

# PSI JOURNAL

**PSI Journal**  
Internationales Magazin  
für Werbeartikel

Februar 2019  
58. Jahrgang



**Daniel  
Jeschonowski**  
Senator ist wieder  
Familienunternehmen

**Product Guide**  
Garten, Hobby, Handwerk  
Kalender, Verpackungen

**Bott**  
Kompetenz  
in Kunststoffdruck

**PF Concept**  
Highlights für 2019

**Vonmählen**  
Drei Flaggsschiffe für 2019

**Koziol**  
Ein Plädoyer  
für den Kunststoff

viscom 

  
PromoTex  
Expo

# PSI

Die neue Welt des Werbens und Verkaufens

# Vielversprechender Auftakt

NEU



# CD LUX



**NEU**  
Jetzt Katalog  
anfordern!

NEU



Zum  
Verstecken  
viel zu  
schade!  
[www.cd-lux.de](http://www.cd-lux.de)

TIPP



TIPP



NEU





## Editorial

# Zurück oder vorwärts?

**E** täglich gibt es neue, bühnenreife Szenen vom Brexit-Theater auf der britischen Insel. So chaotisch wie das Parlament, so chaotisch der Wünsche-Kanon der britischen Bürger. Der Riss zwischen „remain or leave“ geht quer durch Familien, Freundeskreise, Verbände und Parteien. Die einen wollen raus, andere dem Nachbarn Europa nah bleiben, wieder andere wollen Teil Europas bleiben.

Dass man nicht weiß, was Protestler wirklich wollen, erleben derzeit auch die Franzosen. Gelbe Westen allein schaffen noch keine politische Richtung. In Spanien proben Katalanen den Aufstand und treiben ebenfalls einen Keil zumindest in ihre Gesellschaft. In Italien wählen die Bürger Politiker, die vor 20 Jahren allenfalls eine Clown-Nummer bei Roncalli bekommen hätten. In den jungen Ost-Staaten scheint man, etwas geschichtsvergessen, ebenfalls gern der Versuchung des Nationalen zu erliegen. Auch in Deutschland gibt es rechts der Mitte Bestrebungen, die EU auf das Niveau der alten EWG zurückzubeamen.

Was ist los in Europa? Was ist los mit uns? Geht es uns zu gut? Wir zerreden unsere Demokratie, für die wir Jahrhunderte gefochten haben, Politiker-Bashing ist der beliebteste Zeitvertreib in den „sozialen“ Medien. Viele Zeitgenossen haben eine diebische Lust am Tiefschlag gegen Industrien, die unseren Wohlstand sichern. Haben wir noch dieselbe oder zumindest eine ähnliche Vorstellung von erstrebenswerter Zukunft?

Selbst in der Werbearbeitelwirtschaft waren Zusammenhalt und Gleichklang schon größer als heute. Sicher haben Globalisierung und Digitalisierung kräftig an den alten und erfolgreichen Geschäftsmodellen gerüttelt – das verunsichert. Logisch auch, dass da Risse entstehen. Es ist aber unsere Aufgabe, diese zu überwinden. Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln und zukunftsfest zu machen. Ob das gelingt, daran werden uns Kinder und Kindeskindern messen – und nur daran. Aus dieser Verantwortung ist die neue Messeplattform aus PSI, PromoTex Expo und viscom entstanden. Kein Zurück zum Gestern. Nein, ein Aufbruch ins Morgen. Sicher gab es bei der Premiere ein paar Fehleinschätzungen über Laufwege und Standplatzierungen. Dafür wird man Lösungen finden. Das große Ganze war aber nicht ein Schritt, sondern das waren gleich drei Schritte in die richtige Richtung. „Werben und Verkaufen“, eine Plattform für die Zukunft.

Viele Importeure und Hersteller sind schon auf mehreren „Baustellen“ unterwegs. Eine ganze Menge Händler und Berater aber auch. Sie beraten in Sachen Werbearbeitel, stattdessen Events aus oder veranstalten sie gar, sie liefern Kunden vielfältige Displays und Promotion-Kleidung. Sie nutzen Car Wrapping als Eyecatcher für Auftritte ihrer Kunden. Wer auf diesem Klavier spielt, der braucht auch die ganze Klaviatur – braucht die Klaviatur von PSI, PromoTex Expo und viscom.

In diesem Sinne

**Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal**

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

## New QS30. The working tool.



Prodir is a brand of Pagani Pens SA.

# 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](http://www.prodir.com)  
[open.prodir.com](mailto:open.prodir.com)

**TRENDS & BRANDS**

4

**DIE NEUE WELT DES WERBENS UND VERKAUFENS 2019**

8

**MARKTFORSCHUNG**

14

**PRODUCT GUIDE**

Garten, Hobby, Handwerk

16

**BRANCHE**

Unternehmen, Ereignisse, Märkte

28

Topkapi wird zu Filanti

32

A & O Adventstour 2018: Ran an die Gans

34

Welcome Home Tour 2018:

Viel Neues in individueller Atmosphäre

38

**PRODUCT GUIDE**

Kalender und Verpackungen

42

**UNTERNEHMEN**

Senator ist wieder Familienunternehmen

54

BOTT: Kompetenz in Kunststoffdruck

56

PF Concept: Highlights für 2019

60

Vonmahlen: Drei Flaggschiffe für 2019

62

**BUSINESS**

koziol: Ein Plädoyer für den Kunststoff

64

**PRODUCT GUIDE**

Innovative Produkte

66

**MEINUNG**

78

**VORSCHAU – IMPRESSUM**

80

# FAIR GOODS FEEL GOOD



## MESSE-HIGHLIGHTS



Adam

Eva



OEKO-TEX®  
CONFIDENCE IN TEXTILES  
STANDARD 100  
14.HNL.48167 HÖHENSTEIN HT11  
Tested for harmful substances.  
www.oeko-tex.com/standard100



# MISTER BAGS.



## IMPRESSIONEN



MISTERBAGS.DE



### Vielversprechender Auftakt

8

Die neu geschaffene Welt des Werbens und Verkaufens mit den drei eigenständigen Messen PSI, PromoTex Expo und viscom feierte ihre erfolgreiche Premiere. Die PSI als traditionsreiches Branchenevent bleibt mit 772 Ausstellern und 17602 Besuchern auf einem erfreulich stabilen Niveau. Zahlen, Fakten und erste Eindrücke.

### Senator ist wieder Familienunternehmen

54

Im Dezember 2018 wurde die Senator-Gruppe vom bisherigen Eigentümer Perusa Partners an den Geschäftsführer Daniel Jeschonowski veräußert. Jeschonowski hat gemeinsam mit den Führungsteams das Kerngeschäft zurück auf den Wachstumspfad geführt und Senator erfolgreich saniert.



### Highlights für 2019

60



PF Concept startet mit einer Reihe neuer Produkte ins Jahr 2019: Von Bekleidung über Schreibwaren bis hin zu Drinkware finden sich spannende Highlights für jedes Budget. PF Concept ist in den wichtigsten Kategorien jeweils vom Einstiegs- bis zum Highend-Produkt bestens aufgestellt.

### Plädoyer für den Kunststoff

64

Das Thema Kunststoff ist derzeit in aller Munde. Berichte über den ausufernden, die Erde und vor allem die Meere überschwemmenden Plastikmüll bestimmen hier gegenwärtig das Bild. Vor diesem Hintergrund gilt es, diesen universellen Werkstoff sachlich und differenziert zu betrachten.



# Lifestyle Trends

In Sachen Lifestyle Trends geben die Skandinavier seit Jahren den Ton an. Nach dem für Ausgleich und Gemütlichkeit stehenden Hygge aus Dänemark und dem auf das Wohl der Gemeinschaft setzenden Lagom aus Schweden stehen die Zeichen jetzt auf Sisu. Dieser aktuelle Lifestyle Trend kommt aus Finnland und hat einen etwas anderen Ansatz: Herausforderungen annehmen und Grenzen überwinden. Bleibt abzuwarten, womit die Norweger in Zukunft aufwarten werden.

## Dekorativ serviert

Flaschenkühler „Kooduu“

Intraco Trading bv

[www.intraco.nl](http://www.intraco.nl)

PSI 43540



## Leuchtende Duftspender

Stimmungsvolle Duftkerzen

Premier Group sp. z.o.o.

[www.premiergroup.pl](http://www.premiergroup.pl)

PSI 49175

Ein zeitloses Lifestyle Thema ist das **Slow Living**. **Entschleunigung**, die innere Mitte ins Gleichgewicht bringen, achtsamer und langsamer **leben**, abschalten. Kurzum: sich aus dem **hektischen Trubel** des schnelllebigen Alltags ausklinken. Mit dazu passenden Produkten mit echtem **Wohlfühl-Charakter** lässt sich Slow Living noch besser genießen.

## Hautfreundlicher Badegenuss

Badesalz aus natürlichem Steinsalz

LimeBOX

[www.lime-box.com](http://www.lime-box.com)

PSI 48956



Praktische Helfer!

Multifunktionswerkzeug  
SMALL PLIERS (56-0381046-48)  
& BIG PLIERS (56-0381056-58)



MULTITALENTE IM TASCHENFORMAT FINDEN SIE IM  
**PROMOTION TOPS 2019**

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

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

# Technik, die es in sich hat

Eine von vielen Definitionen beschreibt Technik als die Kunst, mit den zweckmäßigsten Mitteln ein bestimmtes Ziel zu erreichen (wissen.de). Im Bestfall gelingt das und Technik bietet dem Menschen einen wirklichen Nutzen. Der Begriff „technisch“ übrigens leitet sich vom griechischen Wort *technikós* ab und bedeutet so viel wie kunstvoll, sachverständig, fachmännisch. Drei Attribute, denen die an dieser Stelle stellvertretend abgebildeten Produkte aus der Werbeartikelwirtschaft mehr als gerecht werden.

82 Prozent aller Smartphone-Nutzer wissen, was smarte Lautsprecher samt Sprachassistenten sind, aber nur 15 Prozent nutzen sie. Das geht aus einer Studie des Gruner + Jahr-Vermarkters G+J EMS zur mobilen Internetnutzung hervor, schreibt [horizont.net](http://horizont.net).

## Neuer Klang mit Power

Technikkombi „Chargerbeat“

micx-media in concept gmbh & co. kg

[www.micx-media.de](http://www.micx-media.de)

PSI 45899



## Technik in guten Händen

Smartphonehalter „Hände“

Lensen Toppoint B. V.

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

PSI 40717

Das Berliner Mode-Startup Elektrocouture entwickelt Designermode mit eingewobenen LEDs und ist damit auf dem deutschen Markt Pionier für Wearable Technology. Die Beleuchtung kann zum Teil per Smartphone gesteuert werden. In: Trendstudie Textilkunden 2026, 2baHEAD

Die Smartphone-Dichte liegt bei über 100 Prozent. Statistisch gesehen besitzt schon jetzt jeder in Deutschland mindestens ein Smartphone. In: Trendstudie Textilkunden 2026, 2baHEAD

## Sanft geweckt

Radiowecker mit naturnahen Simulationen

Global Innovations Germany GmbH & Co. KG

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

PSI 46626





# SUPERHEROES!

WENN PREIS, BESTAND UND SCHNELLES BRANDING IHRE KRÄFTE VEREINEN...  
ENTSTEHEN SUPERHEROES!

  
ELEVATE  
QUALITÄT

SCHNELLE  
LIEFERUNG  
AUCH BEI  
VEREDELUNG



GÜNSTIGE  
PREISE

PASSENDE  
FARBEN

HOHE  
LAGER-  
BESTÄNDE





Die neu geschaffene Welt des Werbens und Verkaufens mit den drei eigenständigen Messen PSI, PromoTex Expo und viscom feierte vom 8. bis 10. Januar in Düsseldorf ihre erfolgreiche Premiere. Die PSI als traditionsreiches Branchenevent bleibt mit 772 Ausstellern und 17.602 Besuchern auf einem erfreulich stabilen Niveau.

**PSI, PromoTex Expo und viscom: Neue Plattform kommt gut an**

# Überzeugender Auftakt

**A**uch wenn die drei Messetage Anfang Januar für viele Werbearbeitgeber fest zum Jahresablauf dazugehören, so war doch in diesem Jahr in den insgesamt sechs von dem Messtrio belegten Hallen so viel Neues zu sehen und zu erleben, dass die Zeit wie im Flug verging. Denn die neue Welt des Werbens und Verkaufens mit 3 zeitgleich unter einem Dach stattfindenden Messen mit zusammen 1084 Ausstellern in 6 Messehallen bot jede Menge Innovation und Inspiration, ergänzt durch kreative Präsentationen, Aktionen und Mitmach-Formate sowie ein Vortragsprogramm mit breit gefächertem Themenspektrum. Über die Hälfte der Aussteller kam aus dem Ausland, insgesamt waren 38 Nationen vertreten.

## Alle wichtigen Player aus drei Branchen dabei

Mit diesem überzeugenden Ergebnis unterstrich die Auftaktveranstaltung den Anspruch, Europas größter Messeverbund zum Thema Werben und Verkaufen zu sein. „Nahzu alle wichtigen Player der haptischen, textilen und visuellen Werbung sind hier vertreten. Sie repräsentieren fast das gesamte Spektrum des „below-the-line-Marketing und stehen für Innovationen und Top-Trends“, so das Fazit von Michael Freter, Geschäftsführer Reed Exhibitions Deutschland. Mit dem neuen Messekonzept habe man eine Plattform geschaffen, die die wirksamsten Tools für erfolgreiche Markenkommunikation vereinige. „Die Zeit war reif, für das Thema Werben und Verkaufen eine zen-



Die Diskussionsrunde bei der Eröffnung der neuen Messeplattform: Petra Lassahn (Eventdirector PSI, PromoTex Expo und viscom), Stefan Roller-Abfalg (Projektleiter PromoTex Expo), Marco Schmitz (MdL NRW), Frank Dangmann (GWW-Vorsitzender), Markus Herbrand (MdB und Mitglied im Finanzausschuss), Michael Freter (Geschäftsführer Reed Exhibitions Deutschland), Dr. Mike Seidensticker (Pressesprecher Reed Exhibitions Deutschland) (v. l.)

tralen Hotspot zu schaffen, ohne das Eigenleben und die Identität der jeweiligen Branche aus dem Blick zu verlieren“, betont Petra Lassahn, Director der drei Messen.

### Größeres Angebot, mehr Nutzen

In Einzelnen bedeutet dies: Die PSI als europaweit führende Inside-Veranstaltung für die Werbeartikelwirtschaft soll in ihrer bisherigen Form als Wiederverkäufertmesse erhalten bleiben, wie Michael Freter bei der Eröffnungspressekonferenz erklärte. Der Textilbereich der PSI wurde im Wesentlichen ausgegliedert und in die neu geschaffene PromoTex Expo überführt, die sich als internationale Fachmesse für Promotion-, Sports- und Workwear positioniert. Als solche bietet sie dem textilinteressierten Werbeartikelhandel mehr Themen als die PSI bislang präsentieren konnte, vor allem hinsichtlich Veredlung und textilem Know-how. Mit der offen konzipierten Textilmesse wurden bereits auf der Erstveranstaltung zusätzliche Zielgruppen angesprochen, von denen auch die PSI-Aussteller profitieren konnten. Dies gilt ebenso für die neu platzierte viscom, Europas Fachmesse für visuelle Kommunikation, die mit neuen Inhalten, durch Inszenierungen, Sonderschauen und Mitmach-Events deutlich an Profil ge-

wonnen hat. Viele der Werbeartikelhändler, die ihren Kunden ein umfassendes Leistungsspektrum bieten möchten, wie etwa Displays, visuelle Werbetoole oder Eventmarketing, fanden den Weg in Halle 14, um sich zu informieren.

### Erfolg mal drei

Entsprechend der konzeptionellen Besonderheiten bringen wir hier neben dem oben genannten Gesamtergebnis auch die Kennzahlen der Einzel-Veranstaltungen auf den Punkt: Mit 17.602 Besuchern erzielte die PSI ein Plus von 1,5 Prozent (Vorjahr: 17.342). Darunter waren 1.012 Kunden aus der Industrie (Vorjahr: 1.200), die am letzten Veranstaltungstag die Gelegenheit hatten, auf Einladung des Handels die PSI zu besuchen. Bemerkenswert hoch war erneut die Internationalität: 58 Prozent der Besucher reisten aus dem Ausland an, jeder Siebte von ihnen aus Übersee. Insgesamt waren 81 Länder vertreten. Die PromoTex Expo schaffte mit 127 Ausstellern und 13.217 Fachbesuchern aus 39 Nationen aus dem Stand den Sprung ins Spitzenfeld der europaweiten Fachmessen. „Ein großartiger Start in der Frequenz, der internationalen Reichweite und der Relevanz. Dass fast die Hälfte – 45 Prozent der Besucher – aus dem Ausland anreist, ist ein starker Vertrauensbeweis. Der Markt honoriert unsere neue Konzeption“, so Michael Freter. Mit 185 Ausstellern und einem Besucher-Plus von 30 Prozent startete die viscom neu durch. Mit 9.647 Besuchern (2017: 7.231) aus 53 Nationen und einem Internationalitätsgrad von 24 Prozent gelang ihr der Aufbruch zu neuen Ufern.



### PSI Mitglieder profitieren

Die PSI als europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft und internationaler Branchentreffpunkt erster Güte ging im Januar bereits zum 57. Mal über die Bühne. Die PromoTex Expo dagegen war eine komplett neue Veranstaltung, die viscom präsentierte sich in neuem Format und fand erstmals parallel zur PSI statt. Deshalb stellten die Projektleiter anlässlich der Pressekonferenz zum Messeauftakt beide Events genauer vor. So erläuterte Petra Lassahn, aktuell Eventdirector aller drei Messen und bereits viele Jahre für die viscom verantwortlich, das neue Konzept der Veranstaltung. Ebenfalls auf dem Podium: Stefan Roller-Aßfalg, der als Projektleiter der PromoTex Expo über Themen und Angebote dieses Messe-Newcomers informierte. Michael Freter konzentrierte sich vor allem auf die PSI und arbeitete die Mitgliedervorteile heraus, die die PSI Messe und das PSI-Netzwerk bieten.

### Branchenumsatz wächst erneut

Gleich zu Beginn eines neuen Jahres zu erfahren, wie sich die Branche im abgelaufenen Jahr entwickelt hat, ist immer wieder spannend. Dieses Geheimnis lüftete der GWW-Vorsitzende Frank Dangmann, der im Rahmen der Messeröffnung die Ergebnisse des Branchenmonitors vorstellte. Demnach erzielte die deutsche Werbeartikelwirtschaft mit 3,58 Milliarden Euro (Vorjahr 3,50) ein Umsatzwachstum von rund zwei Prozent. Damit setzt sich das seit der Ersterhebung 2004 kontinuierliche Wachstum weiterhin fort. „In unserer digital geprägten Welt wünschen sich viele Menschen wieder mehr reale, multisensorisch erfahrbare Produkte und Erlebnisse. Deswegen sind auch Wer-

beträger zum Anfassen zunehmend gefragt“, erläuterte Dangmann, der die gegenwärtige Situation sogar als „analoge und haptische Konterrevolution“ bezeichnete. Die Werbeartikelbranche profitiere von dieser Nachfrage, was wiederum ihren Stellenwert innerhalb der Werbewirtschaft festige: Im auf Daten des ZAW basierenden Rankings der umsatzstärksten Werbeträger liegt die Branche nach Fernsehen und Tageszeitung auf Platz zwei, dagegen fällt Online-Werbung mit nur 1,6 Milliarden Umsatz weit zurück. „Werbeartikel sind als Werbeform in allen Unternehmensgrößen gut vertreten. 90 Prozent aller Großunternehmen setzen Werbeartikel in ihrer Kommunikation ein und für den Mittelstand sind sie sogar die wichtigste Werbeform“, so Dangmann weiter zu den Ergebnissen der Erhebung.

### Erste europäische Marktdatenerhebung

Ganz in Sinne des Werbeartikel-Monitors fielen auch die Resultate der ersten Marktdatenerhebung der europäischen Werbeartikelwirtschaft aus. „Insgesamt 14,9 Milliarden Euro Umsatz werden jährlich in Europa durch das Geschäft mit Werbeartikeln generiert. Mehr als ein Drittel des europäischen Gesamtumsatzes wird von Kleinstunternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern erzielt. Gemeinsam mit Großunternehmen mit über 250 Mitarbeitern bilden diese damit die Hauptumsatzquelle unserer Branche auf europäischer Ebene“, erläuterte Michael Freter die Techconsult-Studie „Industry Structure Analysis 2017-19“, die in Kooperation mit dem PSI und unterstützt von insgesamt 13 Partnern und Verbänden durchgeführt wurde. Laut Studie gehört Deutschland zu den Top-10-Nationen der europäischen Werbeartikelwirtschaft.



**Steuerdiskussion:** Frank Dangmann sprach sich auch im Namen des GWW dafür aus, die aktuell geltende empfängerbezogene Wertgrenze durch eine sachbezogene Freigrenze zu ersetzen.



Petra Lassahn erläuterte das neue Profil der viscom.



Mit der PromoTex Expo ging eine neue internationale Textilmesse an den Start. Das Konzept erklärte Projektleiter Stefan Roller-Abfalg.



Sieht Steuerrecht als „Bürokratie-Dschungel“: Markus Herbrand (MdB) betonte die Notwendigkeit, das Steuerrecht zu vereinfachen und zu reformieren. Er sagte zu, sich im Finanzausschuss des Deutschen Bundestags für die steuerpolitischen Anliegen der Branche einzusetzen.

### Werbewirkungsstudie: Top-Werte für Werbeartikel

Nach dem Blick auf Europa kehrte Frank Dangmann nochmals zur aktuellen Marktforschung in Deutschland zurück und fasste das vierte Update der Werbewirkungsstudie zusammen. Die Untersuchung ergab für den Werbeartikel erneut Top-Werte in allen für die Wirkung relevanten, wesentlichen Kategorien: Mit einer sehr hohen Verbreitung von 98 Prozent, langfristiger und nachhaltiger Werbewirkung (62 Prozent der Empfänger nutzen Artikel länger als ein Jahr), lediglich zehn Prozent Streuverlust und einer Reichweite von 89 Prozent (Höchstwert aller Werbemaßnahmen) bieten Werbeartikel die besten Voraussetzungen, um eine Marke mehrdimensional bzw. haptisch erlebbar zu machen. 78 Prozent der Empfänger von Werbeartikeln gaben an, das werbetreibende Unternehmen weiterzuempfehlen – ein weiterer Beleg für den erfolgreichen Einsatz haptischer Werbemedien im Marketing.

### Trends: Nachhaltigkeit, Qualität, Customization

Als zukunftsweisende Themen, die die Branche derzeit beschäftigen und worauf auch künftig der Fokus liegen wird, nannte Michael Freter vor allem Nachhaltigkeit und

Innovationsfähigkeit, wobei beide Trends weitere Entwicklungen anstoßen, wie Frank Dangmann weiter ausführte: „Wir beobachten einen klaren Trend weg vom billigen Einwegartikel hin zum kreativen, individuell auf die Wünsche des Kunden abgestimmten Produkt. Hier gibt es gerade auch für kleine Budgets immer mehr Möglichkeiten, zumal Lieferanten zunehmend ihre Produktion wieder ins Land holen, um flexibler zu sein.“ Dass dies letztlich auch zu höherer Qualität und damit zu langlebigeren Produkten führt, liegt auf der Hand.

### Hoher politischer Besuch

Die Darstellung der mit belastbaren Daten belegten Vorzüge des Kommunikationsmediums Werbeartikel richtete sich nicht nur an Branchen- und Pressevertreter – die anwesenden Politiker waren fast noch wichtigere Adressaten. Vor allem ihnen müssen Daten und Fakten über Wirkung und Stellenwert von Werbeartikeln vermittelt werden, denn von ihnen erwartet die Branche, dass sie ihre Ziele versteht und sich in den zuständigen Gremien dafür einsetzt. Mit Spannung erwartet wurden daher Markus Herbrand, Mitglied des Bundestags und ordentliches Mitglied im Finanzausschuss, sowie Marco Schmitz, Mitglied

des Landtags Nordrhein-Westfalen. Dem Finanzfachmann und Steuerberater Herbrand ist die Steuer-Problematik der Branche nicht fremd, denn er hatte bereits am ersten steuerpolitischen Fachpanel des Instituts Finanzen und Steuern in Berlin im März 2018 teilgenommen. Dabei hatte er die Grundbedenken der Branche, insbesondere hinsichtlich der jetzigen Ausgestaltung des Betriebsausgabenabzugsverbots für Geschäftsgeschenke geteilt und für eine Anpassung der geltenden Regelungen plädiert. Seit Jahren schon diskutiert die Branche zusammen mit Experten und Politikern, wie der steuerlichen Benachteiligung von Werbeartikeln infolge unnötiger Komplexität und überbordender Besteuerung entgegengewirkt werden kann. Dass Anpassungsbedarf der steuerlichen Rahmenbedingungen besteht, ist Konsens und wird auch mehrheitlich von den involvierten Politikern anerkannt.

### Steuerproblematik: MdB sagt Unterstützung zu

In diesem Sinne äußerte sich auch Markus Herbrand zum Messe-Auftakt. „Die derzeit geltenden Regelungen zur Absetzbarkeit haben in einen Bürokratiedschungel geführt, der Unternehmer sehr behindert. Auch die Pauschalisierung, die ursprünglich mehr Rechtssicherheit bringen sollte, hat die Situation noch zusätzlich kompliziert. Unser Ziel ist es, das Steuerrecht zu vereinfachen, daher haben wir bereits einen entsprechenden Antrag in die Fraktion eingebracht“, erklärte der Abgeordnete. Er räumte ein, dass es für Unternehmer nahezu unmöglich sei, alle Vorgaben des Gesetzgebers ordnungsgemäß zu erfüllen und betonte die Notwendigkeit, die Aufzeichnungspflicht abzuschaffen bzw. zu vereinfachen. Der GWW-Vorsitzende brachte an dieser Stelle den von der Branche formulierten Reformvorschlag ins Spiel: „Es greift zu kurz, die Wertgrenze für den Betriebsausgabenabzug von 35 Euro pro Jahr und

## Messe-Rundgang mit Markus Herbrand (MdB) und Marco Schmitz (MdL)

# Politiker sagen der Branche ihre Unterstützung zu

Anschauungsunterricht par excellence gab es für die beiden zum Messe-Opening geladenen Politiker Markus Herbrand und Marco Schmitz beim Messe-Rundgang unter Führung von Messedirektorin Petra Lassahn und Michael Freter, Geschäftsführer Reed Exhibitions Deutschland. Herbrand als Bundestagsmitglied und ordentliches Mitglied im Finanzausschuss des Bundestags sowie Schmitz, Mitglied des Landtags Nordrhein-Westfalen, zeigten sich verständnisoffen gegenüber den Wünschen der Branche bezüglich der steuerrechtlichen Gleichbehandlung von Werbeartikeln gegenüber anderen Werbeformen. Während des Rundgangs nutzten sie die Gelegenheit, sich darüber im Gespräch mit Ausstellern auszutauschen und aus deren Erfahrungen weitere Impulse für ihre Arbeit auf politischer Ebene zu gewinnen.

**Erkundungstour durch die Welt des Werbens und Verkaufens: Die Politiker zeigten sich beeindruckt von der Vielfalt der Produkte und Leistungen, die ihnen die verschiedenen Aussteller präsentierten.**



Empfänger zu erhöhen. Wir fordern stattdessen grundsätzlich den Ersatz der bisherigen empfängerbezogenen Wertgrenze durch eine sachbezogene Freigrenze. Denn nur so können wir den Mittelstand wirksam entlasten.“ Dieser Position schloss sich Markus Herbrand an und sagte zu, dieses Anliegen bereits in die im März stattfindende Sitzung des Finanzausschusses einzubringen.

### Digitalisierung anpacken

Ein ganz anderes Thema brachte der zweite politische Gast Marco Schmitz mit: Als Landtagsabgeordneter beschäftigt er sich schwerpunktmäßig mit den Bereichen Arbeit, Gesundheit und Soziales. Als Sprecher der Enquete-Kommission „Digitale Transformation der Arbeitswelt in Nordrhein-Westfalen“ ist er zudem mit dem digitalen Wandel der Arbeitswelt in NRW befasst. Damit trifft er auch ein wichtiges Thema der Branche. „Für Mittelständler und

produzierende Unternehmen ist der rasche Netzausbau unerlässlich. Deswegen fördern wir mit den Kompetenzzentren 4.0 Initiativen, die Unternehmen für die Digitalisierung gewinnen, fit machen und sie bei der Umstellung unterstützen“, erläuterte Schmitz. Er legte auch den Werbeartikelunternehmen ans Herz, sich mit Digitalisierung auseinanderzusetzen und sich an Initiativen zu beteiligen. Abschließend würdigte er die PSI als verlässlichen Wirtschaftsfaktor für den Standort NRW. Den zuvor geäußerten Standpunkten zur Steuerproblematik stimmte er ebenfalls zu, denn er kennt die Stolpersteine aus eigener Erfahrung aus seiner Verbandsarbeit. <

### Branchenziele wurden verstanden

Beeindruckt zeigten sich die Politiker von der Produktvielfalt, dem Facettenreichtum und den vielfältigen Formen der Welt des Werbens und Verkaufens: „Die deutsche Werbeartikelwirtschaft ist zukunftsfest aufgestellt. Das liegt insbesondere an dynamischen Mittelständlern und Qualitätsprodukten ‚Made in Germany‘. Allerdings steht die Branche in einem harten Wettbewerb insbesondere mit Herstellern aus dem asiatischen Raum“, so die Einschätzung von Markus Herbrand. „In der Politik muss dringend verstanden werden, dass Steuerpolitik auch Standortpolitik ist. Deswegen hat die FDP-Bundestagfraktion einen Antrag erarbeitet, der mit diesem unübersichtlichen Sumpf an fehleranfälligen und belastenden Vorgaben aufräumt. Das Ziel ist, unnötigen bürokratischen Ballast im Steuerrecht über Bord zu werfen“, erklärte Herbrand.

### Informationen aus der Praxis

Anlaufstellen des Messe-Rundgangs waren repräsentative Hersteller und Lieferanten visueller, textiler und haptischer Werbung – darunter auch der Stand des mittelständischen Werbetextilunternehmens und Full-Service-Anbieters Maprom, das auf den Import, die Herstellung und Veredelung von Werbetextilien spezialisiert ist. Maprom zählt mit rund 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu einem der großen europäischen Textil-Lieferanten. Das Unternehmen demonstrierte auf seinem gut besuchten Stand die Veredelung von T-Shirts. Auch für Herbrand und Schmitz wurden in wenigen Minuten individuell bedruckte Shirts produziert, wobei die Gäste auch selbst mit Hand anlegen konnten.

**Individuell bedruckte Shirts für die Politiker: Maprom-Geschäftsführer Henner Marquardt flankiert von Markus Herbrand (links) und Marco Schmitz.**



**Station beim Marken-Schreibgerätehersteller Faber-Castell (v.l.): Markus Herbrand, Dirk Peppmüller (Faber Castell), Frank Dangmann und Marco Schmitz.**



# 43

Prozent  
der Mitglieder  
des Bundesver-

bands Digitale Wirtschaft (BVDW) haben laut einer Trendumfrage des BVDW die DSGVO unterschätzt, berichtet [horizont.net](http://horizont.net).

# 61%

der deutschen Unternehmen wollen in diesem Jahr ihr Budget für Influencer Marketing anheben. Das schreibt [horizont.net](http://horizont.net) und beruft sich dabei auf eine aktuelle Umfrage des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW).

# Jeder dritte

Verbraucher findet, dass die Kluft zwischen Markenversprechen und tatsächlichem Markenerlebnis immer breiter wird, so eine globale Studie der Strategie- und Transformationsberatung Clear aus dem Hause M&C Saatchi. [www.horizont.net](http://www.horizont.net)

# 80

Prozent

der Chief Marketing Officers (CMO) weltweit möchten 2019 ihre Investitionen in China erhöhen. Das ergab eine gemeinsame Studie von The Trade Desk und Forbes Insights. [www.absatzwirtschaft.de](http://www.absatzwirtschaft.de)

# 439 Millionen

Euro gaben die Deutschen nach einem Branchenreport der Kölner Marktforscher Marketmedia24 im Jahr 2017 für Kugelschreiber aus. Knapp ein Siebtel mehr als fünf Jahre zuvor. Allein als Werbeatikel werden Jahr für Jahr Millionen Exemplare verteilt, schrieb die RNZ in ihrer Ausgabe vom 4.6.18.

# 2018

war das Jahr des **Erlebnis-Marketings**, wobei neun von zehn Marketingspezialisten dessen Bedeutung für die Förderung des Markenengagements erkannt haben.

(Quelle: Freeman) in: CMO.com

# Ein Zehntel

ihres Gesamtbudgets und weniger geben 60 Prozent der deutschen Marketingabteilungen für Content Marketing aus, schreibt [horizont.net](http://horizont.net).

daiber

myrtle  
beach

JAMES &  
NICHOLSON



LEVEL 2

JAMES & NICHOLSON WORKWEAR

JAMES & NICHOLSON

WORKWEAR

**AUSGEFEILT BIS INS KLEINSTE DETAIL!**

Unsere Level 2 Workwear Collection überzeugt durch verdeckte Reißverschlüsse und Knöpfe, um Beschädigungen zu vermeiden. Erhältlich in zahlreichen Modellen für Damen und Herren.

**WORKWEAR LEVEL 2  
IN 8 GEWERKFARBEN ERHÄLTlich**



[www.daiber.de](http://www.daiber.de) | Hotline: +49 7432/7016-800



Wo Hände am Werk sind,  
da sind auch die **anderen**  
**Sinne** mit von der Partie.  
Und damit nehmen wir  
dreidimensionale Werbung  
am unmittelbarsten wahr.  
Freuen sie sich nun auf  
Produkte, die **handliche**,  
**Botschaften** vermitteln.



PSI 40940 • Igro GmbH  
 Tel +49 6432 91420  
 info@igro.com  
 www.igro.com

## Grüner Daumen

Die Gartenhandschuhe von Igro sind perfekt für die Arbeit im Grünen. Deshalb sind sie als Kundenbindungsgeschenk für die Grüne Branche oder für Naturfreunde so beliebt. Igro fertigt nach Maß an, in Wunschfarbe mit individuellem Druck, mit Bestickung oder eingenähtem Firmenlabel. Auch der grüne Daumen oder Anti-Rutsch Noppen sind Optionen, die das Arbeiten im Garten erleichtern. Das Material ist fest gewebter Baumwoll-Twill. Die bedruckbare Stulpenlänge ist frei wählbar, ebenso eine Beschichtung mit Mikronoppen für bessere Griffbarkeit.



PSI 44668 • Richard Cermak  
 Minitaschenlampen Made in Germany  
 Tel +49 7231 106105  
 info@penlights.de  
 www.penlights.de

## Licht aus – Spot an

Die Minitaschenlampen von Richard Cermak werden in Deutschland hergestellt und sind nützliche Alltagsbegleiter für verschiedene Bereiche. Gerade für den Hobby-, Garten- und Outdoor-Bereich ist das Penlight Magic bestens geeignet. Es verfügt über eine helle, weiße LED und über einen Druckschalter. Der Taschenlampenkörper ist aus eloxiertem Aluminium gefertigt. Weitere Infos telefonisch oder im Internet unter [www.penlights.de](http://www.penlights.de).

## Backförmchen im Organzabeutel



## Caffeino-Glas



## Colour-Card -Eierfärbespaß-



Bildnachweis: fotolia.com © Caro. 5



PSI 49982  
Edition Michael Fischer GmbH  
Tel +49 89 2123107-50  
tatjana.bleiler@emf-verlag.de  
www.emf-verlag.de

## Balkonglück

Auf der Suche nach dem perfekten Geschenk für kreative Pflanzenliebhaber stoßen Interessenten auf das Angebot des emf-Verlags. Edition Michael Fischer stellt die verschiedensten Inhalte maßgeschneidert auf die Wünsche des Kunden zusammen, ganz gleich, ob es um Pflanzenkunde, Kranzbinderei oder kreative Gartendekoration geht. Dabei kann aus bestehenden Büchern aus dem vielfältigen Verlagsprogramm ausgewählt werden oder ein ganz individuell auf die Marke des Kunden abgestimmtes Verlagsprodukt entwickelt werden. Das entsprechend persönliche Werbemittel ist ideal einsetzbar als Verkaufsförderung am POS, vom günstigen Streuartikel im Rahmen von Promotion-Aktivitäten bis zum hochwertigen Premiumgeschenk.

## Griffige Gartenpflege

Der Garten- und Arbeitshandschuh von Malgrado bietet besonderen Schutz: Für optimalen Grip beim Arbeiten sorgt die griffige und wasserresistente Nitril-Beschichtung an den Handinnenflächen sowie an den Fingerkuppen. Gleichzeitig gewährleistet das Material Nitril trockene und saubere Hände und bietet dennoch optimales Feingefühl beim Arbeiten. Auch dann, wenn in feuchten und rutschigen Bereichen gearbeitet wird. Das elastische Strickgewebe garantiert zudem einen einwandfreien Sitz, guten Tragekomfort und Atmungsaktivität und somit Schweiß freie Hände. Die Mindestabnahmemenge beträgt 3.000 Paar in Sonderproduktion.

PSI 46913  
Malgrado fashion & promotion GmbH  
Tel +49 2207 704090  
s.rueth@malgrado.de  
www.malgrado.de



PSI 43836 • Stabila Messgeräte  
 Gustav Ullrich GmbH  
 Tel +49 6346 309-446  
 tobias.buchmann@stabila.de  
 www.stabila.de

## Kommunikation nach Maß

Dank modernster Druck- und Veredelungstechniken verfügt Stabila Messgeräte über vielfältige Möglichkeiten, einen gängigen Holz-Gliedermaßstab zu gestalten. Der Kreativität sind dabei kaum Grenzen gesetzt. So ist die herkömmliche Maß-Skala nur auf eine Seite gedruckt, die andere Lättchen-Seite steht komplett zur freien Gestaltung zur Verfügung, etwa zur Kommunikation von Unternehmensinformationen, des eigenen Produktportfolios, von Quizfragen zum Unternehmen oder der Serviceleistungen. Werden alle bedruckbaren Maßstab-Felder berücksichtigt, steht eine Werbefläche von insgesamt bis zu 470 Quadratzentimetern zur Verfügung – mehr als eine DIN A5-Seite. Muster können über das Kontaktformular auf [www.stabila-promotion.com](http://www.stabila-promotion.com) angefordert werden.

- ANZEIGE -

Sympathische Helfer für Bau und Handwerk –  
 jetzt **ONLINE** entdecken!



**mbw.sh**

**SCHMOOZIES TOOLS**  
 Weitere Modelle online verfügbar!



PSI 45767 • Bottle Promotions –  
a Tacx International Company  
Tel +31 70 5121773  
joy@tacx.nl  
www.bottlepromotions.nl

## Formschöne Umweltflasche

Vorhang auf für Shiva o2 bottle: Die höchst umweltfreundliche Trinkflasche von Bottle Promotion ist ein wertvoller Beitrag zum Schutz der Umwelt. Schließlich ist Shiva o2 bottle zu 100 Prozent biologisch abbaubar und reduziert im Recycling-Prozess die CO<sub>2</sub>-Emission deutlich. Das wiederverwendbare und nachhaltige Trinkgefäß wird zu 100 Prozent aus Zuckerrohr gefertigt. Weiter Infos zur auf verschiedene Weise individualisierbaren Umweltflasche bei Bottle Promotions aus den Niederlanden.



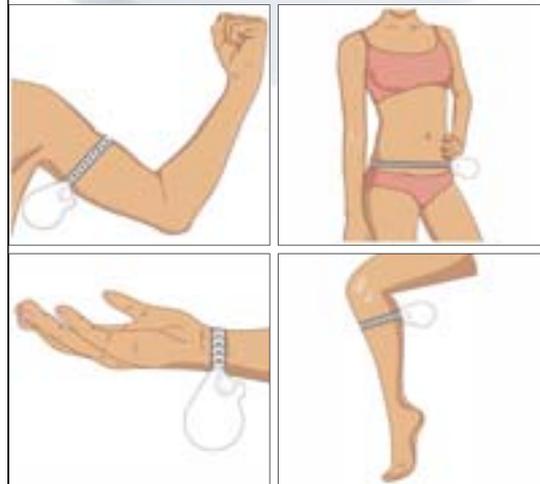
PSI 42020  
mbw Vertriebsges. mbH  
Tel +49 4606 94020  
info@mbw.sh  
www.mbw.sh

## Gute-Laune-Tools

Ideal für Heim- oder Handwerker, im Büro oder unterwegs eignen sich die Schmoozies® Tools von mbw. Ob Hammer, Pinsel, Schraubendreher, Säge oder Schraubenschlüssel: Die niedlichen Plüschwerkzeuge entfalten schon beim Hinsehen ihren unwiderstehlichen Charme und helfen mit ihrem Lächeln im Handumdrehen über alle kleinen und großen Aufreger des Alltags hinweg. Gute-Laune-Tools gibt es auch mit großen Qualitäten in Sachen Sauberkeit: Mit einer Unterseite aus Mikrofaser eignen sie sich perfekt zur Reinigung glatter Oberflächen, wie Handydisplays oder Bildschirme. Geworben wird auf einem Fähnchen, das an der Produktunterseite befestigt ist. Weitere nützliche Infos zu Produktqualität, Accessoires und individuellen Veredelungsmöglichkeiten warten im Downloadcenter.

**forma**<sup>®</sup>

Körper- & Umfangmaßband



**Hoechstmass Balzer GmbH**

Wiesenstraße 13, D-65843 Sulzbach/Ts.

Phone: +49 (0)6196 - 5005 -0

Fax: +49 (0)6196 - 5005 -55

info@hoechstmass.com

www.hoechstmass.com

Halle 9, Stand F09



PSI 46311  
Troika Germany GmbH  
Tel +49 2662 9511-0  
info@troika.de  
www.troika.de

**Zuverlässig und charmant**

Mit ihrem zeitlosen Design Made in Germany gehören Patent & Patent Chain zu den ewigen Klassikern im Programm von Troika. Intelligentes Schlüsselmanagement auf den Punkt gebracht, zeitlos und gut. Dank hochwertiger Materialqualität und ausgebuffter Technik ist der Schlüsselanhänger im harten Alltagsbetrieb über Jahre hinweg ein treuer Begleiter. Die Kette verfügt über einen Karabinerhaken und ist mit sechs Ringen ausgestattet, die zum blitzschnellen Schlüsselwechsel einfach ausgeklinkt werden können. Auch das Material kann sich sehen lassen: Messing und Metall, ausgeführt im Black-Chrome-Look.

**Variables Kraftwerkzeug**

Der Kraftform Kompakt 28 Tool-Finder Promotion von Wera ist kein Hexenwerk, sondern einfach nur eine pfiffige Idee. Dieses Werkzeug verwandelt sich blitzschnell in einen kurzen oder langen Schraubendreher und liefert gleichzeitig auch die passenden Bits für Maschinenschrauber. Der ergonomische Kraftform Handgriff mit seinen Hart- und Weichzonen sorgt für ermüdungsarmes Arbeiten und eine hohe Schraubgeschwindigkeit. Im Griff integriert ist ein Magazin mit sechs verschiedenen 25-Millimeter-Bits. Diese sind mit dem Wera Tool Finder Take it easy ausgestattet, der die richtige Bit-Größe leicht und bequem erkennen lässt. Ab 100 Stück werden sie mit einem Kundenlogo auf dem Griff ausgeliefert.



PSI 48078  
Wera Werkzeuge GmbH  
Tel +49 202 4045144  
matuschek@wera.de  
www.wera.de



## Gartenträume werden wahr

Mit der ansehnlichen Gartenschürze EVERGREEN von Inspirion lässt sich auf jeden Fall ein Blumentopf gewinnen. Profis und Hobbygärtner kommen an dem praktischen Utensil in kräftigem Grün nicht vorbei. Denn zusätzlich ist die Schürze mit qualitativ hochwertigen Gartengeräten bestückt. In vier

Netz- und drei Baumwolltaschen finden diverse Gartengeräte bequem Platz. Auf dem Weg durch den Garten sind die nützlichen Helfer so schnell zur Hand. Ausgerüstet mit Harken, Schaufeln und Sprühflasche sind Gartenfreunde für die nächste Pflanzenpflege gewappnet. Und dank verstellbarem Riemen an Hals und Taille wird hoher Tragekomfort garantiert.

PSI 42907  
 Inspirion GmbH  
 Tel +49 421 5227-0  
 info@insprion.eu  
 www.promotiontops.eu • www.insprion.eu



PSI 42938  
 Reidinger GmbH  
 Tel +49 9732 91050  
 info@reidinger.de  
 www.reidinger.de

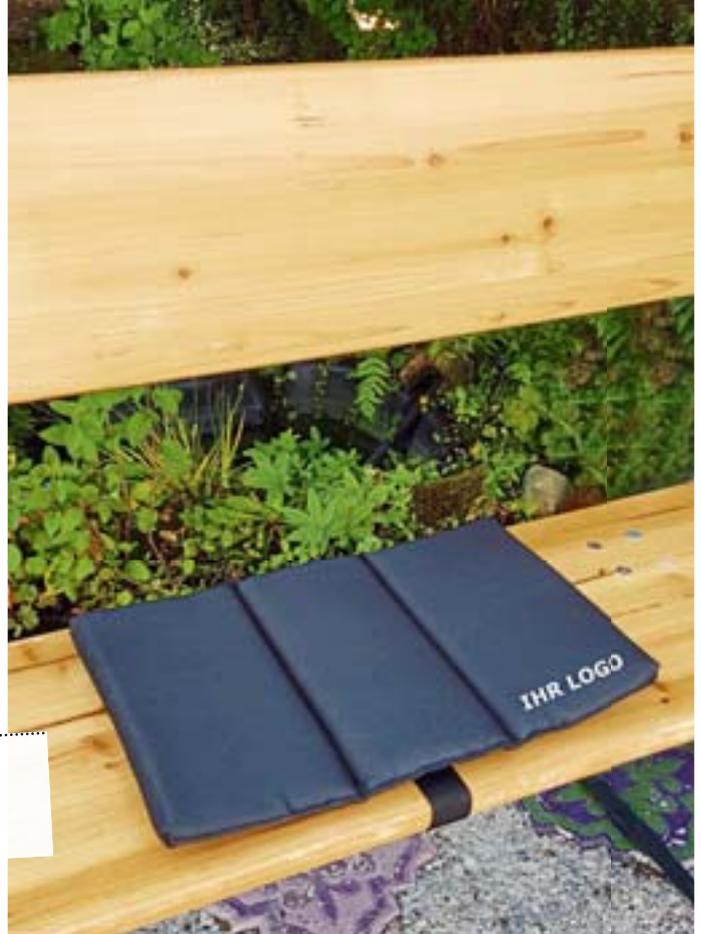
## Werbestarker Graphit-Riese

Handwerkerstifte sind unentbehrliche Helfer für Handwerk und Haushalt. Mit den Zeichen- und Schreibtalenten von Reidinger wird Skizzieren, Anzeichnen und Markieren zur Marketing-Aktion: Der Handwerkerbleistift leistet immer wertvolle Hilfe und wird individuell gestaltet zum Hingucker. Dabei lässt sich der aufmerksamkeitsstark inszenierte Graphit-Riese universell einsetzen. Das persönliche Wunschmodell lässt sich unkompliziert im Konfigurator gestalten. Artikel und Preise werden dabei in Echtzeit angezeigt, Händler können über den Händler-Anfrage-Button ein individuelles Angebot anfordern.

## Komfortabel werben

SeatFix ist das flexible Sitzkissen von Sandini: Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, mit Hilfe ihrer Produkte Alltagsprobleme zu lösen und gleichzeitig einen Mehrwert zu bieten. Auch das neueste Produkt SeatFix mit seiner funktionalen Falt- und Befestigungsmöglichkeit kann nicht nur im Stadionbereich als persönliches Kissen genutzt werden, sondern sorgt überall im Freien, auf der Bierbank oder auch auf dem Rollator für zusätzlichen Sitzkomfort. Designed in Germany, made in EU.

PSI 49768 • Sandini GmbH  
 Tel +49 7307 507 4310  
 office@sandini.de  
 www.sandini.de



- ANZEIGE -



## Shiva O<sub>2</sub>

Help improve the environment and opt for the Shiva O<sub>2</sub> bottle!

Made from sugarcane, a 100% biobased renewed raw material that contributes to the reduction of greenhouse gas emissions.

Reduce	CO <sub>2</sub>
Recycle	100%
Refill	Durable



markclip™

PROMOCLIP®

powered by



CLIPFACTORY



PSI 41847  
Hardenbruch  
Tel +49 5551 4069360  
info@hardenbruch.de  
www.hardenbruch.de

## Spannungsgeladen

Der praktische Phasenprüfer Nr. 421 ist made in Germany, schließlich wird das Produkt von Hardenbruch am eigenen Standort gefertigt. Das VDE-GS und CE geprüfte Handwerksgerät verfügt über einen Spannungsbereich von 120 bis 250 Volt und über eine Gesamtlänge von 140 Millimeter. Die Schraubendreherklinge ist gehärtet und glanzvernickelt. Der mit den Standardkappenfarben Rot, Schwarz, Blau, Gelb, Grün sowie Orange lieferbare Phasenprüfer bietet zur Individualisierung eine beidseitig bedruckbare Fläche in einer Größe von jeweils 6 mal 30 Millimeter. Ab 5.000 Stück können die Kappen auch in Sonderfarbtönen gefertigt werden. Überdies ist der Versand in der Einzelverpackung möglich.

## Entspannter Gärtnergehilfe

Die Topfpflanzenwerkzeuge von team-d sorgen von Beginn an für entspanntes Arbeiten im Garten: Studien haben bewiesen, dass die Arbeit in und mit der Natur zu den Tätigkeiten mit dem größten Entspannungseffekt gehört. Herrlich wenn der grüne Daumen dann auch tatsächlich Grünes und Buntes hervorbringt. Damit dies gelingt, sind in der fünfteiligen Gürteltasche mit Reißverschluss-Fach ein Blumenspaten, Schaufel, Harke und Gartenschere bereit zum Einsatz. Die Garten- und Topfpflanzenwerkzeuge sind aus Metall mit Kunststoffgriff.



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

# Süße Werbung schenken



PSI 46311  
Troika Germany GmbH  
Tel +49 2662 9511-0  
info@troika.de • info.troika.de

## Entspannendes Stimmungslicht

Feierabend, Wochenende, Urlaub: Zeit für entspannte Stunden auf der Terrasse oder im Lieblingssessel. Und die USB-Laterne von Troika ist immer dabei. Sie ist einfach aufzustellen, aufzuhängen oder hinzulegen und schafft nach dem Einschalten sogleich über das warmweiße Licht echte Lounge-Atmosphäre. Gut durchdacht ist die smarte LED-Technik mit Lichtzoom und verschiedenen Leuchtstärken. Einfach am Karabinerhaken aufhängen und nach Gebrauch am USB-Anschluss wieder aufladen.



Bereits ab 385 Stück!

My M&M's®  
XXL Klarsichtbox  
60 g



**JETZT**  
15 g gratis!

Nur solange Vorrat reicht!

*Werbewirkung schmeckt!*



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

Service-Hotline: 0049 76 43 / 801-555



Rechts der Neubau, links der Anbau, Stand im Januar 2019.

## Erweiterung des Firmensitzes

Computer Division Heinemann (CDH) baut an. Die wachsende Mitarbeiterzahl erfordert eine Erweiterung des Firmengebäudes. Das auf Werbemittel-Software spezialisierte Unternehmen wurde 1994 von Martin Heinemann gegründet. Schnell wurde aus dem Ein-Mann-Betrieb ein mittelständisches Unternehmen und der Platz in den anfänglichen 16 Quadratmetern reichte nicht mehr aus. Im Mai 2001 folgte der Umzug in den neugebauten Firmensitz in Radevormwald. Nun, fast 20 Jahre später, war es an der Zeit sich zu vergrößern. Die inzwischen über 15 Mitarbeiter freuen sich über die Fertigstellung des Anbaus. [www.cdh.info](http://www.cdh.info)

CDH



Lars Fischer

## Neuer Sales Manager

Share the Magic of Playing together – unter diesem Motto arbeitet das Team der Spielkartenfabrik Altenburg täglich an der Umsetzung und Verwirklichung kundenbasierter Promotion-Konzepte, spielerischer Werbemittel und von Kundenbindungsprogrammen für den Handel. Der Geschäftsbereich Promotional Services besteht bei ASS Altenburger aus vier Key Account Managern für Deutschland und Österreich sowie einem Customer Service Team aus fünf Innendienstmitarbeitern. Seit Kurzem wird das Team von Lars Fischer verantwortet.

ASS Altenburger

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

Michael Scheibe

## Vertrieb neu aufgestellt

Seit mehr als zwei Jahrzehnten steht der Name Inspirion für innovative und preisgünstige Werbeartikel. Das Unternehmen ist weltweit aktiv, gleichwohl der Vertriebschwerpunkt in Europa liegt. Seine Deutschlandabteilung hat Inspirion im Zuge weitreichender Umstrukturierungen neu aufgestellt. Michael Scheibe, seit mehr als zehn Jahren im Vertrieb bei Inspirion beschäftigt, übernahm zum November 2018 die Leitung der Deutschlandabteilung. Ihm zur Seite stehen derzeit 14 Kolleginnen und Kollegen, die die unterschiedlichen Aufgaben im Vertrieb und der Auftragsabwicklung bewältigen. [www.inspiration.eu](http://www.inspiration.eu)

Inspirion

## Geschäftsführer in den Senat der Wirtschaft Deutschland berufen

Der Geschäftsführer der ZEGO Textilveredelungszentrum GmbH aus Aschaffenburg, Johannes Zenglein, ist in den Senat der Wirtschaft Deutschland berufen worden. Die Verleihung der Berufungsurkunde erfolgte am 1. Dezember 2018 im Maximilianeum (Bayerischer Landtag) zu München im Rahmen des Jahresconvent 2018 durch den Vorstandsvorsitzenden des Senats der Wirtschaft, Dieter Härthe, und den Präsidenten des Senats, Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher. Der Senat der Wirtschaft setzt sich aus Persönlichkeiten der Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft zusammen, die sich ihrer Verantwortung gegenüber Staat und Gesellschaft besonders bewusst sind. Sie tragen gemeinsam dazu bei, die gemeinwohlorientierten Ziele einer Nachhaltigkeit im Sinne der ökosozialen Marktwirtschaft praktisch umzusetzen. Der Senat der Wirtschaft lässt damit den traditionellen Gedanken der Senate in der Antike wieder aufleben. Ein ausgewogener Kreis von Freunden unabhängigen Geistes folgte damals dem Gemeinwohl, anstatt allein partikularen Interessen.

[www.zego-tvz.com](http://www.zego-tvz.com)

ZEGO

ZEGO-Geschäftsführer Johannes Zenglein (Mitte) mit der Urkunde.

## Aus Lediberg wird Castelli

Die Lediberg GmbH mit Sitz in Lemgo firmiert seit Januar 2019 unter Castelli GmbH. Mit der Umfirmierung vollzieht CASTELLI nicht nur den Namenswechsel, sondern plant mit neuem Investment eine Zukunfts- und Wachstumsstrategie. Hierzu gehört der Ausbau der Services für den Werbeartikelhandel durch effizientes Workflow-Management und die Investitionen in neue Technologien für Werbung und Veredelung. Durch die internationale Ausrichtung der BOOST-Group, mit vollstufiger Produktion für Kalender, Notizbücher und Printwerbemittel in Bergamo, wird CASTELLI als Brand aufgebaut. Made in Italy steht seit jeher für Kreativität, Eleganz und Qualität. Der neue Name unterstreicht das einzigartige Design und die auf Wachstum und Service ausgerichteten Ziele im starken Verbund der BOOST-Group.

**Fit für die Zukunft**



Auf der jüngsten PSI in Düsseldorf war Lediberg bereits als Castelli mit einem eindrucksvollen Standauftritt präsent.

## Auslandsbetreuung verstärkt

Als B2B Key-Account Manager für Frankreich und Großbritannien stößt Emma Mitchell zu TROIKA, Lieferant für designaffine Werbeartikel in Markenqualität. Die „Neue“ ist keine Unbekannte, denn Emma Mitchell verbrachte zuvor bereits viele erfolgreiche Jahre bei dem Design-Geschenke-Spezialisten aus dem Westerwald, bevor sie das Unternehmen 2003 verließ. „Das ganze Team freut sich über das Wiedersehen“, heißt es vom Unternehmenssitz in Münschenbach.

<https://info.troika.de>



**TROIKA**

Emma Mitchell

## Team erweitert

Seit dem 1. Januar 2019 verstärkt Jennifer Lasseron das Team der MYRIX GmbH, den Spezialisten für hochwertige individualisierbare Notizbücher und Papier-Werbeartikel. Mit über zehn Jahren Berufserfahrung im Vertrieb bei einem führenden Konzern der Uhren-Branche wird sie feste Ansprechpartnerin für Key Accounts sein und unterstützt diese aktiv in der Umsetzung von Kundenprojekten. Die MYRIX GmbH mit Sitz in Pfnitztal bei Karlsruhe bietet ein vielfältiges Sortiment an Notizbüchern und Kalendern für den Werbemittelhandel – „Made in EU“. Mehr Informationen unter: [www.myrix.de](http://www.myrix.de)



**MYRIX**

Jennifer Lasseron

## Lanybook übernimmt Händlerbetreuung von Lediberg

Die Firma Lanybook GmbH mit Sitz in Worms – Anbieter von hochwertigen Notizbüchern, Planern und Kalendern – übernimmt mit Wirkung zum 1. Januar 2019 die Händlerbetreuung für alle Lanybook Produkte in Deutschland. Nach vielen Jahren der erfolgreichen Zusammenarbeit mit der Lediberg Group – die bis zum 31.12.2018 weltweit die Marke Lanybook vertrat und seit Anfang des Jahres als Castelli firmiert – übernimmt Lanybook wieder selbst die Herstellung, Vermarktung und Händlerbetreuung. In der gemeinsamen Zeit mit Lediberg konnte sich die Marke Lanybook gut etablieren und etliche Designpreise gewinnen. Um das Wachstum des eigenen Brands jedoch noch weiter zu steigern, möchte sich Lanybook nun komplett neu positionieren. Lanybook legt großen Wert auf Hochwertigkeit, Innovation, Individualität sowie Produktgestaltung. Dies sind die Werte, die Lanybook nach außen zu Geschäftspartnern, Kunden und Fans tragen möchte, so die Mitteilung aus Worms. Mit der Neupositionierung einher gehen eine Reihe von Produktneuheiten und eine Verkürzung der Lieferzeiten, heißt es weiter. Ausführliche Informationen zum neuen Markenauftritt von Lanybook folgen. [www.lanybook.com](http://www.lanybook.com)

**Lanybook**



## Jubilare geehrt

„100 Jahre Rastal ist kein alltägliches Jubiläum. Das Überdauern von mehreren Generationen ist nicht vielen Familienunternehmen gegeben“, sagte Rastal-Chef Raymond Sahn-Rastal bei einer Feier langjähriger verdienter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Keramikmuseum Höhr-Grenzhausen im Dezember 2018. Geehrt wurden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit 10, 20, 25, 30, 35, 40 und sogar 45 Jahren Firmenzugehörigkeit. Sahn-Rastal hob hervor: „Wir haben in unserer Branche Maßstäbe gesetzt und nehmen in vielerlei Hinsicht eine Vorreiterrolle ein. Mit Innovationsgeist und Leidenschaft streben wir danach, unsere Stellung im Markt weiter auszubauen und unsere Qualitätsansprüche noch zu übertreffen. Das ist unser Anspruch und gleichzeitig unser Versprechen für die kommende Generation.“ Im

### 100 Jahre Rastal

Rahmen eines Festaktes dankte Sahn-Rastal den Jubilaren und würdigte deren Engagement für das Unternehmen. „Was Rastal heute ist, verdankt es nicht zuletzt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hier am Standort Höhr-Grenzhausen. Deshalb haben wir bewusst die diesjährige Ehrung unserer Jubilare an den Beginn unseres Jubiläumsjahres gestellt“, sagte der Rastal-Chef. Gegründet wurde Rastal von Eugen Sahn, dem Großvater von Raymond Sahn-Rastal, im Jahr 1919. Daran erinnert die Sonderausstellung „100 Jahre Rastal“ vom 7. April bis zum 10. Juni im Keramikmuseum Höhr-Grenzhausen. [www.rastal.com](http://www.rastal.com)



Gruppenbild mit Jubilaren zum Auftakt des Jubiläumsjahres anlässlich 100 Jahre Rastal.

## PSL Europe ist neuer Vertriebspartner

Das Unternehmen Plastoria wird mit Wirkung vom 1. Januar 2019 durch seinen neuen Partner, PSL Europe bv, im DACH-Markt vertreten sein. PSL ist seit nahezu 20 Jahren im europäischen Werbeartikelmarkt aktiv und wird seine Geschäfte im deutschen

Markt nun gemeinsam mit Plastoria führen. „Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit PSL und hoffen, dass diese genauso erfolgreich und dauerhaft sein wird wie unsere vorherige Geschäftsbeziehung mit TWISTEL“, so Lionel Wajs (CEO Plastoria). TWIS-

TEL wird sich nach einer über 20 Jahre währenden Kooperation mit Plastoria auf andere geschäftliche Möglichkeiten konzentrieren. Plastoria und TWISTEL blicken auf eine sehr erfolgreiche Zusammenarbeit zurück. Die Entscheidung wurde daher in gegenseitigem Einvernehmen getroffen. TWISTEL wird alle laufenden Aufträge und Anfragen erledigen bzw. beantworten und für einen reibungslosen Übergang sorgen. „Für PSL bietet sich ein enormes Potenzial, da wir der Ansicht sind, dass die von Plastoria angebotenen Marken exzellente Möglichkeiten am Markt bieten und eine äußerst attraktive Erweiterung unseres aktuellen Produktsortiments bedeuten“, so Arthur Strijbos (CEO PSL Europe).

[www.plastoria.com](http://www.plastoria.com) – [www.pslworld.com](http://www.pslworld.com)



**Plastoria**



## Beginn auf Februar vorverlegt

Deutlich früher als in den Jahren zuvor startet die NEWSWEEK 2019 bereits am 19. und 20. Februar. Allerdings wurde lediglich ein Standort vorverlegt, alle weiteren Termine im Mai bleiben bestehen. Für die Auftaktveranstaltung fanden die Organisatoren beim GWW (Gesamtverband der Werbearbeitel-Wirtschaft e.V.) mit der Historischen Stadthalle in Wuppertal einen würdigen wie stilvollen Rahmen. „Auch wenn mangelnde Verfügbarkeiten geeigneter Locations für die Vorverlegung ursächlich waren, wird damit andererseits einem in den zurückliegenden Jahren immer wieder geäußerten Wunsch nach einem deutlich früheren Tourbeginn zumindest ansatzweise Rechnung getragen“, sagt

### NEWSWEEK 2019

GWW-Geschäftsführer Ralf Samuel. Werbearbeitelberater können ihre Kunden aus der Industrie am 19. Februar 2019 nach Wuppertal einladen und unterstützt durch die sachkundige Beratung ihrer Lieferantenpartner über Neuheiten und Trends informieren. Die Besuchszeit des NEWSWEEK-Industrietages ist wie gewohnt von 10 bis 17.30 Uhr.

„Da die Messestände dann schon einmal stehen, nutzen wir den Folgetag direkt, um einem von Beraterseite in der Vergangenheit ebenfalls vielfach geäußertem Wunsch zu entsprechen, und bieten auch wieder einen Fachbesuchertag an, auf dem sich Berater über Neuheiten und Trends informieren können“, so Samuel weiter. In diesen Handelstag hat der GWW seine für Februar 2019 terminierte Mitgliederversammlung eingebunden. „Dies minimiert für unsere Mitglieder den Aufwand, da viele von ihnen ohnehin vor Ort sein werden“, ergänzt Samuel. Am Handelstag empfangen die ausstellenden Unternehmen interessierte Fachbesucher in der Zeit von 12 bis 16.30 Uhr. „Selbstverständlich werden wir wie üblich für eine angenehme Atmosphäre, ein ansprechendes Ambiente sowie ein geschmackvolles Catering sorgen“, versichert der GWW-Geschäftsführer. Weitere Informationen unter: <https://gww.de/messen-events/>

### GWW-NEWSWEEK 2019 – Tourkalender

- 19. Februar, Wuppertal
- 20. Februar, Wuppertal  
(ausschließlich für Fachbesucher, Berater)
- 6. Mai, Dresden
- 7. Mai, Berlin
- 8. Mai, Hamburg
- 13. Mai, Nürnberg
- 14. Mai, München
- 15. Mai, Stuttgart
- 16. Mai, Offenbach
- 21. Mai, CH-Spreitenbach, PSF-Forum  
(ausschließlich für Fachbesucher, Berater)
- 22. Mai, CH-Spreitenbach

Topkapi Tessuti srl ist seit dem 1. Januar 2019 Filanti srl. Zielbewusst und leistungsorientiert mit einem neuen Image stellt sich das italienische Unternehmen für elegante textile Accessoires damit den neuen Herausforderungen des globalen Marktes.

## Erfolgreiches Rebranding

# Topkapi wird zu Filanti

FILANTI

Im Jahr 1996 gründete Renate Hoess Topkapi Tessuti in der Seidenstadt Como und verwirklichte ihre Idee, ausschließlich mit lokalen Manufakturen zusammenzuarbeiten. In kurzer Zeit entwickelte sich die Firma zum Bezugspunkt für viele große und angesehene Unternehmen.

### Lieferant von Weltfirmen

Die Qualität der Produkte, ihre Erfahrung im Textilbereich und ein makelloser Service am Kunden machten Topkapi zum Lieferant von Weltfirmen und Institutionen der verschiedensten Branchen wie zum Beispiel Automotive, Transporte, Engineering, Pharmaindustrie, Food & Beverage, Regierungen, Botschaften, öffentlicher Dienst, Universitäten, Non-Profit-Organisationen wie World Food Programme sowie sportliche Einrichtungen wie CONI oder das Olympische Komitee.

### Neue Gesellschafter – neue Ziele

Der Erfolg hat die Motivation zum Wachstum weiter angeregt. Um sich den wachsenden Anforderungen des Marktes sowie den steigenden Ansprüchen der Kunden zu stellen, werden neue Gesellschafter aufgenommen, die dem Unternehmen mit ihrem Know-how zur Umsetzung neuer Ziele verhelfen sollen. Zur Strategie gehören Erweiterung der Produktpalette, etwa Uniforms und Private Label, ein neuer Firmensitz sowie ein imagestarkes Branding – vom Logo bis hin zur Webseite. Schwerpunkt sind die Kommunikation von Qualität und ein hohes Niveau auf dem digitalen Markt. „Heute ist Topkapi dazu bereit, sich als erster smart brand zu behaupten. Heute wird Topkapi zu Filanti. Die Geschichte ist noch zu schreiben“, heißt es aus dem Unternehmen. <

[info@filanti.com](mailto:info@filanti.com) – [www.filanti.com](http://www.filanti.com)



Die europäische Leitmesse der  
Werbeartikelwirtschaft

7-9 Januar 2020  
Düsseldorf

[www.psi-messe.com](http://www.psi-messe.com)

SAVE  
THE  
DATE

DIE WELT  
DES WERBENS  
UND VERKAUFENS

Organised by  
 Reed Exhibitions



PromoTex  
Expo

viscom

Auf ein Neues hieß es für die 23 Werbeartikelieferanten, die sich auch in der jüngsten Adventszeit mit zahllosen Neuheiten im Gepäck auf die Reise durch Deutschland machten, um an sieben Stationen dem professionellen Werbemittelhandel die Wirkung und Einsatzweise ihrer Produkte unmittelbar erfahrbar zu demonstrieren.

## A&O Adventstour 2018

# Ran an die Gans



Großer Bahnhof beim Auftakt der A&O Adventstour 2018 im Hofgut Laubenheimer Höhe in Mainz.

**F**rische werbestarke Produkte und vorweihnachtlich-kulinarische Akzente – das geht wunderbar zusammen, wie die A&O Adventstour seit einigen Jahren demonstriert. Der Name ist dabei offenbar auch Programm, denn Advent heißt ja bekanntlich Ankunft. Und die Tour kommt an! Das Get-together im Kreise von brandneuen Werbeartikeln und knusprigem Gänsebraten scheint mehr als etabliert, ja zunehmend beliebter und gefragter im Kreise der professionellen Werbemittelhändler, -berater und -agenturen. Längst ist die A&O Adventstour unter dem Markenzeichen der Gans zum vorweihnachtlichen Anziehungspunkt der Branche geworden. Persönliche Gespräche, intensive Beratung in entspannter Atmosphäre und das anschließende gemeinsame Abendessen von Ausstellern und Besuchern beim Gänsebraten tragen zur Beliebtheit dieses unverwechselbaren Events bei, bei dem partnerschaftliche Geschäftskontakte eben nicht nur ge-

knüpft, sondern meist auch vertieft werden können. Aber auch die Besucher, die abends nicht dabei sein können, müssen nicht auf den kulinarischen Akzent der Neuheitenschau verzichten, denn zu Ausstellungsbeginn gibt's auch einen rustikalen Mittags-Imbiss.

### Beste Stimmung

In bester Stimmung konnten dann Neuheiten besichtigt, allerlei Kulinarisches und Süßes ausgiebig probiert und über Projekte diskutiert werden. Nach diesen geschäftigen Nachmittagen mit Fachgesprächen und Networking folgten genussreiche, kommunikative Abende. Die ge-



mütlichen, vorweihnachtlichen Networking-Tafelrunden finden immer mehr Liebhaber, die die Gelegenheit zum Gedankenaustausch mit ihren Lieferantenpartnern vor Ort gerne nutzen. Das Tour-Format hat sich derart bewährt, dass in Hamburg sogar ein Zusatztermin organisiert wurde: Wegen der hohen Nachfrage war dort am Vormittag des Folgetags die Produktpräsentation nochmals zu sehen. Getreu dem Grundsatz „Wir nehmen uns Zeit für unsere Gäste“ war auch die Adventstour 2018 wieder ein informativer Event, in dessen Rahmen der Grundstein für so manches Geschäft im nächsten Jahr gelegt wurde.

### Schwungvoller Auftakt

Dieses weiter gestiegene Image der mobilen Präsentation war schon am Auftakttag der Tour – ganz adäquat zur Materie Werbeartikel – förmlich zu greifen. Denn äußerst schwungvoll und belebt startete die Tour im exponierten Hofgut auf der Laubenheimer Höhe in Mainz mit weitem Blick übers Rhein-Main-Gebiet. Aus diesem Umfeld kamen denn auch die zahlreichen Werbemittelprofis, um die Neuheiten zu begutachten und die Erfahrungen abends in geselliger Runde bei schmackhaftem Gänsebraten zu vertiefen.

### Kunst-Objekte, die motivieren

Unter den vielen Sortimenten, die wir begutachtet haben, greifen wir dieses Mal die Kollektion von Artihove heraus. Denn der niederländische Spezialist für kunstvolle Präsente mit emotionalem Wert hat mit seiner „Motivationskunst“ einen Trend geschaffen, der Werbung, Präsent und Incentive gleichermaßen umfasst. Das Sortiment des Unternehmens mit Sitz nahe Rotterdam wird seit Jahrzehnten von der bekannten Künstlerin Corry Ammerlaan-van Niekerk geprägt, der es gelingt, Kunstobjekte mit einer persönlichen Botschaft zu verknüpfen. Was da entsteht, ist mehr als Kunst, es sind persönliche und einzigartige



Lockere Atmosphäre, gute Laune und knusprige kulinarische Akzente: In diesem Umfeld kommen die Neuheiten noch besser an.

Objekte, die ein Gefühl und eine Aussage transportieren. „Einsetzbar sind unsere Objekte immer dann, wenn man Dank, Anerkennung und Wertschätzung ausdrücken möchte – im B2B-Kontext sind dies vor allem Anlässe wie Jubiläen, Abschiede, Einweihungen, Fusionen, aber auch Dank für Spenden, Jahrestage oder auch karitative Zwecke“, erklärt Andrea Takacs-Kittel, die den europäischen Werbeartikelhandel betreut. Was Artihove anbietet, ist vielfältig in jeder Hinsicht. Es gibt neben wertvollen Exklusiv-Objekten auch ein Standardsortiment sowie individuelle Auftrags- und Sonderanfertigungen. Jedes Objekt ist handwerklich gefertigt in Bronze, Silber, Keramik, Edelstahl oder Glas, daneben sind auch preiswertere Materialkombinationen und Repliken möglich. „In enger Abstimmung mit dem Kunden unterbreiten wir Vorschläge für Projekte und entwickeln Entwürfe in verschiedenen Preisgestaltungen. Wer denkt, Kunst muss immer teuer sein, der liegt eindeutig falsch und beraubt sich spannender Ideen.“ Was ist zurzeit besonders gefragt? „Kunstvolle Gebrauchsgegenstände wie zum Beispiel eine Stierskulptur, die als Korkenzieher dient. Die Skulptur ist aus Gusschwarz, eine leichtere Alternative zu Bronze und in einer ähnlichen Anmutung. Auch die Kombination von Metall mit anderen Materialien setzt besondere Akzente“.



Unter vielen werbewirksamen Kollektionen waren die Exponate von Artihove besonders sehenswert.





so die Accountmanagerin Export. Gut gefallen hat uns auch ein Lederarmband mit Silber-Emblem und besonders die Idee, zwei Euro vom Preis als Spende für ein Krankenhaus abzuführen. Die Erklärung des Projekts kann der Verpackung beigelegt werden.

### Zeitloses aus Leder

Edles aus Leder kommt nie aus der Mode. Ein Beispiel hierfür sind die aus hochwertigen Ledern gefertigten Börsen von Esquire-Lederwaren. Sie sind nicht nur extrem leicht und besonders weich im Griff, sondern durch ihr modernes „Innenleben“ besonders zeitgemäß und sicher. „Dank des patentierten Sicherheitssystems Cardsafe können Karten nicht mehr herausfallen, der ins Futter eingearbeitete RFID-Schutz sichert Karten zusätzlich vor unbefugtem Auslesen. Dazu kommen noch ein Geheimfach, diverse Steckfächer sowie ein integrierter Einkaufswagenchip“, erläuterte Holger Wahl vom Esquire Sales Team. Modisch, sicher, praktisch – damit sind Kleinlederwaren nützliche Präsente, mit denen man den besten Eindruck hinterlässt. Und dies ist nur ein kleiner, exemplarischer Ausschnitt der präsentierten dreidimensionalen Werbeviel-



falt der Tour, die bei den Gästen auf großen Zuspruch traf. So fiel auch das Eröffnungs-Resümee der Gastgeber äußerst positiv aus. Man sprach vom besten Beginn seit Langem, denn in Mainz konnten die Veranstalter sogar über 120 Gäste begrüßen.

### Weiterer Erfolg

Die weiteren Stationen in dieser Woche waren mit Stuttgart, München und Erlangen wie gewohnt attraktive Locations in Deutschlands Süden, bevor sich die Adventstour in ihrer zweiten Woche dem nördlichen Landesteil widmete und in Hamburg, Gütersloh und Moers ihre Werbegabensäcke auspackte. Zwar gab es bei der letzten Station einige Probleme mit der Straßenverkehrslage, doch insgesamt freuten sich die A&O-Repräsentanten über durchweg reges Interesse. Insgesamt fanden sich an den sieben Haltestellen der Tour über 250 Handelspartner ein und rundeten die Veranstaltung zu einem weiteren Erfolg ab. Und alles, was die A&O Adventstour 2018 auszeichnete, soll auch die nächste Deutschlandrunde des Ausstellerteams prägen. Die Termine stehen bereits fest, wie uns Manfred Nieder, seit April Vertriebsleiter der Betz Manufaktur & Destillerie, als Mitorganisator des A&O-Teams verriet: „Wir starten am 2.12. wieder in Mainz, dann geht es weiter am 3.12. in den Raum Stuttgart, am 4.12. sind wir in München und am 5.12. im Raum Nürnberg/Würzburg zu finden. In der zweiten Woche geht es am 9.12. in den Raum Berlin/Leipzig, am 10.12. nach Hamburg, am 11.12. in den Raum Bielefeld/Gütersloh und am 12.12. in den Raum Moers. Die ersten Vorbereitungen sind bereits

im Gange oder schon abgeschlossen und die Vorfreude unsererseits ist riesengroß. Wirklich, es macht tierischen Spaß!“ Nicht nur der Gans sei Dank ... <



# INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR PROMOTION-, SPORTS-UND WORKWEAR

SAVE THE DATE

7 – 9

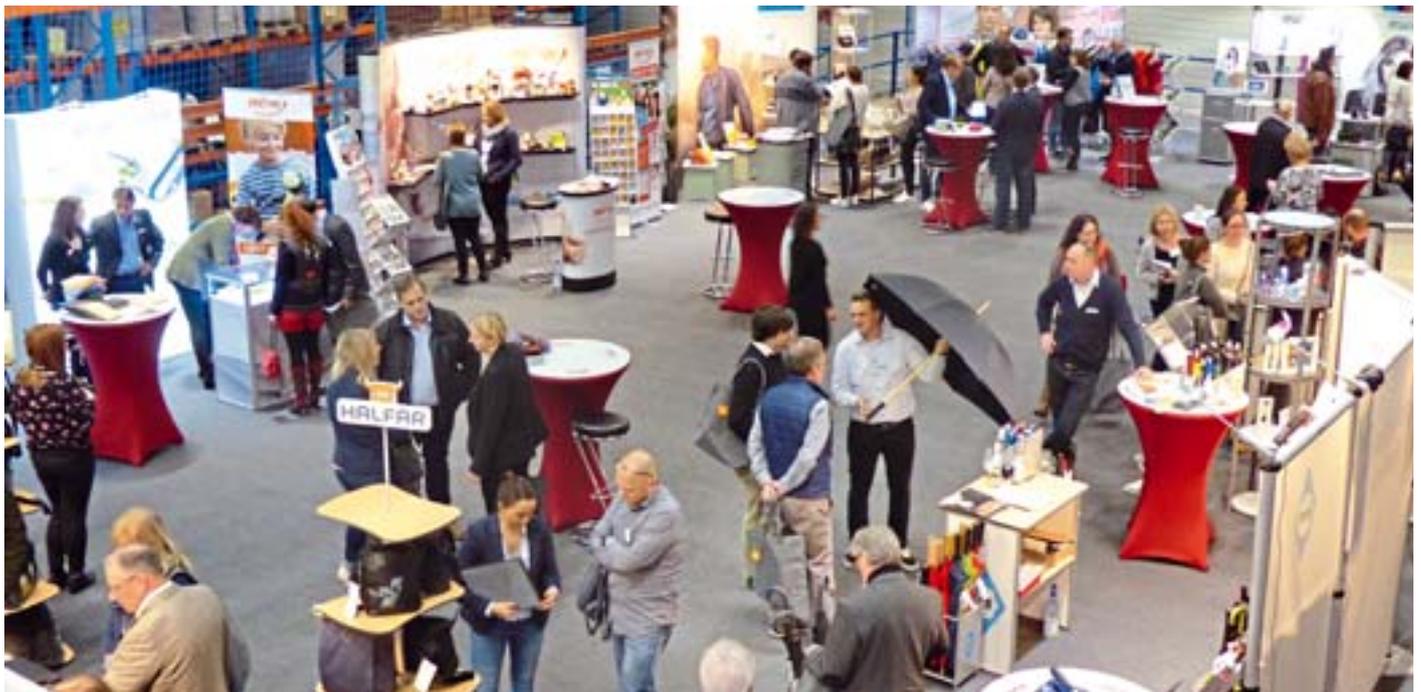
Januar 2020  
Düsseldorf

[www.promotex-expo.com](http://www.promotex-expo.com)

Neuheiten noch früher sehen, noch im alten Jahr informiert sein – die Preview-Shows mit Eventcharakter haben einen festen Platz im Messekalender. Zum Kern des Konzepts von Welcome Home gehört, dass Lieferanten zu sich „nach Hause“ einladen, um den Kunden einen Blick hinter die Kulissen zu ermöglichen. Wir waren bei der Geiger-Notes AG Wiesbaden vor Ort.

## Welcome Home 2018

# Viel Neues in individueller Atmosphäre



**A**n der Welcome Home Tour 2018 beteiligten sich neun Firmen, die sechs Events ausrichteten, vier Unternehmen öffneten ihre Tore für ihre Kunden. Ob die Firmenrundgänge nun wirklich mitgemacht werden und die Kunden tatsächlich wegen der Vorab-Produktinformationen oder eher zum Netzwerken kommen, ist sicher von Jahr zu Jahr und je nach Standort verschieden – zumal in den jeweiligen Regionen oft die gleichen Händler zu den Events kommen. Unabhängig davon, ob und wie intensiv das Angebot der Preview-Events genutzt wird, sie sind ein Anlass für einen kommunikativen Nach-

mittag und die Kontaktpflege mit den teilnehmenden Lieferanten. Beliebte Treffpunkte sind die Veranstaltungen allemal, und demnach äußerten sich auch die Vertreter von Halfar, Koziol, Daiber, uma, Fare, Jung, Reflects, mbw und uma zufrieden über die Besucherzahlen. Auch Jürgen Geiger, Gastgeber der Abschlussveranstaltung in Wiesbaden, freute sich über die gute Resonanz: „Welcome Home ist eine hervorragende Plattform für intensive, persönliche Gespräche. Jedes Unternehmen kreiert einen individuellen Rahmen und das gibt dem Event eine besondere Note. In dieser Atmosphäre können sich die Kunden wohlfühlen und in aller Ruhe umsehen.“

### Viel Info auf kleinstem Raum

Geiger als Hersteller von Kalendern, Haftnotizen, Notizbüchern und Print-Werbemitteln nutzte den Termin unter anderem dazu, um sein neues Top-Produkt Concept Card vorzustellen. Den individuell gestaltbaren Faltpapierplan im handlichen Scheckkartenformat gibt es in vier Inhaltsgrößen. Schon auf der kleinsten Variante ist eine Menge Information unterzubringen und das macht das genial gefaltete Blatt zum vielseitigen Werbeträger. Ob Lageplan, Spielplan oder Hallenplan – die Concept Card eröffnet viele Gestaltungs- und Einsatzmöglichkeiten.

### Vernetzungsplattform mypromo wächst

Zum branchenverbindenden Online-Tool mypromo, das inzwischen schon ins zweite Jahr geht, informierte Geschäftsführerin Heike Lübeck: „Unsere neue Vernetzungsplattform für die Werbearbeitwirtschaft hat schon viel grö-

### Wärmendes im neuen Look

Für den Textilspezialisten Daiber unterstützte Geschäftsführer Kai Gminder persönlich die Außendienstmitarbeiter Tanja Damrath und Jean Rodriguez Schwarz in Wiesbaden. Daiber wartet jedes Jahr mit einer ganzen Menge schicker Neuheiten auf – dieses Mal wies Gminder ganz besonders auf die neuen Modelle aus dem druckfrischen Katalog „Jackets & Vests“ hin. Dieses Segment überzeugt in dieser Saison vor allem durch weiter optimierte Qualitäten, neue moderne und körperbetonte Schnitte und die sehr breite Spanne an Größen von XS bis zum Teil 3XL. Eines der Highlights, das er selbst besonders gerne mag, stellte uns Gminder näher vor: eine superleichte, echte Daunenjacke, der die geklebten (anstatt genähten) Stege einen ganz neuartigen Look verleihen. „Diese neue Steppung wertet die Jacke nicht nur optisch auf, sie verhindert auch, dass sie nach längerem Tragen an den Nähten Füllung verliert.“ Damit ist die Jacke nicht nur besonders



ßere Ausmaße angenommen, als wir anfangs dachten – sie wächst sozusagen an ihren Aufgaben. Die ersten Händler-Shops sind bereits live und Anfang 2019 ist die Anbindung der ersten Hersteller-Sortimente geschafft.“ Als neues zentrales Element werde zurzeit eine kuratierte Informationsplattform vorbereitet, um Neukunden für den Werbearbeit zu gewinnen und mypromo-Handelspartner zu akquirieren, erklärte Lübeck weiter. „Und wir investieren weiter in Support und nun auch in eigene Programmier-Ressourcen. Hierzu gründen wir mit der Mypromo Solutions AG ein eigenes Unternehmen in Luxemburg, das für Start-ups ideale Bedingungen bietet.“

schick, hochwertig und funktional, sondern sie ist auch fusselfrei, bleibt warm und ist angenehm zu tragen. Es gibt sie für Damen oder Herren, in vielen Farben und Größen, mit passendem kontrastierendem Innenfutter sowie mit und ohne Kapuze. Ein universell tragbares Teil, ideal auch für die Übergangszeit.

### „All you need“ von Daiber

Neu bei Daiber ist auch die Philosophie „All you need“, wie auch das neue Workbook 2019 betitelt ist. Was versteht man darunter? „Wir sind für unsere Qualität und mo-



Modische Uhren sind und bleiben im Trend.



Kai Gminder präsentiert die superleichten Daunenjacken im neuen Look.



dischen Kollektionen bekannt. Unsere Produkte sind also höherwertig und keine typischen Einstiegsprodukte. Um diesen Bereich ebenfalls abzudecken, haben wir unser Sortiment erweitert: Unter dem Stichwort ‚Qualität zum Einstiegspreis‘ gibt es jetzt zum Beispiel sehr schöne Shirts, die aus etwas dickerem Garn gewebt sind und bei einem attraktiven Preis ausgesprochen wertig daherkommen“, so Gminder. Wir haben Jacke und Shirts gesehen und gefühlt und fanden sie ausgesprochen überzeugend.

### Modische Uhren weiter im Aufwind

„Uhren sind mehr als Zeitmesser, sie sind auch modische Accessoires, die man entsprechend seinem Outfit auswählt. Deswegen besitzen viele auch mehrere Uhren, oft in ganz verschiedenen Styles. Diese Tendenz schlägt sich zunehmend auch im Markt für Werbeuhren nieder, der sich in den letzten Jahren wieder sehr gut entwickelt“, erläutert Patrick Nölle von Reflects das anhaltende Comeback der Werbeuhr. Als Spezialist im Bereich Einkauf und kundenspezifische Entwürfe präsentierte er die neue Kol-

lektion 2019 und erläuterte die neuesten Uhren-Trends: „Flach, klassisch, die Bänder aus vielseitigen Materialien wie Textil, Leder oder im Milanaise-Stil – alles individuell gestaltbar, farblich variabel und miteinander kombinierbar.“ Die Uhr wird also zum Gesamtobjekt mit in sich stimmigem Design, das auch das Zifferblatt einschließt. Reflects hatte vor Jahren mit der Lollilock sein Debut im Uhrensegment geschafft und sich seitdem in diesem Bereich enorm weiterentwickelt. Das Ergebnis sind heute geschmackvolle Uhren in edlem Look und oft Ton in Ton, die mit nur dezenter Werbeanbringung zu gern getragenen Accessoires werden. Gleich nebenan präsentierte Aileen Müller von der Schwesterfirma aditan eine innovative, faltbare und daher platzsparende Plastikgießkanne als vielseitigen Streuartikel mit großer Werbefläche – neben weiteren Streuartikeln und Spielzeug im Kunststoffbereich. <





FyvarMailing



MyFyvarReklam

FyvarSearch



FYVAR  
ROAD SHOW



FYVAR AWARDS

FYVARPRESS

THE MAGAZINE  
OF THE SECTOR

FyvarInform



Fyvar  
Quality

FYVAR LOYALTY



FYVAR

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

fyvar.com



Hier kommen **zwei Werbeartikeldauerbrenner**. Auch in digitalen Zeiten haben Kalendarien Konjunktur und stehen das ganze Jahr im Blickfeld des Benutzers. Und **schöne Verpackungen** machen Lust auf mehr und verdoppeln damit den Werbeeffekt.



PSI 41545  
 Jung since 1828 GmbH & Co. KG  
 Tel +49 7042 9070  
 zentrale@jung-europe.de  
 www.jung-europe.de

## Give-away mit Herz

Ob Valentinstag, Geburtstag oder ein herzlicher Willkommensgruß: Die passende Produktneuheit dazu bietet Werbemittelhersteller Jung. Die süße Standbodenbox kann je nach Kundenwunsch individuell bedruckt werden und bietet die ideale Werbefläche für eine liebevolle Gestaltung. Im Inneren der Box befinden sich in einer transparenten Folie sechs leckere Herzbonbons mit Kirschgeschmack. Die transparente Folie im Inneren der Box ist übrigens kompostierbar und kann somit im Kompost entsorgt werden. Das sind Grüße, die von Herzen kommen und wertvolle Sympathiepunkte bei der Zielgruppe. Das Richtige für alle, die einfach mal Danke sagen möchten.



PSI 44032 • Papi GmbH  
 Tel +49 221 983850  
 info@papi.info  
 www.papi.info

## Maxima – jetzt wird's exquisit

Hochwertig elegant kann man nun mit der Maxima von PAPI verschenken. Neben der strukturierten Oberfläche sorgt der edle Verschluss für ein einzigartiges Verpackungserlebnis. Abgerundet wird die Verpackung, wie es sich für eine Handtasche gehört, mit einem Band. Ein Erlebnis, welches nicht nur Frauen begeistert, sondern auch auf Messen und Veranstaltungen ein Hingucker ist. PAPI designt die personalisierbare Maxima aber auch ganz individuell nach Kundenwunsch.

**SUCCESS**  
 MESSAGE IN A BUBBLE

## SCHENKEN SIE EIN LÄCHELN.

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



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



SCAN ME!

**Seifenblasen  
 Made in Germany**

Telefon +49 (0)7071 - 78898  
 www.success-werbung.de  
 info@success-werbung.de



PSI 41016  
 Heri-Rigoni GmbH emotion factory  
 Tel +49 7725 93930  
 armin.rigoni@heri.de  
 www.heri.de

## Naschen erlaubt

Bei Nutella leuchten nicht nur Kinderaugen, auch Erwachsene lieben die süße Nuss-Nougat-Creme. Dies macht sich die emotion factory nun zu Nutze und bringt mit Nutella in Überreichverpackung ein neues Werbeprodukt auf den Markt. Ob zum Naschen zwischendurch oder eine Dosis für das Frühstücksbrot: Die Mini-Nutella-Gläser sind was fürs Auge und die Schokocreme was für Leckermäuler. In praktischer Überreich-Verpackung eignet sich das Glas als humorvolles Give-away mit viel Platz für die individuell aufgedruckte Werbebotschaft. Schließlich geht nicht nur die Liebe durch den Magen.



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

## Umweltfreundlich verpackt

Mumbai ist ein Obst- und Gemüsebeutel von Joytex und die Mehrwegalternative zu Beuteln aus Polyethylen oder Papier. Er besteht aus 100 Prozent Öko-Tex und einem Nylon-Netz. Der Beutel ist einseitig bedruckbar und mit einer Zugkordel verschließbar. Geeignet für Supermärkte sowie Markt- und Bauernstände für Bäckereien und alle, die Lebensmittel mit wiederverwendbaren Verpackungen transportieren möchten. Einzeln oder aber auch als Multipack mit zum Beispiel drei Beuteln in einer Banderole, ist dieser Verpackungshelfer eine Werbetasche mit sehr hoher Werbewirksamkeit, da Obst und Gemüse oft mehrmals in der Woche eingekauft werden.



Die Handschrift der Werbung

YES F SI –  
weil auch die inneren Werte zählen.



YES F SI  
0-0092 F-SI



uma FlowMotion® Refill K1.0  
8-0840

*feel the*  
FlowMotion

Informationen zu YES F SI und  
weitere tolle Neuheiten finden Sie  
in unserer neuen NEWS 2019 Broschüre  
unter [www.uma-pen.com](http://www.uma-pen.com).





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

## Präziser Wetterfrosch

Mit seiner Metmaxx® DesignTime SatelliteMicro Wetterstation stellt Spranz ein ausgesprochen präzises Messinstrument für Büro und Haushalt vor. Die starke Wohlfühlstation, wie sie der Anbieter nennt, kommt mit Innen- und Außenthermometer inklusiv Funkaußensensor zum Empfänger. So ist die lokale Temperatur jederzeit unter Kontrolle. Hinzu kommt eine präzise funkgesteuerte Digitaluhr. Mehr Artikel zu diesem oder vielen anderen Themen finden Kunden in der aktuellen Spranz Kollektion.



PSI 49138 • D&D Team Sarl  
 Tel +41 797 512139  
 julien.debroux@bills-tech.com  
 www.whynote.ch

## Immerwährender Planer

Nach dem Erfolg der ersten Reihe der Whiteboard-Notizbücher meldet sich die Schweizer Marke nun zurück mit einem neuen Produkt, dem „WhyNote Perpetual Planner“. Dieser Terminkalender steht dem Nutzer Monat um Monat, Jahr um Jahr zur Seite ohne jegliches Ausstreichen. Wenn das Notizbuch voll mit Notizen ist, einfach drüberwischen, so wie man es bei einem Whiteboard tun würde und wieder neu anfangen. Der WhyNote Perpetual Planner ist nicht nur ein Kalender, er bietet gleichzeitig viele Arten löschtbarer Seiten in der Form eines Notizbuches, um Listen zu erstellen, Aufgaben im Rahmen von Projekten zu notieren, linierte Seiten und vieles mehr.



## Zeit für einen Kaffee

Manch einer kann oder will ohne ihn gar nicht erst in den Tag starten: den Kaffee. Der Ackermann Kunstverlag setzt das beliebte Heißgetränk jetzt gekonnt in Szene. Zwölf geschmackvolle Kaffee-Plakate im Retrostil präsentieren das koffeinhaltige Lieblingsgetränk mit Charme und Augenzwinkern. Wie alle Ackermann Kalender wird auch dieser ausschließlich in Deutschland produziert und in Kooperation mit NatureOffice klimaneutral auf Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft gedruckt. Kaffee ist der erklärte Treibstoff der Moderne, die heiße Sehnsucht der Büroangestellten, das flüssige Statussymbol der urbanen Arbeitswelt. Unverzichtbar und lecker. Werbeeindrücke auf dem Kunstkalender sind ab 50 Stück möglich.

PSI 40604 • Ackermann Kunstverlag  
Tel +49 89 4512549273  
b2b@ackermann-kalender.de  
www.ackermann-kalender.de

- ANZEIGE -



## AUSSERGEWÖHNLICH WERBEN PERSÖNLICH SCHENKEN

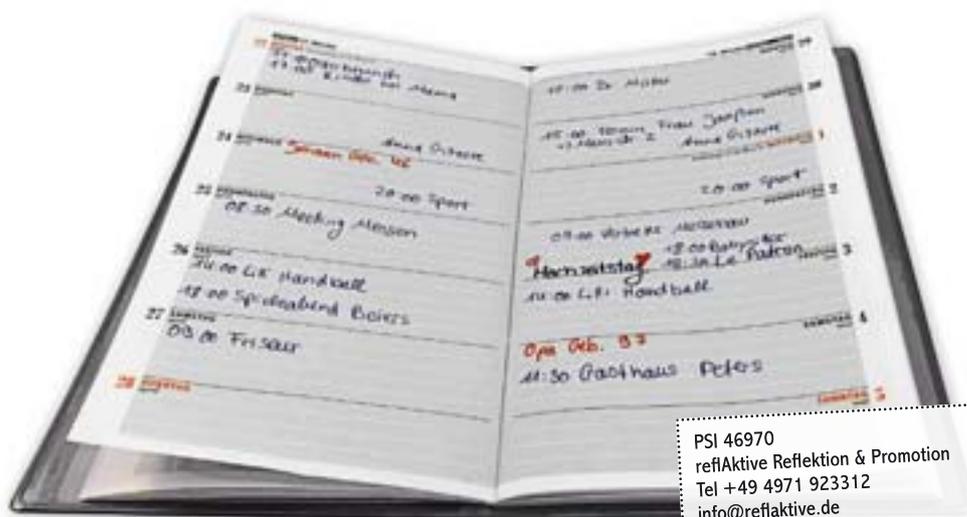
  
BERENDSOHN

Sie sind  **kreativ**, arbeiten gern mit  **Menschen** im Team und lieben den Verkauf im Außendienst, sowie den  **persönlichen Erfolg**?  
 **Dann kommen Sie zur Berendsohn AG!**

Derzeit suchen wir deutschlandweit  **erfahrene Verkaufsberater (m/w/d)** sowie  **Junior-Verkaufsberater (m/w/d)** im Direktvertrieb und bieten: Eine Festanstellung, kurze Fahrtwege durch Einsatz in Wohnortnähe, einen attraktiven Firmenwagen mit Tankkarte, ein modernes iPad, eine intensive Ausbildung und spannende Schulungen.

Die Berendsohn AG mit Hauptsitz in Hamburg ist seit über 180 Jahren erfolgreich im Werbemarkt tätig und das führende Beratungsunternehmen im europäischen Werbeartikelmarkt. Wir bieten neben außergewöhnlichen Werbeartikeln und Geschenken auch persönliche Beratung bei unseren Kunden vor Ort. Unsere 450 Verkaufsberater finden in nur einem Termin individuelle Werbelösungen für unsere rund 100.000 Kunden. Unsere Mitarbeiter (m/w/d) sind das Herz unseres Unternehmens. Ihr Engagement, ihre Erfindungsgabe und ihre Teamfähigkeit prägen die Erfolgsgeschichte von Berendsohn entscheidend.

**Jetzt bewerben unter: [www.berendsohn.de/bewerben](http://www.berendsohn.de/bewerben)**



PSI 46970  
 refAktive Reflektion & Promotion  
 Tel +49 4971 923312  
 info@refaktive.de  
 www.refaktive.de

## Taschenkalender aus Tradition

Traditionell produziert refAktive Taschenkalender in PVC Hüllen. Dabei steht nicht nur die hochwertige Qualität, sondern auch ein besonderer Service im Vordergrund. Ab einer Menge von 100 Stück können die Produkte mehrfarbig bedruckt oder mit einer Heißfolienprägung veredelt werden. Hohe Individualität bieten zudem die verschiedenen Folienfarben. Das Kalendarium lässt sich individuell an die Bedürfnisse und Vorstellungen des Kunden anpassen.



## Gekont in Szene gesetzt

Mit der SAXOPRINT® easy box präsentiert sich eine Verpackungslösung par excellence, die in verschiedenen hochwertigen Materialien und vielfältigen Veredelungsmöglichkeiten mit individuellen Maßen ab einer Auflage von einem Stück erhältlich ist. So entstehen wirkungsvolle Produktszenierungen für Werbeatikel, passend für jeden Anlass. Die Materialien im Einzelnen:

- 350 g/m<sup>2</sup> GC1 Chromokarton weiß – klassisch und stabil
- 350 g/m<sup>2</sup> GC1 Chromokarton natur – natürlich und nachhaltig
- 350 g/m<sup>2</sup> GZ1 Chromosulfatkarton hochweiß – hochwertig und besonders
- 300 g/m<sup>2</sup> Kraftkarton braun – robust und langlebig

Die Veredelungsoptionen verleihen Individualität und heben Text- oder Grafikelemente hervor: partielle Folienveredelung – glänzend in Gold oder Silber, partieller Reliefflack – hochwertige Haptik, Dispersionslack – Schutzlack ab einer Auflage von 100. Nähere Informationen gibt's direkt bei Saxoprint.

PSI 43900 • Saxoprint GmbH  
 Tel +49 351 2044444  
 service@saxoprint.de  
 www.saxoprint.de



PSI 45775 • Europack  
 Tel +43 7245-21591  
 office@europack.at  
 www.europack.at



## Individuelle Verpackungslösungen

Europack, Spezialist für verschiedenste Verpackungslösungen, bietet Tragetaschen, Geschenkverpackungen, Geschenkbänder und Papiere, Flaschenverpackungen, Versandverpackungen, Konditoreiverpackungen und Kleinmengendruck. Was Größe und Druck betrifft, können nahezu alle Produkte nach den Vorstellungen der Kunden individuell gestaltet werden. Kleinmengen sind bedruckt oder per Heißfolienprägung veredelt ab 50 Stück erhältlich. Nahezu alle Produkte aus dem Lagersortiment bedruckt Europack bereits ab geringen Stückzahlen. Die große Auswahl an unterschiedlichen Verpackungen in vielen Größen und Farben kommen eine bis drei Wochen nach Druckfreigabe beim Kunden an.

- ANZEIGE -

## Spielend werben?

Kundenindividuelle  
 Komplettspiele

- Unterschiedliche Formate, Ausführungen und Preisklassen
- Aufmerksamkeitsstark und individuell für Kunden, Mitarbeiter und Partner
- Schon ab 2,79 € brutto bei einer Auflage von 2.000 Stück

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



Abb. Kundenreferenz: Spielebox Bärenmarke 2018





## Erfolg weiter-tragen

Tragebänder sind nur zum Tragen da? Mitnichten! PAPI hat einen Schritt weitergedacht und bietet mit dem Samson Grip eine außergewöhnliche Werbefläche an. Werbefläche, die zum Tragen einlädt. Mit einem ganz einfachen Handling. Bereits ab 32 Rollen lassen sich mit den Tragebändern kundenbezogene Kampagnen realisieren. So werden die Samson Grips zu persönlichen Werbemitteln, ideal für eine aufmerksamkeitsstarke Präsentation am POS.

PSI 44032 • Papi GmbH  
Tel +49 221 983850  
info@papi.info •  
www.papi.info



PSI 44294 • Hermann Flörke GmbH  
Tel +49 6104 73373  
info@floerke.de  
www.floerke.de

## Werbefläche im XXL-Format

Der praktische Zellettenspende von Flörke aus hochwertigem SAN Kunststoff ist standardmäßig mit Anti-Rutsch-Füßen ausgestattet. TheCube besteht aus drei Teilen: ein quadratischer Behälter mit Entnahmeöffnung, ein Deckel mit integriertem Aufbewahrungsfach für Kleinigkeiten sowie eine Abdeckplatte mit Loch zum einfachen Abheben. Die Platte ist nach individuellen Kundenmotiven großflächig bis 4-farbig im Digitaldruck veredelbar. Erhältlich ist der Cube in mehreren Standardkombinationen, auf Wunsch auch in Sonderfarbe.



PSI 41308 • terminic GmbH  
 Tel +49 421 87145-77  
 info@terminic.eu  
 www.terminic.eu

## Täglicher Planungshelfer

Alle terminic Werbekalender werden nach zertifizierten Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards produziert, wobei ausschließlich FSC®-zertifizierte Papiere und Kartonagen aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet werden. Dank innovativer Veredelungstechniken wie Prägefolien- und Lentikulardruck oder außergewöhnlichen Lacken sowie diversen Folienkaschierungen werden die Werbekalender zum haptischen Erlebnis für den Empfänger. Vorteil: Sie hängen 365 Tage im Jahr im Blickfeld des Nutzers. Individuelle Gestaltung und einzigartige Sprachenvielfalt ermöglichen persönliche und zielgruppenspezifische Kundenansprache. Topseller sind die 4-Monatskalender Super 1 Quadro und Super 2 Quadro, letzterer in Displayqualität mit hochglanzkaschiertem Titelbild und viel Platz für Planung und Werbung und erhältlich in über 35 Sprachen. Die Wahl zwischen zwei Titelbildhöhen ermöglicht außerdem eine noch größere Werbefläche beim Super 2 Quadro. Der praktische Aufstellkalender Tischplaner Quadro mit rotem verschiebbarem Tagesfenster ergänzt das vielfältige Portfolio um einen weiteren Werbekalender: Mit seiner weiträumigen 4-Monatsansicht ist er der perfekte Alltagshelfer für den Schreibtisch im Büro und Zuhause. Auf dem Kalenderkopf, der Werbeleiste und ganzseitig auf der Rückseite bietet der Tischplaner Quadro großzügige Werbeflächen.

USB plug ID 006661







Steckdose bleibt weiter benutzbar!

3x USB und 1x Type C Anschluss

Mit Kindersicherung

Output 4.4 A

Sonderfarbe ab 3000 St. möglich





Cable organizer





Mittlerer Weg 34  
79424 Auggen

info@octogone.de

www.octogone.de  
www.promo24.de

+49 (0)7631-80589-0

# POWER YOUR BUSINESS WITH UV DIRECT PRINTING













Discover the colourful, touchable, customisable world of UV direct printing at Roland DG.



WWW.ROLANDDG.EU



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

## Nie wieder verzetteln

Das Notizringbuch Magny von Inspirion ist ein idealer Begleiter auf Messen, Konferenzen und im Büro. Der linierte Schreibblock mit Ringlochung bietet genug Platz für Notizen. Im Inneren befinden sich Klebenotizzettel in verschiedenen Farben und Größen. Die selbstklebenden Memozettel erleichtern die Suche nach der richtigen Seite. Und damit alles beieinander bleibt, lässt sich das Notizbuch mit einem Magneten verschließen. Das Notizringbuch ist bei Inspirion in fünf Farbvarianten erhältlich.

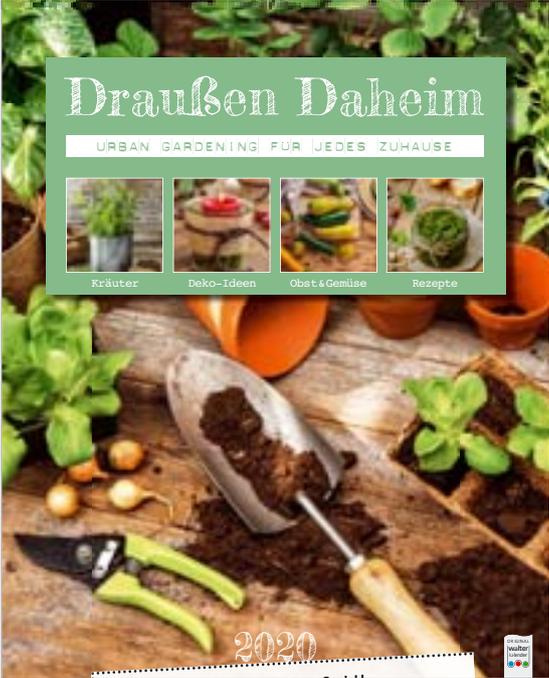


PSI 49668 • SPINDLER GmbH  
 Tel +49 7172 937890  
 mail@spindler-gmbh.de  
 www.werbemappen4u.de

## Umweltfreundlich verpackt

Premium-Verpackungen und Präsentationsverpackungen sind auch umweltfreundlich herstellbar, weiß man bei Spindler. Ein gutes Beispiel dafür ist die Verpackung von Cremer Care. Sie kommt ohne jeglichen Kunststoff aus. Die macro-art Feinpappe ist zu 100 Prozent aus Recyclingmaterial hergestellt, jedoch so hochwertig aufbereitet, dass man ihr das nicht ansieht. Die klassischen Farben und die filigrane Strukturprägung machen diese Produkte zeitlos schön. Produziert wird ausschließlich in Baden-Württemberg mit Strom aus Wasserkraft.

**Ihre Werbung**



2020

PSI 40753 • Walter Medien GmbH  
Tel +49 7135 104100  
kalender@walter.de  
www.walter.de

## Säen und ernten

Kundenbeziehungen wachsen und gedeihen mit dem neuen Kalender „Draußen daheim“ von Walter Medien. Selber anpflanzen und ernten ist heute aktueller Trend, den der Kalender aufgreift: Mit Infos und Tipps zu Kräutern, Obst und Gemüse wird erfolgreich gegärtnert, und Rezepte laden zum Genießen der eigenen Ernte ein. Die Deko- und Do it yourself-Tipps sorgen für Gemütlichkeit. Die moderne, frische Gestaltung mit Notizkalendarium rundet den Kalender ab. Egal, ob in der Stadt oder auf dem Land, ob Garten, Balkon oder Fensterbank: Mit „Draußen daheim“ ist für eine erfolgreiche Kundenbeziehung gesorgt.

# SPRINT

DECORATING APPAREL AND PROMOTIONAL PRODUCTS

**Make a great impression!  
Why not choose to print in Romania?**

*Because we have the quality, know-how & competitive prices to provide for your business*

*Because we take care of your transport, relabeling, packaging, hangtags & stickers*

*Because we have an efficient DTP department & friendly customer service*

*Because we print according to Oeko-Tex standards*



**SILKSCREEN UP TO 14 COLORS**



**EMBROIDERY (CORDING & 3D)**



*And these are just a few of the reasons why you should choose us!*



**one  
stopshop**



[www.sprint-romania.com](http://www.sprint-romania.com)

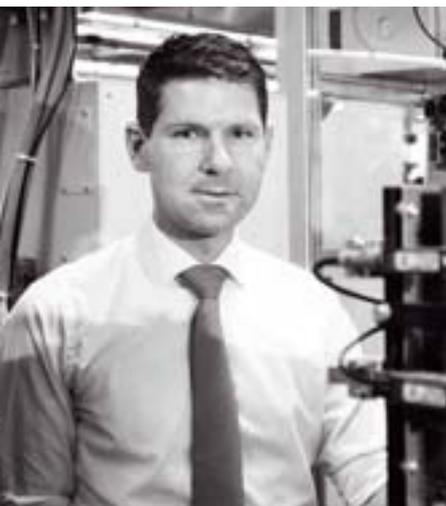
[customer.service@sprint-romania.com](mailto:customer.service@sprint-romania.com)

+40 371 384 482

Am 18. Dezember 2018 wurde die Senator-Gruppe vom bisherigen Eigentümer Perusa Partners an den Geschäftsführer Daniel Jeschonowski veräußert. Jeschonowski hat gemeinsam mit den Führungsteams in Groß-Bieberau und den ausländischen Tochtergesellschaften das Kerngeschäft zurück auf den Wachstumspfad geführt und Senator erfolgreich saniert.

## Neue Eigentumsverhältnisse bei Senator

# Senator ist wieder Familienunternehmen



Senator-Geschäftsführer Daniel Jeschonowski.



Bei Senator liegt die gesamte Wertschöpfung im eigenen Hause. Dies soll auch künftig so bleiben.

**S**enator blickt auf eine fast einhundertjährige Geschichte zurück. Heute zählt es zu den weltweit führenden Herstellern von Schreibgeräten sowie Bechern und Taschen für Werbezwecke. Senator stellt alle Kunststoffkugelschreiber in eigener Produktion in Deutschland her und vertreibt seine Artikel ausschließlich über den qualifizierten Werbemittelhandel. Das Unternehmen beschäftigt derzeit knapp 300 Mitarbeiter an insgesamt fünf Standorten weltweit und erzielte im Geschäftsjahr 2017 einen Umsatz von knapp 40 Millionen Euro.

### Wachstum durch strategische Neuausrichtung

Perusa Partners hatte die Senator-Gruppe im Juni 2016 von der Merz Pharma GmbH & Co. KGaA erworben. Seither wurde das Unternehmen erfolgreich restrukturiert und marktseitig neu ausgerichtet. Der Kunde wurde wieder in den Mit-

telpunkt gerückt und Qualität und Zuverlässigkeit als wichtigste Prinzipien definiert und umgesetzt. Das Stammwerk in Groß-Bieberau wurde umfassend modernisiert und im Zuge dessen bis heute knapp drei Millionen Euro in Anlagen und Prozessoptimierung investiert. Auch die beiden Werke in Harlow (Großbritannien) und Cestas (Frankreich) wurden zukunftsfähig aufgestellt und garantieren extrem schnelle Lieferzeiten in ihren jeweiligen Ländern. „Ich bin davon überzeugt, dass die Gruppe als unternehmergeführte Firma die Erfolgsgeschichte fortschreiben und ausbauen wird. Ich habe unglaublichen Respekt vor der Leistung der gesamten Senator-Mannschaft und dem großen Einsatz, den wir täglich für unsere Kunden zeigen“, so Daniel Jeschonowski.

### Fokus auf Kontinuität und Zuverlässigkeit

Die Senator-Gruppe zählt inzwischen wieder zu den Top-Spielern im Markt. Kernelement ist die konsequente Aus-

richtung auf den Produktionsstandort Deutschland, der höchste Qualität und große Schnelligkeit bei Aufträgen jeder Größenordnung ermöglicht. Michael Monitzer, Leiter Produktion, freut sich: „Der Übergang in eine eigentümergeführte Struktur gibt den Kunden wie auch der Belegschaft langfristig Sicherheit. Damit garantieren wir unter anderem, dass Wiederholungsaufträge, die bei Schreibgeräten traditionell eine große Rolle spielen, auf lange Sicht identisch abgewickelt werden können.“ Doch Kontinuität bezieht sich bei Senator nicht nur auf die Produkte, sondern auch auf Prozesse und die Produktion: Als größter deutscher Hersteller von Kunststoffschreibgeräten für Werbezwecke will das Unternehmen auch in Zukunft sicherstellen, dass die gesamte Wertschöpfung im Hause liegt – von Entwicklung, Konstruktion, Werkzeugbau und Kunststoffspritzerei über Montage und Druckerei bis hin zur Logistik.

### Biokunststoffe als Wachstumsfeld der Zukunft

„Marktseitig streben wir 2019 eine noch engere Zusammenarbeit mit unseren Händlern an. Hierzu gehören die regelmäßige Aussendung von Echtmustern sowie eine noch engere Betreuung unserer Platin- und Goldkunden“, erläutert Erik Würkner, Leiter Produktmanagement. „Gleichzeitig steht Senator mehr denn je für Neuheiten und hochwertige Innovationen. So haben wir auf der PSI-Messe mehrere neue Produkte vorgestellt, darunter den mit dem PSI Sustainability Award ausgezeichneten Skeye Bio aus nachwachsenden Rohstoffen.“ Die Stärke von Senator liegt dabei in der Herstellerkompetenz, die es ermöglicht, auch größte Aufträge innerhalb kürzester Zeit zu produzieren. Eine Liefertermintreue von 98 Prozent in der Hochsaison steht stellvertretend für den eigenen Anspruch, die Bedürfnisse des Kunden bis ins Detail zu erfüllen. Ab 2020 werde es im Kunststoffbereich nur noch Neueinführungen geben, die mindestens eine Modell-Linie aus nachwachsenden, kompostierbaren Materialien beinhaltet.

### Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung wichtig

Senator hat traditionell eine außergewöhnlich niedrige Fluktuation, nicht zuletzt durch das klare Bekenntnis zum Standort Groß-Bieberau. Dies kommt auch den Kunden zugute, denn Kompetenz und Know-how werden so langfristig im Unternehmen gehalten. „Personell bedeutet der Wechsel der Eigentümerschaft keinerlei Änderungen. Alle Ansprechpartner stehen den Kunden wie bisher unverändert zur Verfügung“, so Michael Jungnitsch, Leiter Personal, und ergänzt: „Auf Mitarbeiterbindung legen wir allergrößten Wert. Daher setzen wir auch in Zukunft ausschließlich auf unbefristete Arbeitsverhältnisse.“ Im Zuge der Restrukturierung ist Senator seinem Ziel, der bevorzugte Anbieter für Kugelschreiber sowie Becher und Tassen zu werden, in vielerlei Hinsicht nähergekommen.



### Finanziell solide Basis

Daniel Jeschonowski haftet in Zukunft persönlich. Dies spiegelt das Vertrauen des Unternehmers in den Werbeartikelhandel wider, der als zuverlässiger Partner die Senator-Produkte engagiert und erfolgreich vermarktet. Börries Harms, Leiter Finanzen und Controlling, erläutert: „Der Kauf wurde maßgeblich durch Mitwirkung des ehemaligen Eigentümers, der Merz Pharma GmbH & Co. KGaA, ermöglicht. Insbesondere die Eigentümerfamilie ist der Senator-Gruppe durch Michael Nick nach wie vor eng verbunden. Die finanzierende Bank ist die Vereinigte Volksbank Raiffeisenbank eG (Volksbank Odenwald). Auch hier ist uns der regionale Bezug wichtig und für den langfristigen Erfolg entscheidend. Ohne einen starken Partner vor Ort wären wir heute nicht da, wo wir jetzt stehen.“ Dabei weist Senator eine sehr gute Unternehmensbilanz auf: Ein hochmoderner Maschinenpark, aber auch die Immobilien in Deutschland, Frankreich und Großbritannien bilden langfristig das Fundament für eine erfolgreiche Arbeit.

### Über die Senator-Gruppe

Die Senator GmbH in Groß-Bieberau ist als Obergesellschaft gleichzeitig die größte operative Einzelgesellschaft der Senator-Gruppe. Das Unternehmen wurde 1920 in Hessen gegründet. Im Geschäftsjahr 2017 wurde ein Umsatz von knapp 40 Millionen Euro erzielt. Zum Sortiment gehören hochwertige Schreibgeräte und Trinkgefäße. Produktion und Veredelung konzentrieren sich am Hauptsitz in Groß-Bieberau. Durch Tochtergesellschaften in England, Frankreich, Benelux und Indien, eine Repräsentanz in Russland sowie exklusive Partnerschaften sind die Produkte der Marke SENATOR in etwa 100 Ländern vertreten. <

**Senator überzeugt durch eine breite Produktpalette aus eigener Fertigung. Das Unternehmen ist Träger bedeutender Designpreise sowie des PSI Sustainability Awards.**

Das polnische Unternehmen BOTT wurde Anfang April 2001 von Jan Bott gegründet. Bis heute entwickelte sich der Betrieb zum Spezialisten bei der Individualisierung von Messbechern, Armbändern und Sicherungsplomben und hat sich damit in der landwirtschaftlichen, chemischen sowie der Veranstaltungsbranche einen internationalen Ruf erarbeitet.

## Druckspezialist auf der PSI 2019

# Kompetenz in Kunststoffdruck



Teambild mit  
Geschäftsführer  
(Jan Bott, ganz  
rechts)

**B**OTT fertigt abriebfeste und gegen chemische Mittel beständige Aufdrucke in hoher Qualität, darunter präzise Skalen auf Messgefäßen gemäß den individuellen Kundenbedürfnissen. Weiter im Programm sind Barcode-Aufdrucke sowie Individualisierungen in vielen Farben und Drucktechniken. Der Geschäftsführer des Unternehmens, Jan Bott, hat Elektronik an der Technischen Hochschule in Wroclaw mit dem Abschluss Ingenieur studiert. Analytischer Verstand, Faszination für Technik, das Streben nach einem besseren Verständnis der umgebenden Welt sowie die 10-jährige Erfahrung, die er während der Arbeit im Staatsunternehmen FAEL, im Konzern Sumitomo und im Privatunternehmen Astromal gesammelt

hatte, inspirierten ihn schließlich zur Gründung einer eigenen Firma. Aus der Taufe wurde BOTT dann am 1. April 2001 gehoben.

### Spezialisierung auf Messbecher

Zunächst wurden Zubehörteile für die Landwirtschaft und Düsen für landwirtschaftliche Sprühmaschinen einer französischen Marke für den polnischen Markt vertrieben. Gleichzeitig entwickelte man auch Drucktechniken auf unterschiedlichen Produkten. „Spezielle Kundenbedürfnisse und die ständige Suche nach praktischen Werbeprodukten für den landwirtschaftlichen Zweig waren die Hauptgründe, um mit der Produktion von Messbechern mit ei-

genen Logos zu beginnen. Das war eine gute Idee. Sogar unsere Mitbewerber aus dem landwirtschaftlichen Bereich begannen, bei uns die Messbecher mit ihren Logos zu bestellen. So hat es angefangen“, erzählt Jan Bott.

### Vier Produktbereiche

Aufgrund der zahlreichen Anfragen von Landwirten wurde 2006 der erste Kalibrierbecher produziert, der zur Dosierung der Flüssigkeit von der in der Feldspritze angebrachten Düse dient. Außerdem eröffnete BOTT die neue Abteilung „Messbecher“ mit praktischen Werbeprodukten speziell für Landwirtschaft, Bauwesen und Gastronomie. Gleichzeitig begann man mit der Produktion von individualisierbaren Armbändern und Sicherheitsplomben. Letztlich wurden vier Produktabteilungen geschaffen: Agro, Messbecher, Armbänder und Plomben.

### Kontinuierliche Verbesserung

Bei BOTT agiert man nach der japanischen Arbeitsphilosophie „Kaizen“. Im Zentrum steht das Streben nach kontinuierlicher Verbesserung. Diese besteht in der ständigen Optimierung des Managementsystems sowie des Produktionsprozesses. Mitarbeiter werden für gute Ideen belohnt. Zudem orientiert sich Jan Bott mit seinem Unternehmen am Diktum Richard Bransons, dem Geschäftsführer von Virgin: „Wir verbringen über 40 Stunden pro Woche in der Firma. Als der Geschäftsführer bin ich zum Schluss gekommen, dass man sich um die Mitarbeiter kümmern muss. Denn nur glückliche Angestellte können für Kundenzufriedenheit sorgen.“

### Erweiterung des Portfolios

2010 nahm Bott einen Niederschlagsmesser, den „Summator“ mit ins Sortiment. Die Idee des Summators wurde patentiert. Dieses zu 100 Prozent in Polen hergestellte, attraktiv verpackte Produkt wurde sowohl in Polen als auch im Ausland sehr populär – und ist es bis heute vor allem bei Unternehmen der Landwirtschaft bzw. die Landwirtschaft beliefernden Firmen wie Versicherern oder Leasingbetrieben. Nach diesem Erfolg wurde das Portfolio um weitere Produkte erweitert: den Messbecher SMART 2000ml, die Messschaufel Mega+, die Bürste NOZZLE+ zur Reinigung von Feldspritzen sowie den Messbecher Gustav 5000ml. Die meisten dieser Artikel sind patentiert und basieren auf Ideen von Jan Bott selbst. „Das Unternehmen besitzt zwölf Patente und gewerbliche Muster, die durch das Europäische Recht geschützt sind. Sie sind das Ergebnis der Zusammenarbeit mit den Kunden, die uns dazu inspiriert haben, die neuen Produkte zu schaffen. Und auf diese Weise entwickeln wir uns auch ständig weiter“, so der Gründer und Geschäftsführer.



Ein Verkaufshit: der Niederschlagsmesser mit Summator.

### Präzision und Schnelligkeit

Momentan umfasst das Messbecher-Portfolio ein breites Spektrum: von kleinen Messlöffeln (1 ml) bis zu Eimern (20 l) – darunter auch die praktischen Werbeprodukte für die Landwirtschaft. Alle Messbecher sind auf Lebensmittelechtheit attestiert und amtlich auf Genauigkeit geeicht. Doch nicht nur in Messbechern bietet BOTT Erstklassiges. Auch in der Produktion von Event-Armbändern ist das Unternehmen seit vielen Jahren führend auf dem polnischen Markt – orientiert sich auch hier zunehmend nach Europa. Die Armbänder enthalten alle gewünschten Features in präziser Ausführung, seien es Strichcode, QR-Code und Aufdrucke in den gewünschten Pantone Farben. Hier punktet BOTT auch mit Schnelligkeit: Produktion und Lieferung innerhalb 24 Stunden – Sicherheit und hohe Qualität inklusive.



Der erste Kalibrierbecher, Grundstein für den Erfolg des Unternehmens BOTT.

### Chips und Plomben

Jüngstes Angebot des Unternehmens: die Produktion von Chips oder Jetons, mit oder ohne werblichen Aufdruck. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig: Einkaufswagen, unterschiedliche Veranstaltungen wie Konzerte, Firmenpicknicks, in Freizeitparks oder Schwimmbädern, in Discos, Casinos, Restaurants und auf Festivals als Wertmarken. BOTT bezeichnet sich auch als „führender Hersteller von Seilplomben aus Kunststoff in Polen“. Die Plomben enthalten auf Wunsch individuelle Aufdrucke wie Nummerierung, Logos und Strichcode. Auch hier ermöglicht die eigene Produktion eine schnelle Reaktion auf Kundenbedürfnisse.



Jan Bott, die Katze Gustav und der Messbecher Gustav 5000 ml. Die Firmenkatze war Namensgeber für diesen erfolgreichen Messbecher.



Blick in die Produktion: hier die Bedruckung von Eimern.



BOTT ist auch spezialisiert auf die Bedruckung von Armbändern, Buttons und Chips.

## Dauerhafte und ästhetische Aufdrucke

Besonders stolz ist man bei BOTT auf die präzise Bedruckung von großen runden Oberflächen, wie zum Beispiel auf Eimern. „Die Eimer dienen als tolle Werbemittel, die man in vielen Branchen benutzen kann. Die dauerhaften und ästhetischen Aufdrucke ersetzen die Aufkleber, die sich einfach abreißen lassen. Außerdem bedrucken wir auf Wunsch auch Produkte, die uns Kunden zur Verfügung stellen, etwa Werkzeuge, Gummistiefel, Feuerzeuge, Kliniken und vieles andere“, erläutert Bott.

## Intensive Beratung

Dank seiner langjährigen Erfahrung kann das Unternehmen auf das Vertrauen vieler Kunden zählen. „Zu unseren Hauptkunden zählen Werbemittelagenturen, und mit diesen arbeiten wir sehr gerne zusammen. BOTT unterstützt und berät bei der Lieferung von Musterprodukten, Katalogen, Broschüren oder via Internetseiten, wo man Hinweise und unterschiedliche Beispiele findet, wie und in welchen Branchen man die Produkte anbieten kann“, so Bott weiter. „Wir hören unseren Kunden sehr gerne zu, denn ihre Meinung ist uns wichtig. Das BOTT-Unternehmensteam ist immer offen für neue Ideen und Herausforderungen.“ Seit 2016 ist BOTT denn auch Mitglied des PSI Netzwerks und präsentierte sich 2017 erstmals auf der PSI Messe mit eigenem Stand. Auch in diesem Jahr war man erneut vertreten.

## Was die Zukunft bringt

Getreu dem Unternehmensmotto entwickelt sich BOTT stetig weiter, führt Jahr für Jahr ein neues Produkt ein, ist offen für Innovationen und verbessert seine Drucktechniken. Jan Bott: „Wir haben keine Angst vor neuen Herausforderungen. Dank eines dynamischen Wachstums auf dem polnischen und europäischen Markt haben wir unser Team auf bislang 30 Köpfe erweitert. Außerdem nimmt der Maschinenpark mittlerweile so viel Raum ein, dass wir beschlossen haben, 2019 mit der Errichtung eines neuen Firmengebäudes auf einer Fläche von 3000 Quadratmetern zu beginnen. Ein großes Lager wird die Lieferzeiten künftig weiter beschleunigen.“

<

**viscom**  
europe's trade fair  
for visual communication

7 – 9 January 2020  
Messe Düsseldorf

Live-Erlebnis für  
**Werbetechniker**  
und **Digitaldrucker**

[www.viscom-messe.com](http://www.viscom-messe.com)

**SAVE THE DATE**

Live experience for signmakers and digital printers

Organised by  
 Reed Exhibitions

THE WORLD  
OF ADVERTISING  
AND SELLING

 **PSI**

 **PromoTex  
Expo**

**viscom** 

PF Concept startet mit einer Reihe neuer Produkte ins noch junge Jahr 2019: In den Kern-Kategorien von Bekleidung über Schreibwaren bis hin zu Drinkware finden sich spannende Highlights für jedes Budget. Denn eines zeichnet PF Concept aus: in den wichtigsten Kategorien jeweils vom Einstiegs- bis zum Highend-Produkt bestens aufgestellt zu sein.

## Highlights für 2019

# Inspirierende Auswahl



Die neue Kollektion Luxe umfasst mit Empire, City und Tactical drei verschiedene Ranges von schlicht und fein bis verschnörkelt und opulent.

**S**ichtbar ist dieser USP in dem 2018 eingeführten PF Workbook, das sich bewährt hat und 2019 weitergeführt wird. Brandneu ist der Enjoy Guide, der aus den drei bekannten Endverbraucherkatalogen hervorgegangen ist. Anstelle von drei separaten Katalogen bietet der Multispezialist in diesem Jahr alles in einem. Fünfhundert Seiten gefüllt mit einer inspirierenden Auswahl aller PF Concept Kollektionen und Kategorien, darunter genauso Bestseller wie gänzlich neue Produkte. So bietet die breite Produktpalette von PF Concept Optionen für jeden Bedarf und individuellen Geschmack in allen Preiskategorien. Der Katalog ist im PF Portal und damit auch für den digitalen Versand verfügbar.

Bigelow sieht aus wie ein Hemd, trägt sich aber aufgrund seines Materials wie ein Poloshirt.



Das Kurzarm-Poloshirt Atkinson.



## Elegantes Design

Ein Neuzugang ist Luxe, PF Concepts neue Eigenmarke der Kategorie Schreibwaren und persönliche Accessoires. Luxe steht für preiswerte Produkte in elegantem Design. Aus langlebigen Materialien und mit viel Liebe zum Detail hergestellt, werden sie dem Bedürfnis des Kunden nach ansprechenden und zuverlässigen Artikeln mehr als gerecht. Die neue Kollektion umfasst mit Empire, City und Tactical drei verschiedene Ranges von schlicht und fein bis verschnörkelt und opulent. Siebdruck, Prägung, Lasergravur oder Tampondruck – je nach Produkt stehen verschiedene Dekorationstechniken zur Verfügung.

## Stylisch und trendig

Außerdem erhält die Kategorie Bekleidung ein Upgrade mit einer Reihe von stylischen und trendigen Neuheiten. Mit dem neuen Bigelow Button-Down-Langarmhemd erfüllt PF Concept einen der aktuell größten Trends in der Herrenbekleidung: Corporate meets Comfort. Bigelow sieht aus wie ein Hemd, trägt sich aber aufgrund seines Materials wie ein Poloshirt – der Stoff besteht aus 95 Prozent Baumwolle. Das entsprechende Kurzarm-Poloshirt, Atkinson, ist aus dem gleichen Material gefertigt. Beide sind in den Farben Weiß, Hellblau, Navy, Sturmgrau und Schwarz erhältlich; Atkinson zudem in Rot.

## Zahlreichen Dekorationsmöglichkeiten

Auch im Wachstums-Bereich Keramik-Drinkware ist PF Concept ein starker Partner. Der Multispezialist überzeugt mit zahlreichen Dekorationsmöglichkeiten und exklusiven Styles. Innovative Produkte geben der Kategorie in jeder Saison einen neuen Look. So auch die weiße Keramiktasse Glimpse von Avenue mit einem Fassungsvermögen von 470 ml. Durch das einzigartige, durchsichtige Morsecode-Design ist Glimpse ein ganz besonderer Eyecatcher. Auch Kaffa birgt ein Geheimnis: Der thermochrome Keramikbecker von bullet hat eine spezielle wärmeempfindliche, schwarze Beschichtung. Sobald die Tasse mit einem Heißgetränk befüllt ist, wird die Veredelung sichtbar. Hierfür ist Sublimation die zu verwendende Technik.

## Trend Wireless Charging

Ein weiterer Trend für 2019 ist Wireless Charging. PF Concept setzt auf ein breites Sortiment und multifunktionale Produkte. Die drahtlose Ladestation Superior von Avenue lädt mobile Geräte 40 Prozent schneller als Standard-Ladegeräte und bietet eine große Fläche für Veredelungen. Bluetooth® Lautsprecher und Powerbank Jill von Avenue kombiniert mit Bluetooth® und Wireless Charging zwei Technik-Trends in einem. Es verfügt über ein eingebautes Mikrofon sowie eine Musiksteuerung für den Lautspre-

cher. Das kabellose Ladepad auf der Oberseite sorgt gleichzeitig für einen vollen Akku des mobilen Geräts.

## Neues FairTrade-Angebot

Auch das Thema Nachhaltigkeit hat PF Concept 2019 im Fokus und führt ab Januar ein FairTrade-Angebot im Rahmen einer neuen Partnerschaft mit dem renommierten Unternehmen FairForward ein. FairForward ist eine von der World Fair Trade Organization (WFTO) anerkannte Organisation, die sich der Entwicklung von Kleinproduzenten im Handel verschrieben hat und zusammen mit ihren Handelspartnern in Asien und Südamerika zum Kampf gegen Armut beiträgt. Ab Januar werden zunächst 15 ausgewählte FairForward-Produkte bei PF Concept erhältlich sein, darunter die große Shopper-Tasche aus Baumwoll-Canvas aus Indien, das 4-teilige Keramiktassen-Set Fair Cup aus Thailand oder das 3-teilige Set Pila aus Bolivien bestehend aus zwei Gläsern und einer Karaffe aus recyceltem Glas.

**Brandneu ist der Enjoy Guide, der aus den drei bekanntesten Endverbraucher-katalogen hervorgegangen ist.**



**Auch im Bereich Keramik-Drinkware ist PF Concept ein starker Partner.**

**Bluetooth® Lautsprecher und Powerbank Jill von Avenue kombiniert mit Bluetooth® und Wireless Charging zwei Technik-Trends in einem.**



Der zweite Auftritt als Aussteller auf der PSI war für Vonmählen erneut ein voller Erfolg. Das Lüneburger Unternehmen präsentierte neben Top-Sellern wie allroundo® und Backbone auch neue Highlights für 2019. Fürs neue Jahr hat das weiter wachsende Tech Start-Up aus Lüneburg klare Ziele im Blick.

## Lüneburger Tech Start-Up mit klaren Zielen

# Drei Flaggschiffe für 2019

**N**ach der zweiten erfolgreichen Präsentation seines Unternehmens Vonmählen hat sich Gründer und CEO Julian Thormählen für dieses Jahr ein klares Ziel gesetzt: „Wir wollen gemeinsam mit dem professionellen Werbeartikelhandel weiter wachsen, noch enger zusammenarbeiten und richtig durchstarten.“ Auch um dieses Ziel zu erreichen, startet Vonmählen mit drei neuen Flaggschiffen ins neue Jahr.

### High Five® – The 5in1 Charging Cable

Nach dem erfolgreichen Verkauf des 2in1-Ladekabels für den Schlüsselbund hat Vonmählen das Produkt nun konsequent weiterentwickelt und noch mehr Funktionen auf engstem Raum kombiniert. High Five ist das weltweit erste 5in1-Ladekabel für den Schlüsselbund und bereits vor

CEO Julian Thormählen: »Wir wollen gemeinsam mit dem professionellen Werbeartikelhandel weiter wachsen, noch enger zusammenarbeiten und richtig durchstarten.«



dem offiziellen Produktlaunch mit einem renommierten Award ausgezeichnet worden. Das kompakte Produkt ermöglicht das Laden aller mobilen Endgeräte und ist – am Schlüsselbund befestigt – jederzeit schnell einsatzbereit.

### Umfassendes Händlerportal

Für das Jahr 2019 forciert Vonmählen das Motto „gemeinsam weiter wachsen“ und hat sich auf die Fahnen geschrieben, seinen Partnern im Werbemittelbereich noch mehr digitalen Service zu bieten. Dazu wird Vonmählen Ende März ein umfassendes Händlerportal launchen, über das Werbemittelhändler überall Zugriff auf die folgenden Funktionen haben:

- Live-Konfiguration der Vonmählen Produkte
- Budget – gezielte Anfrage-Kalkulationen
- Zugriff auf aktuelle Verkaufsunterlagen, Informationen und Newsletter

„Wir geben unseren Partnern damit den bestmöglichen Support für die Termine bei ihren Kunden“, ist Julian Thormählen überzeugt.

### Werbemittel on demand

Vonmählen hebt die Werbemittel auf das nächste Level: Ab sofort gibt es die Möglichkeit, die Tech-Accessoires individuell mit Namen zu personalisieren. Damit bietet Vonmählen noch gezieltere und persönlichere Werbemittel an, die sich perfekt als Geschenk für treue Kunden, Partner oder langjährige Mitarbeiter eignen. <



A BIT OF  
**DOLCE VITA**  
EVEN IF  
YOU'RE NOT  
ON HOLIDAY.



Configure your pen at  
[pigra.com](http://pigra.com)

**PIGRA**

Made by Italians

Das Thema Kunststoff ist derzeit in aller Munde. Berichte und Dokumentationen über den ausufernden, die Erde und vor allem die Meere überschwemmenden Plastikmüll bestimmen hier gegenwärtig das Bild. Doch auch vor dem Hintergrund dieser negativen Tatsachen gilt es, diesen universellen Werkstoff sachlich und differenziert zu betrachten.

## Ein Plädoyer für den Kunststoff

# „Das Material der Zukunft“



Koziol beweist mit seinen Erzeugnissen seit mehr als 90 Jahren, wie Kunststoff sich sinnvoll, nützlich und nachhaltig einsetzen lässt – zudem noch ästhetisch und unverwechselbar in der Anmutung.



**K**unststoff ist nicht gleich Kunststoff und sollte mit dem die Welt überschwemmenden und damit unsere Umwelt weiter belastenden Plastikmüll und den Diskussionen darüber nicht in einen Topf geworfen werden. Hier gilt es zu differenzieren und die positiven Eigenschaften dieses Werkstoffs und seiner unbegrenzten Möglichkeiten näher zu betrachten. Das meint auch Uwe Thielsch. Als langjähriger Director Sales des renommierten Kunststoffproduzenten koziol kennt er sich in der Materie aus. Wir haben ihn als Mann vom Fach um seine Sicht zum Thema befragt.



**Herr Thielsch, zunächst einmal etwas provokant gefragt: Kann man Kunststoff heutzutage denn noch guten Gewissens kaufen?**

Ein weiser Grieche, Epiktet, hat vor fast zwei Jahrtausenden bereits erkannt: ‚Nicht Tatsachen, sondern Meinungen über Tatsachen bestimmen das Zusammenleben.‘ Dies als bedenkenswertes Diktum vorweg. Doch um auf Ihre Frage zurückzukommen: Ja, man kann. Und man muss es sogar, wenn man verantwortungsvoll ist und das Leben liebt.

**Erläutern Sie das bitte etwas näher.**

Kunststoff ist das Material der Moderne. Es hat unser Leben einfacher, demokratischer und hygienischer gemacht. Ohne Kunststoff gäbe es kein Auto, kein Flugzeug, kein Handy, keinen Computer, keine moderne Medizin, keine Prothese, keinen Herzschrittmacher, keine Schutzkleidung, keine Intensivstation, keine Wissenschaft – kurzum: Kunststoff ist das Material des 21. Jahrhunderts, denn ohne es wären moderne technische Lösungen gar nicht mehr denkbar. Kunststoffe sind aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken. Besonders in unserem Arbeitsalltag, bei Notebook und Smartphone, im Auto und im Büro, in der Mode und in der Medizin, in der Architektur und ja, sogar in der Kunst – überall sind wir umgeben von vielfältigsten Kunststoffen, jedoch bemerken wir es meist nicht einmal.

**Trotzdem noch einmal nachgehakt: Im Umfeld von Umweltverschmutzung und -zerstörung und damit zusammenhängender Ereignisse wie der Erderwärmung sollten wir zukünftig doch vernünftigerweise ökologisch bewusst agieren und verstärkt auf nachhaltige Fertigungsmaterialien setzen?**

Weltweit gibt es kein Material, das von vornherein nur gut oder schlecht oder nur nachhaltig ist. Auch Naturmaterialien – Stichworte: Monokultur, Pestizide, Wasserverbrauch – sind nicht generell die bessere Wahl. Zudem benötigen Materialien wie Porzellan, Glas und Metall oft bis zu 80 Prozent mehr Energie bei der Herstellung. Das Zauberwort heißt Verantwortung: Bei jeder Produktentwicklung gilt es vielmehr, das für den Einsatzzweck jeweilig nachhaltigste Material auszuwählen und dieses ökonomisch einzusetzen.

**Und welche Rolle spielt dabei ein Werkstoff wie der Kunststoff?**

Ich finde, es ist an der Zeit, umzudenken und Werkstoffen mehr Wertschätzung und vor allem eine differenziertere Betrachtung entgegen zu bringen. Denn auch Kunststoff ist nicht gleich Kunststoff. Koziol hat sich schon vor Jahrzehnten darauf spezialisiert, nur Produkte herzustellen, für die das Merkmal „Besteignung Kunststoff“\* gilt und bei denen der Werkstoff Kunststoff für sich selbst steht. Es sind niemals Imitate oder irgendwelche preisgünstigen Varianten, sondern Designobjekte, für die der Kunststoff das



**Unser Gesprächspartner Uwe Thielsch hält ein Plädoyer für hochwertigen Kunststoff.**

bestmögliche Material liefert. Diese Produkte sind echt, sie gaukeln nichts vor, sie gehen ehrlich mit dem Konsumenten um mit der offensichtlichen Botschaft: ‚Sieh‘ her, ich bin aus hochwertigem Kunststoff, ich wurde in Deutschland produziert und ich stehe dir im Alltag zuverlässig zur Seite. Mein Markenzeichen steht für meisterhafte Funktionalität, verführerische Haptik und preisgekröntes Design.‘

**Welche Eigenschaften hat dieser spezielle Werkstoff und: wie sieht es mit der Nachhaltigkeit hier aus?**

Die Spielarten sind vielfältig. Kunststoff kann alle Eigenschaften haben: er kann dünn oder dick sein, zart oder robust, transparent oder opak, spröde oder biegsam, fest oder weich. Kaum ein anderes Material lässt so viele Facetten zu und lässt sich so ressourcenschonend verarbeiten. Im Gegensatz zu vielen anderen Materialien sind thermoplastische Kunststoffe voll recycelbar. Auch wenn Porzellan, Holz und Glas aus nachwachsenden bzw. natürlichen Ressourcen stammen, so sind die fertigen Produkte wenig bis gar nicht recyclingfähig. Kunststoff ist das Material der Zukunft.

**Wie setzt ein Unternehmen wie koziol die beschriebenen Vorteile von Kunststoff in die Tat um?**

Koziol beweist stets aufs Neue, wie vielfältig sich dieses Material verarbeiten lässt und das bereits seit mehr als 90 Jahren. Produziert wird auch heute noch ausschließlich am Firmenstandort in Erbach mit modernsten Hightech-Anlagen und einer ungewöhnlich hohen Fertigungstiefe: Entwicklung, Werkzeugbau, Spritzgießerei und Versand befinden sich alle unter einem Dach, an einem Ort. Das garantiert neben Nachhaltigkeit auch höchste Produktsicherheit für den Kunden. <

\*„Besteignung Kunststoff“ ist eine Wortschöpfung des Geschäftsführers Stephan Koziol. Die Wortkombination bedeutet, dass koziol den Kunststoff bevorzugt bei solchen Produkten einsetzt, bei denen er das beste und sinnvollste Material für die Nutzung darstellt. Die modernen Kunststoffe ermöglichen es heutzutage, Eigenschaften, die bislang anderen Materialien vorbehalten waren, mit den Vorzügen des Kunststoffes zu verbinden.

## Sweet Box

Hochwertig, kompakt und süß – Der Werbeartikelhersteller Jung erweitert sein Sortiment an geschmackvollen Werbeartikeln um ein ganz besonders schickes Give-away namens Sweet Box. Die **rechteckige Werbebox** enthält gleich fünf Werbeflächen, die je nach Anlass beliebig individuell gestaltet und bedruckt werden. Bei der Füllung haben Kunden die Wahl zwischen dem bekannten Mars oder Snickers Riegel. Der Einsatz dieser starken Marken schafft Vertrauen bei der Zielgruppe und überträgt den Bekanntheitsgrad auf das werbende Unternehmen.

PSI 41545 • JUNG since 1828 GmbH & Co KG  
Tel +49 7042 9070 • g.kralj@jung-europe.de  
[www.jung-europe.de](http://www.jung-europe.de)



## Power für den Job unterwegs

Die **Powerbank AlsterPlus** von iLogo Tech kommt als wahres Kraftpaket daher. Sie bietet 100Wh und 27000mAh und kann gleichzeitig mit integriertem Durchgangsladen geladen und synchronisiert werden. Mit 100 Watt an jedem USB-C-Anschluss bekommen auch größere Geräte wie ein MacBook Pro mit voller Geschwindigkeit Energie. Mit zwei USB-C-Anschlüssen und einer Gesamtleistung von 156 W können sogar zwei MacBooks oder ein MacBook und iPad Pro zusammen mit anderen Geräten gleichzeitig mit hoher Geschwindigkeit aufgeladen werden.

PSI 49656 • iLogo Tech GmbH  
Tel +49 40 238005380 • singh@ilogotech.de  
[www.iLogoTech.de](http://www.iLogoTech.de)





## Neues Gesicht für Zeno

Der Bestseller Zeno aus dem Hause Klio-Eterna hat ein dezentes, aber wirkungsvolles und edles Make-Over erfahren. Neben den bekannten Attributen sorgt der neue **zusätzliche Metallklipp** aus vernickeltem Federstahl für einen glänzenden Auftritt. Die Kombination aus hochwertigen Kunststoffbauteilen gepaart mit edlen Metallapplikationen verleiht dem ausdrucksstarken Schreibgerät einen besonders eleganten Charakter. Das spezielle und optional wählbare Oberflächenfinish in softtouch oder softfrost sorgt für das gewisse Etwas und eine angenehm weiche Haptik. Erhältlich in 16 brillanten und intensiven Standardfarben bietet der Zeno auch bei der Farbwahl viele Variationsmöglichkeiten.

PSI 40823 • Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co. KG  
Tel +49 7834 973152 • klio@klio.com  
[www.klio.com](http://www.klio.com)



## Sorgt für Kamelleregen

Zwischen Karnevalsorden und weiteren witzigen Produkten aus der Agentur Haarhoff steht in diesem Jahr vor allem der **Kamelleschal**® im Rampenlicht. Die farbenfrohe Eigenmarke ist unter anderem für Karnevalszüge und besonders den Rosenmontagszug konzipiert. Die Idee: Das bunte Accessoire für die kalten Karnevalsmonate wird während des Umzugs in die Höhe gehalten und soll so seine volle Wirkung erzielen. Die plakative Aufschrift „Kamelle“ ist für die Karnevalisten auf den Umzugswagen bestens lesbar und wird für den Träger mit üppigem Kamelleregen beantwortet.

PSI 13391 • Haarhoff GmbH  
Tel +49 214 4001515 • info@haarhoff.eu  
[www.haarhoff.eu](http://www.haarhoff.eu)

- ANZEIGE -



## INDIVIDUELLE VERPACKUNGEN

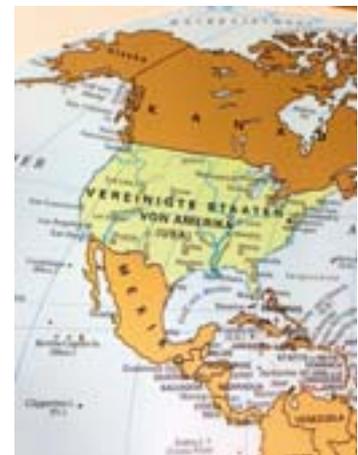
- ONLINE GESTALTBAR
- LIEFERBAR AB STÜCKZAHL 1
- **PERSONALISIERBAR**
- MASS CUSTOMIZATION
- FINE ART CUTTING

[designyourpackaging.de](http://designyourpackaging.de)

## Kisten mit Überraschungseffekt

Wer für Mitarbeiter, Kunden oder Geschäftspartner schöne Geschenke sucht und dabei die Umwelt nicht vergessen will, ist mit **Upcycling Rackpacks** von Römer gut bedient. Die nachhaltig produzierten und wandelbaren Weinverpackungen erleben nach dem Entnehmen der Weinflasche einen Zweitnutzen. Sie verwandeln sich in einen praktischen Schreibtisch Organizer, ein Tablett oder einen Sektkühler. Die Rackpacks sind bei Römer Drinks ohne Inhalt und bei Römer Präsente fertig gepackt als Geschenksets mit Inhalt erhältlich.

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



## Einmal durch die Welt rubbeln

Ein außergewöhnliches Präsent für Weltenbummler und Globetrotter stellt Stiefel Eurocart mit der **Rubbelweltkarte** „Staaten der Erde“ vor. Mit der Landkarte zum Freirubbeln kann spielerisch Reiselust dokumentiert werden. Was zu Beginn noch wie eine edle, aber eigentlich ganz normale Weltkarte im Gold-Look aussieht, verbirgt unter der Oberfläche unerwartete Effekte. Alle Länder und Kontinente inklusive Inseln sind mit einem Rubbel-Lack überzogen, der Stück für Stück freigelegt werden kann. Dabei zeigt jedes Land eine andere Farbe - wie im echten Leben. Die Karte ist in deutscher oder englischer Sprache erhältlich.

PSI 43567 • Stiefel Eurocart GmbH  
Tel +49 8456 924323 • wirth@stiefel-online.de  
www.stiefel-online.de



## Brustwickel mal anders

Mit dem neuen **Elfenshirt** für verschnupfte Kinder stellt ebets eine besonders innovative Idee für Kids vor. Bei Erkältungen helfen Brustwickel, die aber schnell auch nerven können. Das wissen Eltern wie Kinder. Die perfekte Lösung dafür sind Elfenshirts. Eigens entwickelte Pads sorgen für Besserung bei Erkältungen und einen erholsamen Schlaf. Die bewährten Öle und Zirbenextrakte wirken zehn Tage und können in einer Innentasche des Baumwollshirts leicht gewechselt werden. Das Elfenshirt hilft nicht nur beim Gesundwerden: Wenn die Kids mal nicht krank sind, wird daraus ein T-Shirt mit „Geheimtasche“.

PSI 10104 • ebets promotion  
Tel +43 7733 7171 • office@ebets.at  
[www.ebets.at](http://www.ebets.at)



## Zur Premiere gibt's Schoki

Die Produkte der „Premiere“-Reihe von Chocollissimo enthalten allesamt edle Pralinen, die aus vorzüglicher Schokolade geformt und mit Cremes aus besten Zutaten gefüllt sind. Verpackt sind die schokoladigen Leckereien in edlen Holzkästchen. Die „**Premiere**“-Pralinenkästchen gibt es mit 4, 10, 20 oder 30 Pralinen. Bereits ab einem bestellten Produkt kann man das Holzkästchen mit einer Lasergravur versehen lassen. Ab einer Bestellmenge von 100 Stück lassen sie sich auf drei verschiedene Arten individualisieren. So kann man die Holzkästchen mit einem Siebdruck, einem UV-Druck oder einer Schleife im eigenen Design ausstatten.

PSI 48316 • Chocollissimo by MM Brown Deutschland GmbH  
Tel +49 69 254271-27 • verkauf@chocollissimo.de  
[www.chocollissimo.de](http://www.chocollissimo.de)

# DOYUK

Remember this  
functional  
**USB Stick**  
from the  
**PSI Show?**

USB Memory Stick  
& Charger Cable  
& OTG Data Function



## TORK

Interface: USB, Lightning USB,  
Type-C, Micro USB

Supports IOS & Android devices



Need a sample?  
Contact us now.

**Doyuk GmbH**

[www.doyuk.com](http://www.doyuk.com)    [info@doyuk.com](mailto:info@doyuk.com)

## Nachhaltigkeit bei Bio-Geschirr

Eine nachhaltige und verantwortungsbewusste Firmenführung hat bei Mank bereits seit vielen Jahren Tradition. Nun erweitert der Hersteller von Table Top Produkten aus Dernbach sein Geschirr-Sortiment für den Catering- und Eventbereich um eine **Bio-Linie** und speziell für den mehrmaligen Gebrauch bestimmtes Geschirr. Neben den herkömmlichen Materialien setzt der Veranstaltungs- und Gastronomie-Ausstatter auf alternative Rohstoffe. So sind auch Schalen, Teller und Besteck aus Palmbblatt, Kokosnuss, Zuckerrohr und fair gehandeltem Holz Bestandteil des Angebotes. Viele Artikel des Geschirr-Sortiments der Marke SOVIE® Tableware/Servingware können mehrmals genutzt werden, bevor sie in den Wertstoffkreislauf fließen.

PSI 43707 • Mank GmbH • Designed Paper Products  
Tel +49 2689 94150 • info@mank.de • www.mank.de  
[www.sovishop.de](http://www.sovishop.de)



## Schlank und ganz aus Holz

Mit dem Modell Shaper stellt e+m Holzprodukte einen besonders schlanken Holzkugelschreiber als Ergänzung der breiten Kollektion vor. Die elegant geschwungene Form überrascht den Nutzer und eignet sich daher perfekt als Give-away für viele Branchen. Das für dieses Produkt verarbeitete Holz ist unter anderem FSC-zertifiziertes Buchenholz aus heimischen Wäldern. Das **FSC-Siegel** steht für die garantiert vorbildliche Waldwirtschaft. Das pure Design spricht besonders die jüngere Generation an. Die Steckmine mit der goldenen Spitze ist nachfüllbar. Shaper ist erhältlich in drei Holzarten und zwei Farben. Personalisierung durch Druck oder Lasergravur sind jederzeit möglich.

PSI 42200 • e+m Holzprodukte GmbH & Co. KG  
Tel +49 9181 297575 • info@em-holzprodukte.de  
[www.em-holzprodukte.de](http://www.em-holzprodukte.de)



## Luftsäule für die Bande

Als jüngstes Produkt stellt AIR promotion eine **liegende Werbesäulen** als Bandenwerbung vor. Die Werbebanden sind zehn Meter und haben einen Durchmesser von 80 Zentimetern. Sie werden aus 300 g/m<sup>2</sup> Polyester gefertigt und sind voll bedruckbar. Die Enden sind jeweils durch eine runde Holzplatte verstärkt, die den Säulen ihre Form verleiht. Um die Werbung noch besser in Szene zu setzen, können die Säulen mit internem Licht ergänzt werden. Ein 150-Watt-Elektrogebläse belüftet das Objekt dauerhaft. Die Bandenwerbung kann individuell nach Kundenwunsch gefertigt werden und lässt sich einfach und platzsparend transportieren.

PSI 49708 • AIR promotion GmbH  
 Tel +49 800 7799330 • info@air-promotion.de  
[www.air-promotion.de](http://www.air-promotion.de)



## Es rappelt im Karton

Was rappelt denn da in der Kiste? – Der Osterhase? Nein, es sind die **vier Ostergeschenke** im Eierkarton – einer besonderen Kundenpräsent-Idee der emotion factory für das Osterfest 2019. Dieses Produkt und viele kreative Werbemittel mehr präsentiert das Fischbacher Unternehmen in seinem Flyer „Osterboten 2019“. Meister Lampe bringt den Kunden in diesem Jahr das überarbeitete „Gelbe vom Ei“ mit Grünem oder Leckerem je nach Auswahl. Es stehen acht unterschiedliche Produkte zum Bestücken zur Auswahl.

PSI 41016 • Heri-Rigoni GmbH – emotion factory  
 Tel +49 7725 93930 • armin.rigoni@heri.de • www.heri.de  
[www.emotion-factory.de](http://www.emotion-factory.de)

- ANZEIGE -

## Pocket pack tissues CLASSIC

„minimum amount with maximum effect“



Minimum quantity 100 pcs

Production time 2-3 weeks

Print digital all space

Tissue - 3ply, 100% cellulose  
 10 tissues per pack  
 Product size 100 x 50 x 25 mm

twin@twinproduction.net  
[www.twinproduction.net](http://www.twinproduction.net)



## Natur trifft Design

**Natürliches Material** trifft auf Design und Funktionalität: Mit dem neuen Kaffeebecher aus PLA, einem auf Maisstärke basierendem, biologisch abbaubarem Material, und FSC zertifiziertem Kork trifft Global Innovations genau den Zeitgeschmack. Hergestellt mit einer patentierten Technik zur Verbindung von PLA und Kork ohne Kleber, ist der Becher sogar spülmaschineneignend. Die doppelwandige Ausführung ist perfekt für den Genuss von Heißgetränken geeignet. Ziel von Global Innovations ist es, eine komplette PLA-Kork-Kollektion zu entwickeln.

PSI 46626 • Global Innovations Germany GmbH & Co. KG  
Tel +49 6502 93086-15 • info@globalinnovations.de  
[www.globalinnovations.de](http://www.globalinnovations.de)



## Zum Verstecken zu schade

Zartschmelzende Werbe-Ideen sind zu Ostern in aller Munde. Zum Verstecken viel zu schade sind die süßen Osternester von CD-LUX. Von Hand bestückt und liebevoll mit Ostergras dekoriert kommen sie als süßer Gruß bestens an. Die Nester sind in verschiedenen Größen und mit **verschiedenen Füllvarianten**, zum Beispiel von Lindt oder Milka, erhältlich und rundum individuell bedruckbar. Zur Gestaltung stehen zahlreiche Standardmotive zur Verfügung, alternativ kann das Produkt auch komplett nach Kundenwunsch bedruckt werden.

PSI 45452 • CD-LUX GmbH  
Tel +49 9971 85710 • info@cd-lux.de  
[www.cd-lux.de](http://www.cd-lux.de)



## Der „spinnt“, dieser Öffner

Besonders durstige Kunden dürfen jetzt mit dem **neuen Flaschenöffner** von team-d Import-Export gleich zwischen zwei Seiten entscheiden oder direkt zwei Flaschen gleichzeitig öffnen. Wem das immer noch zu langweilig ist, der spielt mit dem trendigen „Spinner“. Ab Lager ist der Flaschenöffner aus ABS-Plastik erhältlich in Schwarz, Weiß, Blau, Rot und Orange. Eine Werbeanbringung auf einer Fläche von 15 x 15 Millimetern ist möglich.

PSI 44186 • team-d Import Export Warenvertriebs-GmbH  
Tel +49 7181 989600 • info@team-d.de  
[www.team-d.de](http://www.team-d.de)



## Promotion ganz flexibel

Bei Roll-Up Bayern ergänzt ein neu entwickelter Promotisch das Programm. Durch Druck auf speziellen knitterfreien Decor Stoff kann der Druck, also die Werbebotschaft, extrem leicht und kostengünstig ausgetauscht und dem jeweiligen Zweck angepasst werden. Der **Promotisch** ist besonders leicht, kompakt und stabil. Er besteht aus Aluminium und Decor Stoff mit Klettverschluss und wiegt inklusive Tragetasche gerade einmal 17 Kilogramm bei einer Größe von 102 x 40 x 106 Zentimetern.

PSI 49862 • Roll-Up.Bayern  
Tel +49 8282 8900960 • info@roll-up.bayern  
[www.roll-up.bayern](http://www.roll-up.bayern)

- ANZEIGE -

**LUFTBALLONS & ZUBEHÖR**

**FAHNEN - / WIMPELKETTEN & PAPIERFÄHNCHEN**

**ESSEN & TRINKEN**

**MASKEN & HÜTE**

**WERBUNG**

**WISA ENSCHEDÉ**  
bedruckte Luftballons und festliche Papierartikel

[wisa.nl](http://wisa.nl)

**Die neue Preisliste ist jetzt verfügbar!** Sie können dies unter [office@wisa.nl](mailto:office@wisa.nl) anfordern.

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/-321+++ FAX: +49 211-90191-180 +++ MAIL: VERLAG@PSI-NETWORK.DE

**BALLONS / BALLOON**



**Ballon-AS**  
www.ballon-as.de

Trottäcker 75  
Tel.: 07761 - 939 88 0  
D-79713 Bad Säckingen  
GERMANY

LATEXBALLONS  
FOLIENBALLONS  
BALLONDRUCKEREI  
DEKORATION  
ZUBEHÖR  
HELIUMVERLEIH  
SONDERFORMEN  
ETC.

ÜBER 30 JAHRE BRANCHENERFAHRUNG!  
KATALOG ANFORDERN!

PSI No. 43834

www.ballon-as.de

**EVENT EQUIPMENT**

YOUR PROFESSIONAL  FOR EVENT EQUIPMENT

**LOGOBANK**  
foldable and printable  
advertising bench



**FLATCUBE**  
the first foldable sitting cube is  
made from one mold



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

PSI No. 43980

www.bas-innovation.de

**BLUETOOTH-LAUTSPRECHER / BLUETOOTH-SPEAKER**

**Neu! Bluetooth-Lautsprecher „prism“**



Industriepreis: ab **14,07€/Stk.**

Modernes Design  
Gitterfront aus Textil  
Starke Leistung: 2 x 5 Watt

www.linotex-shop.com

Treffsicher und  
Wirkungsstark.  
**LINOTEX**

PSI No. 44455

www.linotex.com

**KUNSTSTOFFERZEUGNISSE / PLASTIC PRODUCTS**

 **MADE IN GERMANY**

Art-Nr.  
413  
**Eiskratzer  
2K**

**PROMOWOLSCH®**  
The customer factory

**Wolfgang Schmidt e.K.**

Grüner Weg 23-25  
D-59590 Geseke

T +49 2942 570 201  
F +49 2942 570 035

info@promowolsch.de  
www.promowolsch.de



PSI No. 44724

www.promowolsch.de

**EINKAUFSWAGENAUSLÖSER / KEY CHAIN**

Der Original **TRIGGI®**  
Der Einkaufswagen-auslöser

Die Alternative zum Einkaufswagenchip

- ▷ angenehme Haptik
- ▷ erstklassige Verarbeitung
- ▷ Brilliante Farben

ab 300 Stück

Werbeträger · Einkaufswagen-auslöser · Flaschenöffner

**TRIGGI.de** | Tel.: +49 (0)8233 - 79312-0  
info@pinsundmehr.de

**pinsundmehr.de**

PSI No. 46925

www.pinsundmehr.de

**LESEZEICHEN / BOOKMARKS**

Papier-  
Lesezeichen-  
Lupe

- große Werbefläche
- beidseitiger Fotodruck
- Lupenfeld individuell
- kurze Lieferzeit
- Made in Germany

**lupenmaxx**  
...wir machen's größer!

Info@lupenmaxx.de | Tel.: 07661 909988 0  
www.lupenmaxx.de | www.mikrotafeltech.de



PSI No. 47814

www.lupenmaxx.de

**MASSBÄNDER / MEASURING TAPES**



**picco®**  
Seit 100 Jahren Maßbänder und Rollbandmaße

**hoechstmass®**  
Seit 100 Jahren Maßbänder und Rollbandmaße

**Hoechstmass Balzer GmbH**  
Wiesenstraße 13  
D-65843 Sulzbach/Ts.  
www.hoechstmass.com

Telefon +49-(0)61 96/50 05-0  
Telefax +49-(0)61 96/50 05 55  
info@hoechstmass.com

PSI No. 41118

www.hoechstmass.com

**MULTIMEDIA**



**PowerCubes**

- ✓ High Quality
- ✓ Useful
- ✓ Sustainable
- ✓ Compliance
- ✓ Different
- ✓ Fast delivery times from stock in the Netherlands

**Best Selling Tech Gadgets**

www.powercubes.eu | +31 (0)85 2500 280 | info@powercubes.eu

PSI No. 49748

www.powercubes.eu

**TASCHEN AUS BAUMWOLLE / COTTON BAGS**

**STUTZ & FISCHER GMBH** **Bitte neuen Katalog anfordern!**

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

**Fischer-Import GmbH**



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

Alte Coburger Str. 13 - 96215 Lichtenfels **Bitte neuen Katalog anfordern!**

PSI No. 42320

www.fischer-import.de

**STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS**



MISSION POSSIBLE

Als einer der führenden Anbieter in Deutschland konzipiert und liefert TRIK seit 25 Jahren Werbemittel, Print-, Merchandising- und Lifestyleprodukte für namhafte Unternehmen und Marken. Vom Standardartikel bis zur ausgefallenen und kampagnenbezogenen Sonderanfertigung stehen Kreativität, Kompetenz und Qualität bei TRIK im Fokus.

Wir suchen: **#kundenberater #sachbearbeiter im vertrieb #m-w**

**UNSER ANGEBOT:**

- Eine langfristige Perspektive für Ihre berufliche Laufbahn in einem zukunftsorientierten und wachsenden Unternehmen
- Ein hohes Maß an Selbstständigkeit, Eigenverantwortung und Vielseitigkeit Ihrer Tätigkeiten
- Flache Hierarchien und kurze Entscheidungswege
- Ein motiviertes Team
- Abwechslung und herausfordernde Projekte

**IHRE AUFGABEN:**

- Beraten und Betreuen von Bestandskunden
- Ausbau bestehender Kundenbeziehungen
- Aktiver Aufbau neuer Kundenbeziehungen
- Operative Umsetzung der Anforderungen unserer Kunden
- Auftragscontrolling
- Preiskalkulation und Angebotserstellung
- Lieferantensuche und Angebotseinholung
- Erkennen von Verkaufschancen
- Produkt- und Lieferantenauswahl sowie -bewertung
- Verhandlung mit Herstellern, Lieferanten und Geschäftspartnern weltweit

**ANFORDERUNGEN:**

- abgeschlossene kaufmännische Berufsausbildung oder Studium
- Erfahrung im Vertrieb
- Spaß an der Arbeit
- gute Planungs- und Organisationsfähigkeit
- sehr gute Deutsch- und gute Englischkenntnisse
- Verantwortungsbewusstsein
- Teamgeist und Empathie
- selbstständige, zuverlässige und systematische Arbeitsweise

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit komplettem Lebenslauf und Zeugnissen unter Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung bevorzugt digital an: [job@trik.de](mailto:job@trik.de) | Ihr persönlicher Ansprechpartner: Thomas Hülsmann

Wir sind ausgezeichnet:



TRIK Produktionsmanagement GmbH • Königstraße 2 • D-14163 Berlin • Tel.: + 49 30/81 456 32-0 • www.trik.de



We are an established, international company working in promotional marketing industry. Our core business is to help companies worldwide to strengthen their brand, using promotional products as a strategic marketing tool. In order to fulfill our growth program, we plan to strengthen our German, French, and Dutch team in Heimsheim (Stuttgart area), Strasburg and Amsterdam. We are looking for motivated, ambitious personalities to fill the following positions in our company:

**KEY ACCOUNT MANAGER**  
Your profile:

A completed commercial training or corresponding experience in sales promotion industry forms the base of your qualification. You are communicative and flexible, act autonomously and customer-oriented. You have a track record in dealing with global accounts and speak your local language, as well as English fluently. You are a team player, communicating and coordinating projects in close cooperation with all departments involved. We offer a very diverse and interesting field of activity, a young, dynamic, motivated team, as well as an appropriate remuneration.

We look forward to your written application, including your salary expectations and the earliest possible starting date.

Please kindly send your applications to:  
[bewerbung@aslglobal.com](mailto:bewerbung@aslglobal.com)



# PSI Sustainability Awards 2019

## **Eine Premiere in der Geschichte der PSI Sustainability Awards begleitet den Wettbewerb in 2019 von Beginn an:**

266 Unternehmen wurden innerhalb einer Vorjurierung als umfassend nachhaltig agierende Unternehmen für die PSI Sustainability Awards 2019 nominiert werden.

Sie sind noch nicht nominiert? Dann bewerben Sie sich jetzt für den Nachhaltigkeitspreis der Werbeartikel-industrie und demonstrieren Sie, wie nachhaltig Ihr Unternehmen ist!

## **A premiere in the history of the PSI Sustainability Awards follows the competition in 2019 right from the start:**

Within a pre-jury, 266 companies were nominated for the PSI Sustainability Awards 2019 as comprehensively sustainable companies.

You are not nominated yet? Then apply now for the Sustainability Award of the promotional products industry and demonstrate how sustainable your company is and demonstrate how sustainable your company is!

Jetzt teilnehmen bis zum  
19. April 2019!  
Participate now until 19 April 2019!  
[www.psi-awards.de](http://www.psi-awards.de)

Foto /Picture: © fotolia.de

Partner



## Wir freuen uns die nominierten Unternehmen 2019 präsentieren zu dürfen: We are pleased to present the nominated companies in 2019:

- A.W. Faber-Castell Vertrieb GmbH
- ABC MARKETING SRL
- Acar Europe GmbH
- achilles concept GmbH & Co. KG
- Aglika Trade Ltd
- Albene GmbH
- Alta Seta GmbH & Co. KG
- Ambiente-Meinzer
- Araco International B.V.
- Aristos International GmbH
- Arsiris
- Art Di Como Design GmbH
- Asia Incentives Ltd.
- badge4u Wojciech Pawlowski
- BAGS BY RIEDLE
- BAS Produktions- und Handels-GmbH
- BIC Graphic Europe S.A.
- bizy.Cards / Borys Chibisov Engineering Services
- BLACK HILL - Westcoast of Sweden Int. AB
- B-Loony Ltd
- Blue Chili GmbH
- Böckling GmbH & Co. KG
- Boogaard Textiles B.V.
- BOOMERANG S.A.S.
- Bottle Promotions
- BQS Textiles BV
- Brand Addition GmbH
- Brandmeister Vertriebs GmbH
- Brands Fashion GmbH
- Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG
- Brother International Industriemaschinen GmbH
- B-TOKEN BVBA
- Bulb-Bottles-Innique AG
- burger pen AG
- Bürstenfabrik Keller GmbH
- CARAN D'ACHE S.A.
- CD Werbemittel Vertriebs GmbH
- CD-LUX GmbH
- Chillii Promotions
- Christoph & Markus Krah GmbH
- Clipper A/S
- Clipper B.V.
- colordruck Baiersbronn
- Continental Clothing Company GmbH
- Cup Trends - Inh. Torsten Schieck
- cyber-Wear Heidelberg GmbH
- Die Stadtgärtner
- Disenos NT
- Dittmann International GmbH
- DIZAYN ETIKET San. ve Tic. A.S.
- dMAS GmbH
- DOM POLYMER-TECHNIK GMBH
- Dopper B.V.
- doppler H. Würflingsdobler GmbH
- Dorling Kindersley Verlag GmbH
- Dosespezialist GmbH
- DURABLE Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG
- e+m Holzprodukte GmbH & Co. KG
- Eckenfelder GmbH & Co. KG
- Eco Promo
- edding International GmbH
- E-Group BV
- eitel plastic GmbH
- elasto form KG
- EMCO Bau- und Klimatechnik GmbH & Co. KG
- Emsa GmbH
- EPIC
- Erich G. Döbler e.K.
- especial 25 SL
- Euro-Print Marketing GmbH
- EUROSTYLE - Emil Kreher GmbH & Co. KG
- Extrapack Ltd.
- Factory Direkt
- Fair Squared GmbH
- FARE-Guenther Fassbender GmbH
- FD Textil GmbH
- FEEL-INDE SARL
- Feuchter GmbH
- Filofax GmbH
- Florapresenta Blumen & Pflanzen GmbH
- Gabriele Bühring
- Gadget Factory GmbH
- GEBAS GmbH
- GIMEX melamine plus GmbH
- Giuseppe Di Natale S.p.A.
- Giving Europe B.V.
- Global Innovations Germany GmbH & Co. KG
- GORENLER A.S.
- Grabenhorst & Vetterlein
- GRASPO CZ, a.s.
- Green Earth Products
- Gustav Daiber GmbH
- Gustav Selter GmbH & Co. KG
- H.K.S. 7 Werbeagentur GmbH
- Hagemann GmbH
- Halfar System GmbH
- Hanbückers Werbung GmbH
- Hannes Schmitz bio-button GmbH
- HAUSER GmbH
- HEILEMANN
- Heinrich Sieber + Co. GmbH + Co. KG
- Heinz Tröber GmbH & Co. KG
- helo®
- Herforder Werkstätten GmbH
- Heri-Rigoni GmbH
- HERKA GmbH
- Hermann Flörke GmbH
- Hey!blau Labs e.K.
- Hilarius Design
- Hold Innovation GmbH
- Hubbes Verkstad AB
- Hultafors Group Germany GmbH
- Husemann Textil GmbH
- ICO JSC
- ID® REXHOLM A/S
- Idee & Design GmbH & Co. KG
- IFC Papillon C.V.
- IGEF sa
- iLogoTech GmbH
- importplus GmbH
- Inspirion GmbH
- Interall Group b.v.
- Intraco Trading bv
- Invictus Vertriebs-GmbH
- jack's gift company
- JAMARA e.K.
- JH Innovations GmbH
- JHK Trader S.L.
- Join the Pipe BV
- JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co. KG
- Just So Clothing Company Ltd
- Jute statt Plastik
- K+M Werbemittel GmbH
- KAHLA/Thüringen Porzellan GmbH
- Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG
- Kampmann GmbH international
- Kandinsky Deutschland GmbH
- Karl Knauer KG
- kicks-promotion GmbH
- Klaus Stephan GmbH
- Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG
- KM ZÜNDHOLZ INTERNATIONAL
- Köksal Canta ve Saraciye San. Tic. Ltd. Sti
- Kornit Digital Europe GmbH
- KOSMOS
- KW Open promotion consulting & trading GmbH
- Lediberg GmbH
- Lensen Toppoint B.V.
- Loick Biowerkstatt GmbH
- Löw Energy System e.K.
- Lynka Sp. z.o.o.
- M-S Textilhandel e.K.
- Mace Promotions
- Mahlwerck Porzellan GmbH
- MainzAir
- Manaomea GmbH
- mansard werbemittel gmbh
- Manufacturas Arpe, S.L.
- MASAS METAL AMBALAJ San. Ve. Tic. A.S.
- Master Italia SPA
- Mastermark Oy
- MAXX Factory GmbH
- mbw® Vertriebsges. mbH
- mcs promotion GmbH
- MEDIACONCEPT SRL
- Meltem Tekstil Sanayii ve Ticaret Kollektif
- memo AG
- Michael Schiffer Promotion GmbH
- midocean
- Mimaki Europe B.V.
- Mister Bags GmbH
- Münder Email GmbH
- Murat Tekstil
- mycoffeebag Alexander Streck
- Nestler-matho GmbH & Co. KG
- Neutral.com
- New Games - Frisbeesport
- Nordhorn Sp. z o.o.
- OviBell Pflanzen, Deko und Freizeit GmbH & Co KG
- Pacific Market International, LLC
- pano.city Marketing GmbH
- Paper+Design GmbH tabletop
- Paptic Ltd
- Pelikan Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG
- PF Concept International BV
- PILOT PEN (Deutschland) GmbH
- Pins & mehr GmbH & Co. KG
- PLUS Europe GmbH
- PowerCubes
- Präsentia Promotion International GmbH
- PROMIDEA SRL
- promo-watch GmbH
- PROMOWOLSCH - The Customer Factory
- PSL Europe B.V.
- Pustefix GmbH
- Raja Europe BV
- Ral Tekstil Ltd. Sti.
- Reciclage
- REDA a.s.
- REFLECTS GmbH
- Retap ApS
- Ritter-Pen GmbH
- S&P Werbeartikel GmbH
- S.E.A. GmbH
- Sachsenballon
- Safety Reflector Finland OY
- Samoa GmbH
- sattler + co Lederwaren
- SC CHILLI IDEAS SRL
- SCALA Electronic GmbH
- Schneider Schreibgeräte GmbH
- Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG
- SCS Promo
- SEMO
- SENATOR GmbH & Co. KGaA
- SL BAGS
- sleeveimatix GmbH
- Smart Graphics
- SNUG.STUDIO GbR
- Sopp Industrie GmbH
- Source Gesellschaft für
- sportpaint Werbeball Bedruckungs GmbH
- Spranz GmbH
- STAEDTLER Mars GmbH & Co. KG
- Step Yazim Gerecleri Ve Kalip
- STYB S.A.
- SUITSUIT International BV
- Superwaste.nl B.V.
- Suthor Papierverarbeitung
- Tailor Konfektion AB
- team-d Import-Export
- Tepro Garten GmbH
- TFA DOSTMANN GMBH & CO. KG
- TITAN Hamburg GmbH
- TM Trend Moden GmbH
- Touchmore GmbH
- TRIGON Tekstil San.Ve Dis
- Trinomial GmbH
- TROIKA Germany GmbH
- Trotec Laser Deutschland GmbH
- Tuva Home Textile Ltd.
- uma Schreibgeräte Ullmann GmbH
- UNITED BRANDS 24 GmbH
- Van Bavel bvba
- Verlag für Prävention Wilken
- Victorinox AG
- Vidrios Reciclados San Miguel SLL
- VIP-Promotion/Reflective Shopper
- visuals united ag
- Walser GmbH Vertrieb und Produktion
- WALTER Medien GmbH
- wellnuss Premium Snacks GmbH
- WeLoc - Weland M. AB
- Wera Werkzeuge GmbH
- werbegrün - Mappen | Verpackungen
- WeSchu GmbH
- Wiha Werkzeuge GmbH
- Wild Thang
- WISA Enschede B.V.
- WORLDCONNECT AG
- Wunderle, Heike Bringemeier e.K.
- XINDAO B.V.
- YOU Brands Camus A/S
- Zettler Kalender GmbH
- ZOGI GmbH

## Handel im Fokus



ach der Messe ist vor der Messe. Für uns, das PSI-Team, war die Messewoche eine tolle, aber auch eine anstrengende Zeit, anstrengender als sonst. Kein Wunder, wenn man von einer Messe auf drei Messen beschleunigt. Und was uns besonders freut: Die Welt des Werbens und Verkaufens wurde verstanden. Die Synergien waren da. Die vielen Gespräche mit Werbeartikelhändlern in der PSI Membership-Lounge, die exklusiv den Vertretern des Handels vorbehalten war, zählen für mich zu den wichtigsten Indikatoren für den Erfolg der Messe. Natürlich gehören auch die Zahlen dazu: „Die PSI bleibt mit 17.602 Besuchern auf gutem Kurs“, titelte der Messe-Abschlussbericht. Die diesjährige Besucherzahl liegt in der Tat auf hohem Niveau und sie übertrifft das Ergebnis des Vorjahres. Sie ist auch deswegen besonders bemerkenswert, weil der letzte Messetag durch Streiks an den Flughäfen und dem damit verbundenen Verkehrschaos viele potenzielle Besucher von der Reise abhielt.

Aber zurück zum Handel. Der Fokus auf den Handel ist wichtiger Bestandteil des neuen PSI-Konzepts. Die vielen klaren Vorteile, die den Messebesuch erleichtern, stießen auf große Zustimmung. Das begann schon beim Zutritt mit der „Fastlane“, ging dann weiter über das kostenlose WLAN-Voucher und das Vorteils-Booklet bis hin zur Membership-Lounge, wo es Speisen und Getränke und genügend Ruhemöglichkeiten gab. Die Abgrenzung der Marketing-Disziplinen und die Platzierung der verschiedenen Messethemen in den Hallen wurde positiv wahrgenommen. Dies gilt auch für die PromoTex Expo, die sich erfolgreich als eigenständige, internationale Textilmesse positionierte.

Die gute Stimmung wurde durch die aktuellen Messe- und Konjunkturzahlen befördert: 14,9 Milliarden Euro Umsatz werden jährlich in Europa durch das Business mit Werbeartikeln generiert. Dies belegt die Bedeutung des Kommunikationsmediums Werbeartikel und zeigt unseren Geschäftszweig als große, ernst zu nehmende Branche. Das stellten auch die geladenen Politiker anlässlich der Eröffnungsveranstaltung fest: Sie versprachen uns und den Verbänden, konkrete Maßnahmen im Sinne unserer Branche anzupacken. Die europäische Werbeartikelmirtschaft ist zukunfts fest aufgestellt. Das liegt insbesondere an dynamischen Mittelständlern und Qualitätsprodukten. Die diesjährige PSI war ein guter Start ins Geschäftsjahr mit einem selbstbewussten Handel, der nicht nur im Mittelpunkt stand, sondern sich auch seiner Zukunft sicher sein kann.

Es grüßt Sie

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



8

0

Orders

49

In

Internationality

# ACQUISITION FACTOR

German trade fairs. Where the chemistry's just right.  
And international contacts become concrete orders. Start now:

ERFOLG  
DURCH  
MESSEN  
.DE



## Gut und schön

Um gesund und fit zu bleiben, investieren die Menschen große Summen in ihr Wohlbefinden und ihre Lebensqualität. Laut Zahlen des Wirtschaftsforschungsunternehmens Global Insight wird der jährliche Umsatz der Wellness-Branche allein in Deutschland auf rund 73 Milliarden Euro geschätzt. Dass Gesundheit auch auf einem ausgewogenen Verhältnis von körperlicher Bewegung und seelischer Entspannung beruht, ist kein Geheimnis. Schon die Römer wussten um die Wechselwirkung von Geist und Körper. Auch der Begriff „Wellness“ bezeichnet ein ganzheitliches Gesundheitskonzept. Fitness, Kosmetik, entsprechende Studios und Solarien sind ebenso dazu zu rechnen wie Lifestyle-Nahrungsmittel. Dem anhaltenden Boom um Wohlsein und Schönheit trägt auch die Branche mit ihren Produktkreationen Rechnung. Die neusten stellen wir im März vor – ergänzt von Innovationen aus den Bereichen Reisen und Freizeit.

**Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktthemen der Ausgabe März 2019 mit den Themengruppen „Schreibgeräte, Büro und Schule“ sowie „Messen, Festival und Events“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 15. Februar 2019 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechmer@edit-line.de**

## Kaleidoskop der neuen Messewelt



Der Auftakt ist gelungen: Die neue Welt des Werbens und Verkaufens hat eine vielversprechende Premiere absolviert. Der neugeschaffene Messeverbund aus PSI, PromoTex Expo und viscom, die quasi Schulter an Schulter am 8. Januar mit erstaunlichem Schwung ins neue Werbejahr starteten, kam an. Wir waren für Sie in den Hallen unterwegs und präsentieren Ihnen ein buntes Kaleidoskop an Eindrücken, Aktionen, Trends, Stimmen und ersten Analysen rund um Europas größtes Schaufenster visueller, textiler und haptischer Werbung.

## Brillante Drucke und ein unsichtbarer Code



Mit dem In-Mould-Labeling hat W.A.G. eines innovativen Dekorationsverfahren zur optischen Individualisierung von Kunststoff-Koffern im Programm. Um seinen Kunden die Möglichkeit zu geben, ihre Koffer mit noch mehr Intelligenz und Information auszustatten, verknüpft W.A.G. das Deko-Verfahren ab sofort auch mit dem Digimarc-Barcode. Wir stellen die neue Veredelungstechnik ausführlich vor.

## Impressum

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

**Herausgeber:** Michael Freter

**Geschäftsleitung:** Hans-Joachim Erbel, André Weijde

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

**Chefredakteur:** Manfred Schlösser

**Leitende Redakteurin:** Ursula Geppert

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

**Chef vom Dienst:** Martin Höchmer

**Head of Publishing:** Anja 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 Höchmer,  
Anke Zimmermann u.a. Titelmotiv und redaktionelle Beiträge  
teilweise unter Verwendung von Fotos von Adobe Stock.

**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.

# AUS LIEBE ZUM PFERD

09. – 17.03.2019

MESSEGELÄNDE ESSEN



**EQUITANA**  
WELTMESSE DES PFERDESORTS

**2019**

[WWW.EQUITANA.COM](http://WWW.EQUITANA.COM)

Organised by  
 Reed Exhibitions



# FROHHE OSTERN

OSTERN IST AM 21. APRIL



**NEU**



Lindt  OSTER SIXPACK LINDT

**NEU**



Lindt  OSTER DOSE



WERBEKARTE VISITENKARTENFORMAT