.com
PSI No. 18559	Ruloff Werbepräsente GmbH, GERMANY	www.ruloff-werbepraesente.de
PSI No. 18558	Siebdruck Schüssler GmbH, GERMANY	www.siebdruck-schuessler.de
PSI No. 18541	Sportsbranding AS, NORWAY	www.sportsbranding.no
PSI No. 18514	SPÜRSINN kreative Werbeartikel - Inh. Max Kornfeld, AUSTRIA	www.spuersinn.co.at
PSI No. 18538	Stefan Wicklein Kunststoffveredelung GmbH, GERMANY	www.wicklein-veredelung.de
PSI No. 18477	Stilecasa - Inh. Katja Fuß, GERMANY	www.stilecasa.de
PSI No. 18539	totobi Ltd., UKRAINE	www.totobi.com.ua
PSI No. 18537	trans Ltd, JAPAN	www.trans.co.jp
PSI No. 18548	United Arts - Inh. Steven Geisler, GERMANY	www.unitedarts.eu
PSI No. 18555	yourworx - Dedeso GmbH, GERMANY	www.dedeso.com
PSI No. 18502	Zeisen Trading - Inh. Oliver Harbourn, AUSTRIA	www.zeisen-traiding.at
PSI No. 18556	Zöhke Werbeldeen - Inh. Martina Zöhke, GERMANY	www.zoehke-werbeideen.de

PSI Lieferanten / Suppliers

PSI No. 44029	Ampelmann GmbH, GERMANY	www.ampelmann.de
PSI No. 44028	authentex e.K. - Rosalie Hüschen, GERMANY	www.authentex.eu
PSI No. 44002	Cobb Scandinavia Aps, DENMARK	www.cob-grill.de
PSI No. 43961	Corviscom GmbH, GERMANY	www.corviscom.de
PSI No. 44016	EXPORTCAVE S.L, SPAIN	www.exportcave.es
PSI No. 44020	FRIEDMANN PRINT DATA SOLUTIONS GmbH, GERMANY	www.druckdatenloesungen.de
PSI No. 44022	HOVON EUROPE GmbH, GERMANY	www.hovon.info
PSI No. 43995	Italgraphic LTD, UKRAINE	
PSI No. 44011	Nama-Kom DOO, SERBIA	www.narma-kom.rs
PSI No. 43993	Paper Fantasies UAB, LITHUANIA	www.paper-fantasies.com
PSI No. 44010	Softybag AB, SWEDEN	www.softybag.com
PSI No. 43984	Spot-to-print - Inh. Thorsten Otto, GERMANY	www.taschis.com
PSI No. 44003	Supair Tel AG, SWITZERLAND	www.supair.ch
PSI No. 46117	Vossen GmbH & Co. KG, AUSTRIA	www.vossen.com

INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
PSI Partner	Akademie Textilveredelung	119
PSI Partner	ASI	044b
43980	BAS Produktions- und Handels- GmbH	103
44755	Bosscher International B.V.	107
45767	Bottle Promotions	067
PSI Partner	BPMA	109
47672	Bulb-Bottles-Innique AG	037
13378	B&W Media Service	039, U2/IFC
45452	CD-LUX GmbH	024a+b
46506	Confiserie Burg Lauenstein GmbH	030
42819	Gustav Daiber GmbH	007
PSI Partner	DNP	079
49467	Einkaufswagenlöser.de - PiNkey AG	106, 107
42200	e+m Holzprodukte GmbH & Co. KG	021
49989	Erwin Pfaff e.K.	037
43144	FARE - Guenther Fassbender GmbH	025
PSI Partner	PTE	051
42320	Fischer-Import GmbH	108
PSI Partner	FYVAR	U3/IBC
45666	Halfar System GmbH	029
41016	Heri-Rigoni GmbH	065
46235	HERKA GmbH	108
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co. KG	U4/OBC
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	075
PSI Partner	KENFAIR EXHIBITION LIMITED	105
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	108
42438	Lediberg GmbH	045
44455	LINOTEX GmbH	106
PSI Partner	Management Forum	061
42020	mbw® Vertriebsges. mbH	041
45974	Multiflower GmbH	037
41816	Nestler-matho GmbH & Co. KG	044a
41172	Optamit GmbH	042
45998	O-Square GmbH	073a
40660	PF Concept Goldsponsor	023
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	106
41565	KP Plattner GmbH	073, 106
48564	PLUS Europe GmbH	101, 106
42332	Prodir	001
PSI Partner	PromoTex Expo - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	072 b
44724	PROMOWOLSCH - The Customer Factory	106
	PSI Reed Exhibitions Deutschland GmbH	091, 058-059, 113, 115
48301	Recycle Bags	033
47182	Reisenthel Accessoires GmbH & Co. KG	071
48295	Relags GmbH	097
48847	Samsonite GmbH	005, 107
43416	Schneider Schreibgeräte GmbH	027
46325	Slodkie Upominki‘ Ryszard Garmada Sp. z o.o.	035
45328	Stilolinea Srl	103
PSI Partner	Stitch & Print International	111
44970	TRIGON Deutschland GmbH	019, 108
46311	TROIKA Germany GmbH	031
41848	uma Schreibgeräte	002_003
47555	Vim Solution GmbH	108
PSI Partner	viscom - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	032b
42104	Wellness-Promotion GmbH & Co. KG	067
45150	werbegrün - Verpackungen	032a
44302	Xiving - Greengiving BV	043
PSI Partner	ztv Zustell-, Transport- und Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG	107
47395	ZWILLING J. A. Henckels Deutschland GmbH	009

Beilage / Insert (*Teilauflage / part circulation)

49747	Cookie Cutter®	
47411	badge4u Wojciech Pawlowski	
48316	CHOCOLISSIMO	*
49362	Westerwald - Brauerei H. Schneider GmbH & Co. KG	*

TOP-PRODUKTTHEMEN IM PSI JOURNAL

Die Saison für Festivals, Gartenpartys und Hochzeitsfeiern steht im Frühjahr bevor. Alle Produkte zu feierlichen Anlässen, Festen und Events werden im PSI Journal im Oktober präsentiert.



Ausgabe 10 2018
FESTE UND EVENTS und **MESSER, WERKZEUG UND SICHERHEITSPRODUKTE**
Redaktionsschluss: 17.8.2018
Anzeigenschluss: 5.9.2018

Ausgabe 11 2018
HAUSHALT UND WOHNACCESSOIRES und **MODE, SCHMUCK UND UHREN**
Redaktionsschluss: 14.9.2018
Anzeigenschluss: 5.10.2018

Ausgabe 12 2018
ELEKTRONIK, SPEICHERMEDIEN UND DIGITALES und **SPIELWAREN UND PLÜSCHARTIKEL**
Redaktionsschluss: 15.10.2018
Anzeigenschluss: 5.11.2018

Ausgabe 01 2019
MESSENEUHEITEN PSI 2019
Redaktionsschluss: 5.11.2018
Anzeigenschluss: 15.11.2018

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

PSI

Meinung

Wer besitzt den Kunden?

Der Kunde, das mächtige Wesen, der Kunde, das unbekannte Wesen, der Kunde, ohne den wir nicht leben können, denn er bezahlt die Rechnung am Ende des Tages. Kunde ist, wer mindestens einmal ein Geschäft mit seinem Geschäftspartner abgeschlossen hat. Aber was macht einen Kunden aus?

Heinrich Path schrieb: „Ein Kunde ist die jeweils wichtigste Person in dem Betrieb. Er ist nicht von uns abhängig, sondern wir von ihm. Er bedeutet keine Unterbrechung unserer Arbeit, sondern ist ihr Inhalt." Aus diesem Zitat folgt bereits, dass wir uns permanent um den Kunden kümmern und seine Wünsche kennen müssen: Kundenbetreuung, customer care, hat heute mehr Bedeutung als je zuvor. Die Erwartung des Kunden bereits zu kennen, bevor er sich selbst ihrer bewusst ist – das wäre der Idealfall.



Wir befinden uns in einem Käufermarkt mit transparenten Märkten und einem immensen Wettbewerbsdruck. Kundenloyalität muss man sich deshalb hart erarbeiten. Dabei muss man ständig im Auge haben, dass die Marktmacht des Kunden immer zu unerwarteten Handlungen führen kann. Kennt man die Bedürfnisse des Kunden und hat eine intensive Beziehung zu ihm, wird er seine Verhandlungsmacht weniger einsetzen. Hat er aber klare Ziele vor Augen oder einen eindeutigen Auftrag wie Preis- oder Qualitätsoptimierung, dann wird es schwierig sein, den Kunden zu halten. Man kann ihn nicht daran hindern, nach links oder rechts zu schauen. Der Wettbewerb wird immer Gründe finden, in ein Gespräch einzusteigen. Wo heute der Wettbewerb ist, lässt sich dabei nicht immer vorhersehen. Er lauert überall. In Asien, im Internet, in der Wertschöpfungskette, in der Nachbarschaft und manchmal sogar im eigenen Unternehmen.

Wem gehört der Kunde also? Was tun, wenn er sein Einkaufsverhalten ändert? Der Kunde gehört sich selbst. Er ist ein mündiges Wesen und verfolgt seine eigenen Ziele. Bestmögliche Beratungskompetenz gepaart mit Kundennähe ist der einzige Weg, den Kunden behalten. Gehören wird er einem nie.

Es grüßt Sie

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

Herbst-programm

Vorsprung durch Wissen – von Experten für Experten!

Weiterbildung und Networking für Textilveredler

FRUIT OF THE LOOM® AKADEMIEWOCHE

26.09.2018	Textile Warenkunde	Kaiserslautern
27.09.2018	Textilveredlung 4.0	Kaiserslautern
28.09.2018	Faden – Vliese – Rahmen	Kaiserslautern
29.09.2018	Punchen verständlich erklärt	Kaiserslautern

12.10.2018	Online-Marketing als Chance für Umsatzwachstum	Sigmaringen
13.10.2018	Online-Marketing als Chance für Umsatzwachstum	Sigmaringen
06.11.2018	Textile Warenkunde	Schrozberg
10.11.2018	Punchen verständlich erklärt	Hamburg

Jetzt Seminare buchen!

Informationen und Anmeldung: www.aka-tex.de

In Zusammenarbeit mit PromoTex Expo *Internationale Fachmesse für Promotion-, Sports- und Workwear 8. – 10. Januar 2019, Messe Düsseldorf*

Mit unserem Newsletter halten wir Sie immer auf dem Laufenden über unsere Angebote.

Am besten gleich abonnieren: ***www.aka-tex.de/newsletter***

#akatextil

aka tex Akademie für Textilveredlung



Gefeiert wird immer

„Freude lässt sich nur voll auskosten, wenn ein anderer sich mitfreut", so ein Bonmot von Mark Twain. Und wenn sich viele zusammen freuen, ist Feiern angesagt. Gefeiert wird aus vielen verschiedenen Gründen, an allen möglichen Orten und jederzeit. Denn Feste sind das Salz in der Suppe des Lebens. Sie wirken gemeinschaftsstiftend und gemeinschaftserhaltend. Und sind deshalb auch ideale Gelegenheiten für wohl platzierte Werbeartikel. Wir zeigen im nächsten Monat Produkte, über die man/frau sich zu unterschiedlichsten Anlässen freuen darf. Neben „Feste und Events" lautet unser anderes Produktthema „Messer, Werkzeug, Sicherheitsprodukte".

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktthemen der Ausgabe November 2018 mit den Themengruppen „Haushalt und Wohnaccessoires" sowie „Mode, Schmuck und Uhren" und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 14. September 2018 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

PSI Sustainability Awards 2018



Bereits zum vierten Mal werden die PSI Sustainability Awards als der Nachhaltigkeitspreis der Branche verliehen. Sie werden am 7. September 2018 in acht Kategorien im Kurhaus Wiesbaden in feierlichem Rahmen vergeben. Wer gewinnt, ist noch offen, doch die Nominierten im Rennen um die begehrten Trophäen stehen fest. Wir sind für Sie vor Ort und stellen in der Oktoberausgabe die diesjährigen Gewinner vor.

Jura Textil: 30 Jahre Kompetenz



Seit 30 Jahren ist die Jura Textil GmbH kompetenter Full-Service-Partner des Werbemittelhandels für fertig veredelte Textilien, Frottierware, Taschen und Sonderproduktionen. Aus diesem Anlass hat das Offerdinger Unternehmen die gesamte Belegschaft und einige Lieferantenpartner zu einem Jubiläums-Trip eingeladen. Außerdem hat Jura Textil jetzt in eine neue Digitaldruckmaschine investiert, um die Kapazität und Schnelligkeit im Digitaldruck deutlich zu erhöhen.

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

Cross Media Sales

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

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

Regionale Kontakte

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

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

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

Türkei: Istexpo
Ismail Sezen,
ismail@istexpo.com

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

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

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

Fotos: Lars Behrendt, Ursula Geppert, Martin 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.

Reed Exhibitions

FyvarMailing

FyvarMailing PTO

FyvarMailing Sales





MyFyvarReklam

FyvarSearch



FYVAR ROAD SHOW



Premios Fyvar
10° Aniversario

FYVARPRESS

La revista del sector

FyvarInform



Fyvar Calidad

eppa
european promotional products association

Presidencia

FYVAR
International Association of Manufacturers, Wholesalers, Importers and Distributors of Promotional Products.

fyvar.com



NACHHALTIGE
ADVENTSKALENDER

MIT SPENDENAKTION





ALBERT SCHWEITZER
KINDERDÖRFER UND FAMILIENWERKE
www.albert-schweitzer-verband.de



100% KARTONAGE!



FAIRTRADE

RAHMEN ADVENTSKALENDER

Friedel

UTZ
Besserer Anbau
Bessere Zukunft

CLASSIC WAND ADVENTSKALENDER

JUNG
SINCE 1828

Der Weihnachts-Spezialist · www.jung-europe.de