

Düsseldorf · G-30212

# PSI JOURNAL

**PSI Journal**

Internationales Magazin  
für Werbeartikel

März 2019

58. Jahrgang



## **Toppoint**

Bas Lensen

Mit neuen Marken

hoch hinaus

## **Product Guide**

Wellness, Kosmetik

Reisen, Freizeit

## **Qualitäts- offensive**

„Quality Made  
in China 2025“

## **wmm 2019**

Werbemittelmesse

München

Die neue Welt des Werbens und Verkaufens 2019

# Messe-Special

# 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





## Editorial

# „Made in China 2025“

**C**hina, die Werkbank der Welt, will das Image hinter sich lassen, nur schnell, in Masse und billig zu können. Schon vor vier Jahren hat der chinesische Staatsrat das Programm „Made in China 2025“ beschlossen. Man will zu höherer Wertschöpfung aufsteigen und mehr eigenständige Innovation im Land haben. Bis 2045 soll das Ziel erreicht sein, führende Industrienation der Welt zu sein. Ein Vorhaben, das mehr und mehr Ängste in Europa schürt. Schon lange haben sich die Chinesen auf den Weg gemacht, in hochwertige Unternehmen zu investieren.

Geely stieg klammheimlich mit zehn Prozent bei Daimler ein, der Internetriesen Tencent kaufte den französischen Computerspielehersteller Ubisoft auf, Midea riss sich für 4,5 Milliarden Euro den Roboterhersteller Kuka unter den Nagel. Und über 50 französische Edelweingüter gehören schon chinesischen Investoren.

Doch nicht nur Schwergewichte sind das Ziel von Investitionen. Auch Mittelständler, die den nächsten Expansionsprung nicht schaffen, sind Ziel von Attacken. Sie werden meist nach dem Konzept „ausweiden und ausschachten“ übernommen. Über 600 Unternehmen, viele davon im Staatsbesitz, haben in den vergangenen zehn Jahren an die 300 Milliarden Euro direkt in europäische Unternehmen investiert. Ja, das ist enorm viel, aber im gleichen Zeitraum haben europäische Unternehmen doppelt so viel in Direktinvestitionen in China gesteckt. Da sprechen China-Freunde von einer Win-win-Situation, andere heben warnend den Zeigefinger. Ist doch bekannt, dass China überall freie Marktzugänge erwartet, den eigenen Markt aber in entscheidenden Feldern massiv abschottet. Nicht nur das. Es wurde und wird auch eifrig und ohne jede Scheu Know-how geklaut und kopiert. Auch in der Werbeartikelwirtschaft kann man ein Lied davon singen. Ende der neunziger Jahre, aber auch noch im neuen Jahrhundert waren und sind ganze Heerscharen von chinesischen „Fotografen“ unterwegs, um Schönes und Gutes in Pixeln nach Hause zu tragen.

Mit den Regeln aus „Made in China 2025“ (Seite 74) wurden jetzt auf jeden Fall auch wieder neue Hürden für Exporteure in aller Welt geschaffen, die ihre Produkte in China platzieren wollen. Chinesische Qualitätsnormen sollen sicher den eigenen Anspruch an Qualität erhöhen, werden aber erst glaubhaft, wenn der Billigexport in alle Welt der neuen Qualität „Made in China“ weicht. Bis dahin darf man erst einmal glauben, dass diese Qualitätshürde zwar Image prägen, aber auch Wettbewerber aus dem Land halten soll.

Drehen wir den Spieß um: Lassen Sie uns in der Werbeartikelwirtschaft soviel wie möglich in Europa produzieren. „Made in Europe“ sollte an Glanz gewinnen.

In diesem Sinne

**Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal**

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

NEW  
DS REGENERATION  
PENS.



Prodir is a brand of Pagani Pens SA.

REFILL FLOATING BALL®  
LEAD FREE  
100%  
RECYCLED PLASTIC

**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)

<b>TRENDS &amp; BRANDS</b>	4
<b>DIE NEUE WELT DES WERBENS UND VERKAUFENS 2019</b>	8
<b>MARKTFORSCHUNG</b>	32
<b>PRODUCT GUIDE</b> Wellness und Kosmetik	34
<b>BRANCHE</b> Unternehmen, Ereignisse, Märkte	46
Kaldenbach Group: 18. [kuadra:t] mit berührbaren Emotionen	50
Werbemittelmesse München: Kreativ – ideenreich – originell	52
<b>PRODUCT GUIDE</b> Reisen und Freizeit	54
<b>UNTERNEHMEN</b> Toppoint: Mit neuen Marken hoch hinaus	70
<b>BUSINESS</b> Intertek: Qualitätsoffensive „Quality Made in China“	74
<b>PRODUCT GUIDE</b> Innovative Produkte	76
<b>MYPSI</b>	88
<b>MEINUNG</b>	90
<b>VORSCHAU – IMPRESSUM</b>	92

COLLECTIONS

- COTTON
- BIO
- FAIRTRADE
- FOOD
- JUTE

„SAG DEINEN KUNDEN,  
DASS DU MEHR  
BIO-BAUMWOLLE  
IN IHREN TASCHEN  
SEHEN MÖCHTEST.“

MISTER BAGS  
LIEFERANT NACHHALTIGER TASCHEN



## Messe-Special: Das Beste aus zwei Werbewelten

8

Wo Werbeatikel sind, sind Textilien nicht weit, denn haptische und textile Werbung entfalten gemeinsam eine unschlagbare Wirkung. Das lässt sich an vielen gelungenen Kampagnen bestens studieren. Dass sich beide Werbewelten nun erstmals getrennt, aber dennoch parallel präsentierten, schärft das jeweilige Profil und lässt Synergien deutlicher hervortreten. Impressionen, Informationen und Highlights einer erfolgreichen Premiere.

## Product Guide: Alles, was gut tut

34/54

Um gesund und schön zu bleiben, investieren die Menschen große Summen in ihr Wohlbefinden und ihre Lebensqualität. Dem anhaltenden Boom um Wohlfühlen und Schönheit trägt auch die Branche mit ihren Produktkreationen Rechnung. Wir stellen Ihnen die neusten haptischen Ideen aus dem Bereich „Wellness und Kosmetik“ vor, ergänzt durch Neuheiten zu den Themen „Reisen und Freizeit“.



## Toppoint: Mit neuen Marken hoch hinaus

70

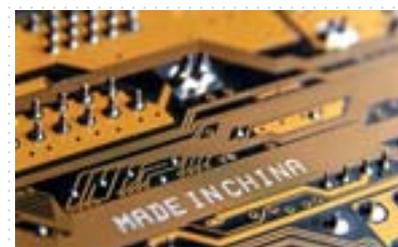


Auf der PSI präsentierte sich Toppoint mit einem neuen Standkonzept. Zentrales Thema des Messauftritts war die Einführung von elf neuen Marken, mit denen Toppoint sein Sortiment strukturiert und akzentuiert. Davon profitieren der Werbeatikelhandel sowie dessen Kunden.

## Qualitätsoffensive „Quality Made in China“

74

China hat noch immer den Ruf eines Billiglohnlandes, wo ausländischen Firmen günstig große Mengen produzieren lassen. Und immer wieder fallen chinesische Produkte durch mindere Qualität auf. Diesem Image steuert das Land nun entgegen und implementiert verstärkt Normen und Zertifizierungen. Intertek informiert, worauf Exporteure achten müssen.





# Trend Ladencafé



## Back to Bio

Kaffeebereiter Unplugged  
koziol – ideas for friends GmbH  
www.koziol.de  
PSI 47406

Das Konzept, ein Ladengeschäft mit einem Café zu kombinieren, boomt. Arbeit und Passion in Einklang zu bringen, kommt an. Schuhgeschäft plus Café, Buchhandlung plus Café, Blumenladen plus Café: Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt – und die Nachfrage bestätigt das Angebot. Zuhause einen Kaffee zu genießen, ist damit keinesfalls out – schon gar nicht mit der passenden Produktwelt.



## Flip-Flop Design

Bedruckte Flip-Flops  
Palupas shoe GmbH  
www.myfotoflips.de  
PSI 48691

Alles andere als Flop:

## Trend Flip-Flops

Experten in Sachen Chic und Styling verleihen den Flip-Flops für 2019 das Prädikat Trend. Die Zeitschrift Glamour spricht auf ihrer Webseite glamour.de von den Flip-Flops 2.0 und schreibt: „Bei der Fashion-Week in Kopenhagen im August 2018 fingen die dänischen Fashionistas an, die Gummi-Latschen zum Designer-Outfit zu kombinieren – nun greifen große Modelabels den Hype auf.“ Nicht nur diese, wie unser Beispiel aus der Werbeartikelwirtschaft zeigt.



## Süßer Trend in Rosa



## Genuss der vierten Kategorie

Craft Beer-Praline aus Ruby-Kakaobohne  
DieSchokoladenwerkstatt  
www.dieschokoladenwerkstatt.de  
PSI 44058

Neben Zartbitter-, Vollmilch- und weißer Schokolade gibt es seit gut einem Jahr eine vierte Sorte zum Genießen, die das Zeug zum Trend hat: aus der Ruby-Kakaobohne hergestellte Schokolade, die bei der Verarbeitung rosa wird. Das Magazin W&V bezeichnete diese vierte Schokoladenkategorie jüngst als „die erste wirkliche Innovation in diesem Markt nach der Erfindung der weißen Schokolade vor 80 Jahren.“ Die Erfindung beansprucht Barry Callebaut für sich, einer der größten Schokoladenproduzenten der Welt. Eine besondere Note bietet „DieSchokoladenwerkstatt“.



daiber



JAMES & NICHOLSON



# PRICE ENTRY COLLECTION

QUALITÄT ZUM ATTRAKTIVEN EINSTIEGSPREIS.

Visit us at:  
**HAPTICA® live**  
2019  
Hall F / E3



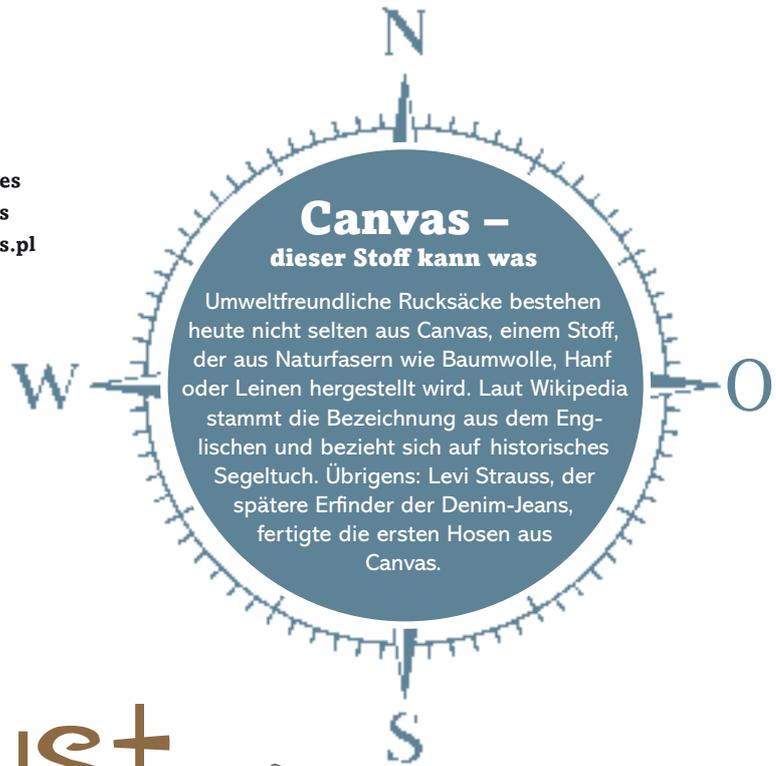
**13 STYLES 23 COLOURS**





#### Natürlich und lecker

Miracle of Nature Cookies  
B&B Promotional Sweets  
[www.promotionalsweets.pl](http://www.promotionalsweets.pl)  
PSI 47460

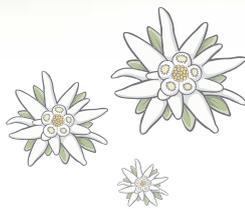


Umweltfreundliche Rucksäcke bestehen heute nicht selten aus Canvas, einem Stoff, der aus Naturfasern wie Baumwolle, Hanf oder Leinen hergestellt wird. Laut Wikipedia stammt die Bezeichnung aus dem Englischen und bezieht sich auf historisches Segeltuch. Übrigens: Levi Strauss, der spätere Erfinder der Denim-Jeans, fertigte die ersten Hosen aus Canvas.

# Die neue Wanderlust



Über viele Jahre hatte Wandern ein eher angestaubtes Image. Wandern, das war in der Vorstellung vieler junger Leute eher was für die Alten. Dieses Bild hat sich gewandelt. Und wie so oft: Was gestern noch out war, ist heute schlagartig im Trend. Wandern bildet da keine Ausnahme. Wer sich in der Natur besonders nachhaltig bewegen möchte, macht sich ohne Plastik auf den Weg. Ganz gemäß dem allseits beliebten Kinderdenkspiel „Ich packe meinen Koffer und nehme mit ...“ heißt es hier: „Ich packe meinen Rucksack und stecke ein ...“.



#### Leicht, langlebig, hochwertig

18/8 Edelstahl-Trinkflasche  
Relags GmbH  
[www.relags.de](http://www.relags.de)  
PSI 48295



#### Natürlich verpackt

Recyclefähige Biolinie  
dom Polymer-Technik GmbH  
[www.dom-pt.com](http://www.dom-pt.com)  
PSI 40723



NEU



NEU



# CD LUX

## NEU

Jetzt Katalog  
anfordern!

I ♥ MILKA  
*Pralines*



EXPRESS



NEU



TIPP



# Süße Werbemittel in Premium- Qualität!

[www.cd-lux.de](http://www.cd-lux.de)

NEU



TIPP



NEU



NEU





## PSI und PromoTex Expo

# Das Beste aus zwei Werbewelten

Wo Werbeartikel sind, sind Textilien nicht weit, denn haptische und textile Werbung entfalten gemeinsam eine unschlagbare Wirkung. Das lässt sich an vielen gelungenen Kampagnen bestens studieren. Dass sich beide Werbewelten nun erstmals getrennt, aber dennoch parallel präsentierten, schärft das jeweilige Profil und lässt Synergien und Potenziale deutlicher hervortreten. Impressionen, Informationen und Highlights einer erfolgreichen Premiere.



## PSI After Work

# Die Branche tanzt

Dass die Branche ausgiebig zu feiern versteht, zeigte sich einmal mehr bei der PSI After Work Party. Und die ist längst zu einem lieb gewonnenen Eintrag im PSI Messekalender geworden. Bereits zum fünften Mal fand das Veranstalter-Event im geräumigen Chill-Out-Bezirk der Halle 9 statt. Chillen, networken, snacken und tanzen hieß es dann auch wieder am Abend des ersten Messetages in der sich rasant füllenden Party-Zone. Kulinarisch schafften die Klassiker Currywurst und Hot Dog sowie ein vegetarisches Gericht Abhilfe bei knurrenden Mägen. Ein kühles Altbier, ein gutes Glas Wein sowie eine ganze Reihe nicht-alkoholischer Getränke standen für die durstigen Kehlen bereit. Und die gab es zuhauf – spätestens als die Band „saxvibes“ aus Düsseldorf für den passenden Groove sorgte. Die Eventband, die ein Repertoire von erlesener Dinnermusik bis zur mitreißenden Party-show bietet, zeigte ihr ganzes Können und lockte mit ihrer Live-Performance alle Feierwilligen und Bewegungsfreudigen alsbald auf die Tanzfläche.





Promoswiss-Vorstandsmitglied Nadine Schneider und Senator-Geschäftsführer Daniel Jeschonowski begrüßten die Gäste.

## Promoswiss Apéro

# Entspanntes Treffen mit schweizer Akzent

Bereits zur schönen Tradition geworden ist der Apéro des Verbandes der Schweizerischen Werbeartikelindustrie Promoswiss. Ebenfalls Tradition ist es, dass der eidgenössische Branchenverband jeweils bei einem anderen der Promoswiss-Partner zum Get-together lädt. Diesmal hatte sich Senator als Gastgeber bereiterklärt. Am Stand des renommierten Herstellers von Schreibgeräten, Bechern und Tassen für Werbezwecke fanden sich nach und nach zahlreiche Vertreter von ausstellenden Promoswiss-Lieferanten ein, um sich bei Getränken und Häppchen auszutauschen,



Entspannt parlierend ließ man den zweiten Messetag ausklingen.

### Fritz Haasen, Kalfany Süße Werbung

#### „Uns hat die Messe geschmeckt“



Wir bewerten die Bemühungen, die Messe attraktiver zu machen und alle Beteiligten aus dem Markt einzubinden, als sehr positiv. Unser diesjähriges Motto auf der Messe lautete „Werbewirkung schmeckt“ und uns hat die Messe geschmeckt. Unser Highlight war das Thema Web 2 Print, womit der Händler spielen kann. Veredelung in kleinen Stückzahlen ist ein absoluter Trend und wird von uns dadurch optimal abgebildet. So erschließen wir uns neue Zielgruppen. Neue Zielgruppen erschließen sich auch durch die Parallelität der drei Messen, daher sehen wir diesen Schritt sehr positiv.

über kommende Projekte zu sprechen oder einfach locker zu plaudern. Stellvertretend für Promoswiss begrüßte Nadine Schneider, im Vorstand zuständig für Aus- und Weiterbildung, die Anwesenden und verwies auf das PSF-Forum am 21. Mai in der Umweltarena in Spreitenbach, dem wie im Vorjahr am Tag darauf an gleicher Stelle die schweizer Ausgabe der Newsweek folgen und so die im vergangenen Jahr gestartete Kooperation von Promoswiss und dem GWW weiterführen wird. Senator-Geschäftsführer Daniel Jeschonowski, dem es gemeinsam mit den lokalen Führungsteams in Groß-Bieberau und den ausländischen Tochtergesellschaften gelang, das Kerngeschäft zurück auf den Wachstumspfad zu führen, Senator erfolgreich zu sanieren sowie vom zwischenzeitlichen Eigner Perusa Partners zurückzukaufen und somit wieder zum Familienunternehmen zu machen, freute sich über seine Rolle als Apéro-Gastgeber. So stieß man auf einen entspannten Ausklang des Messetages an.

[www.senator.com](http://www.senator.com) – [www.promoswiss.ch](http://www.promoswiss.ch)

## Club Krawatte Crefeld

# Modern Suiting erobert die Laufstege

Modern Suiting erobert die Laufstege und damit auch unsere Straßen, Büros und Cafés. Der einzigartige Look verbindet klassische Kleidungsstücke, etwa Sakko, Hemd, Halstuch oder Krawatte mit alltäglichen oder auch sportlichen Elementen – ein Trend, der vor allem die Herren-Krawatte neu inszeniert. So entsteht ein individueller und frischer Look, der elegant und unkompliziert zugleich wirkt. Mit seinem neuen Angebot hochwertiger Krawatten und Schals sorgt Club Krawatte Crefeld dafür, dass Mann sein tägliches Styling perfektionieren kann. Seit nunmehr über 40 Jahren tragen die Krefelder zu einem geschmackvollen, stimmigen Erscheinungsbild und einem professionellen Auftritt des Herrn bei. Spezialisiert auf textile Accessoires bietet das Traditionsunternehmen mit individualisierten Krawatten maßgeschneiderte Sonderanfertigungen im Corporate Design. Zum Sortiment zählen mittlerweile neben den Bindern edle Tücher und Schals sowie Hemden und Blusen. Die ganze Bandbreite seiner Kollektion zeigte das Unternehmen auch auf der PromoTex Expo. Und die neuen, jungen Akzente des Modern Suiting Marke „CCC“ waren auch ein besonders sehenswerter Part der Catwalk-Inszenierungen. [www.club-krawatte.de](http://www.club-krawatte.de)



Die neuen, jungen Akzente des Modern Suiting Marke „CCC“ gliederten sich als besonders sehenswerter Teil den Catwalk-Inszenierungen mit ein.



Gute Laune am CHOICE-Stand zum Ende des zweiten Messtages (v.l.): Volker Griesel, Kathrin Stühmeyer-Halfar, Armin Halfar und Peter Leseberg.

## CHOICE

# Produktoffensive in Halle 12

Die unter dem Dach der JCK Holding und dem fast schon zum Markenzeichen gewordenen Label CHOICE partnerschaftlich verbundene Gruppe der sechs Lieferanten Gustav Daiber, Fare, Halfar, Karlowsky Fashion, mbw und SND stellte ihren Auftritt auf der PSI diesmal unter das Motto „Connecting Passion – the sky is no limit!“. Wie schon beim Preview vergangenen November gewissermaßen als „Vorgeschmack“ serviert, waren nun bis auf das Sortiment von Karlowsky Fashion alle neuen Kollektionen am Gemeinschaftsstand in Halle 12 vereint. Auch diesmal waren die Counter der Unternehmen ständiger Anziehungspunkt. Gustav Daiber präsentierte seine beiden stylischen Marken James & Nicholson und myrtle beach unter dem zeitgemäßen Motto #ALLYOONEED. Aktuelle Trends und eine marktgerechte Sortimentserweiterung bestimmten die Produktneuheiten des Qualitätsschirmherstellers FARE. Mit vier Taschenwelten gab es auch beim Spezialisten Halfar viel Neuland zu entdecken: Innovation, Function, Trend und Family+ heißen sie und zeigen 40 spannende Novitäten. Mit Sympathie und guter Laune konnte die Produktoffensive der Werbemittelprofis von mbw punkten. Auch bei CHOICE schätzt man neben Neuheiten die Traditionen. So luden die Unternehmensschwestern auch diesmal zum traditionellen Sektempfang am Stand zum Ende des zweiten Messtages. Anschließend begab man sich zusammen mit treuen Kunden und Partnern zum zünftig-rheinischen Dinner, dem so genannten „CHOICE Familienabend“, in der Düsseldorfer Brauereigaststätte „Zum Schiffchen“, um sich für den letzten Messtag zu stärken.



Mit anregenden Gesprächen und herzhafter Küche stärkte man sich in der Düsseldorfer Brauereigaststätte „Zum Schiffchen“.



Drei Tage lang  
feierte Crimex  
auf der PSI  
Geburtstag.

## 20 Jahre Crimex

# Drei Tage Party auf der PSI

Natürlich sind zwei erfolgreiche Jahrzehnte ein Grund zum feiern. Doch der Anbieter innovativer Werbeartikel Crimex wäre nicht Crimex, wenn er dies Jubiläum nicht auf außergewöhnliche Art und Weise zelebrieren würde. Und so wählten sich Claus Roeting und seine Crew das Flaggschiff der europäischen Werbeartikelindustrie, die PSI, als geeigneten Ort, diesen Geburtstag an gleich drei Tagen angemessen zu begehen. „Dort präsentieren wir uns natürlich als Händler, sind aber auch stolz, uns außerdem als wachsendes Unternehmen zeigen zu können“, so Crimex-Geschäftsführer Claus Roeting. Der Einladung zur Party folgten denn auch viele Crimex-Fans, so dass am Stand nahezu dauerhaft beste Stimmung zu verzeichnen war – anregende (Geschäfts-)Gespräche selbstverständlich inklusive. [de.crimex.com](http://de.crimex.com)

### Kim Köhler, Kandinsky Deutschland

#### „Tolle Hintergrundgespräche“



Wir haben tolle Hintergrundgespräche geführt, sowohl mit Bestandskunden, als auch mit potenziellen Neukunden. Insgesamt hatten wir einen sehr guten Zulauf und haben viele Händlerkollegen getroffen. Wir haben ein besonderes Interesse an den neuen Bereichen festgestellt. Es scheint eine logische Befruchtung von sich ergänzenden Angeboten zu sein.

## Dankebox

# Grandiose Premiere

Das Werbeartikel-Startup Dankebox war äußerst positiv überrascht von seiner Messepremiere auf der PSI. „Die Besucherfrequenz und -qualität war durchgehend extrem hoch. Bisweilen kamen wir mit der Aufnahme von Interessenten kaum hinterher. Wir haben so viele qualifizierte Leads gewonnen wie auf keiner anderen Messe und auch sonst keinem anderen Marketingkanal“, freute sich Gründer Alexander Hoyer, der den Interessenten das Konzept des neuartigen Produkts erklärte: Die Dankebox als innovative All-in-one-Lösung kann Unternehmen bei der Bindung ihrer Geschäftspartner unterstützen. Sie wird nachhaltig in einer Düsseldorfer Werkstatt für Menschen mit Behinderungen hergestellt und vollständig nach Kundenwunsch individualisiert. Mit hochwertigen Inhalten von Familienunternehmen und Manufakturen gefüllt bietet sie einen Gegenpol zu Geschenkartikeln „von der Stange“. Der Kunde bekommt große Wirkung bei kleinem Aufwand. Denn er wählt nur eine der vier Varianten aus, übermittelt sein Logo und bestimmt die Farben und den Grußkartentext. „Die Besucher zeigten sich sehr interessiert und haben konkrete Angebote angefragt. Alles in allem sind wir sehr zufrieden mit unserer Messteilnahme. Die PSI 2020 ist für uns schon jetzt ein Pflichttermin“, so Hoyer. [www.dankebox.de](http://www.dankebox.de)



**Gelungener Start ins Werbeartikel-Business: Alexander Hoyer (r.) war mit dem ersten PSI-Auftritt seines Start-ups Dankebox sehr zufrieden.**

## Dr. Scholze Confiserie

# Der Keks, der Firmen-Namen trägt

Ob Süßes, Herzhaftes oder edle Tropfen – am GUSTO Tasting Pavilion dreht sich alles ums Probieren. Hier können Aussteller ihre Spezialitäten und innovativen Food-Kreationen auf die wirksamste Art präsentieren: als Kostprobe, ergänzt durch Produktinformationen und Tipps zum Einsatz ihrer Produkte. Besonders wirkungsvoll werben Unternehmen mit den Premium-Gebäcken der traditionsreichen Lüneburger Manufaktur Dr. Scholze Confiserie, die viele Werbe-Ideen rund um ihre hochwertigen Spitzenprodukte präsentierte. Torsten Langner und Kerstin Harms stellten unter anderem folgende Neuheit vor: „Bei unserem Logo-Gebäck aus knusprigem Mürbteig werden Namen oder Botschaften individuell auf den Kekse geprägt, und das schon ab einer Auflage von 500 Stück.“ Die leckeren Werbeträger gibt es neutral sowie in sieben Geschmacksrichtungen und verschiedenen Größen und Formen. Daneben ist ein breites Sortiment an Premium Ganzjahres- und Weihnachtsgebäck erhältlich, in diversen (auch personalisierten) Verpackungen verschiedener Größe von der Einzelverpackung bis hin zur Konferenzmischung. Mit Gebäck in dieser Qualität ist man jedenfalls gut beraten. [www.drscholze.com](http://www.drscholze.com)



Gusto ist der Hotspot für kulinarische Werbung. Torsten Langner und Kerstin Harms von Dr. Scholze Confiserie stellten ihr neues Logo-Gebäck vor.



Stippvisite von Vorjahressiegern auf dem Areal der PSI Sustainability Awards: Anna-Maria Dietz und Geschäftsführer Volker Riedle vom Papiertaschenmacher Riedle, die mit ihrer multisensorischen Tasche aus Graspapier in der Kategorie „Sustainable Product – Paper“ erfolgreich waren.

## PSI Sustainable Awards

# Nachhaltigkeit lohnt sich

Auch die Werbemittelindustrie ist sich mehr und mehr ihrer Verantwortung für einen lebenswerten Planeten bewusst. Davon zeugt der in den vergangenen Jahren steigende Anteil umweltverträglicher und sozial verantwortlich produzierter Promotionsprodukte. Das PSI setzt hier mit seinen Sustainability Awards proaktive Impulse und honoriert seit drei Jahren nachhaltige Werbeatikel und Kampagnen. Den Gewinnern der jüngsten Awards war eine eigne Ausstellungsfläche gewidmet, bei der sich Aussteller und Besucher Anregungen und Ansporn holen konnten, ihre eigenen Aktivitäten in punkto Nachhaltigkeit zu verbessern. Entsprechend gut und gern frequentiert zeigte sich dieses Areal denn auch während der drei Messetage. Informationen und Anmeldungen zu den PSI Sustainability Awards finden Interessierte auf der Webseite des PSI unter: [www.psi-network.de](http://www.psi-network.de)

## mbw Quality Time

# Experten-Talk in Sachen Qualität

Nicht nur um die sympathischen und allseits beliebten Werbeträger ging es beim norddeutschen Lieferanten mbw. Am Gemeinschaftsstand der Choice-Gruppe – diesmal erneut Publikumsmagnet in Halle 12 – lud das Unternehmen, bekannt mit den knuddeligen Vertretern der Marken Schmoozies®, Minifeet®, Squeezies® und Schnabels®, jeweils stündlich unter dem Motto „Wir schenken Ihnen Quality Time“ zu 30 Minuten Experten-Talk zum Thema Qualität von Werbeartikeln. Die Runden stießen auf großes Interesse beim Fachpublikum der Messe, denn hier war aus erster Hand zu erfahren, worauf es beim Kauf von Werbeartikeln ankommt. „Jeder Werbeträger repräsentiert auch das werbende Unternehmen. Vor diesem Hintergrund ist die Qualität des ein-

gesetzten Artikels besonders wichtig, denn der Eindruck, den der Werbeartikel hinterlässt, wird auf den Absender übertragen. Darüber hinaus kommunizieren gute und sichere Werbeträger auch Wertschätzung gegenüber dem Empfänger“, weiß mbw-Geschäftsführer Jan Breuer.

### Hausinternes Qualitätsmanagement

Seit Juli 2012 hat mbw ein hausinternes Qualitätsmanagement etabliert. Die Abteilung kümmert sich ausschließlich um die Überwachung der Produktqualität, die Einhaltung von Richtlinien und Normen und die Prozessoptimierung im Unternehmen. Der Leiter der Abteilung, Lutz Franke, arbeitet seit fast 20 Jahren im Quali-

tätsmanagement und hat somit eine große Expertise. Flankiert und fachlich ergänzt wurde er auf der PSI von Beke Rüten-Budde, Fachexpertin für Spielzeug und Lebensmittelkontaktmaterialien, vom Prüfinstitut Hansecontrol aus Hamburg. Gemeinsam brachten sie an den drei Messetagen den PSI-Händlermitgliedern (die am Industrietag auch ihre Kunden mitbringen durften) das mbw-Qualitätsmanagement näher und beantworteten und Fragen rund um das Thema „Qualität und Produktsicherheit“.

### Zapfexperte am Werk

Ein weiteres Qualitätsprodukt gab es am Abend des ersten Messetages am Standsegment von mbw: frisches Kölsch für heiß gelaufene Messeteilnehmer, natürlich gezapft vom Expertenoriginal Bert Schmitz alias Köbes Bert aus Hückelhofen, dem Vor- und Urbild des Ant-Stress-Produkts „Herr Bert“, das neben eine Fülle von Varianten selbstverständlich auch in der Version „Köbes Bert“ zu haben ist.

[www.mbw.sh](http://www.mbw.sh)

Durfte auch diesmal nicht fehlen: Original Bert Schmitz alias Köbes Bert aus Hückelhofen beim fleißigen Kölsch-Zapfen.



Immer gut besucht: die Qualitäts-  
expertenrunden bei mbw.



## Eagle Products

# Individuelle Präsente mit Wohlfühlfaktor

Die Marke Eagle Products ist vielen Kunden aus dem gehobenen Fachhandel bekannt: Sie steht für hochwertige Accessoires und Heimtextilien überwiegend aus Naturmaterialien Made in Germany. Das macht sie zu geschätzten, langlebigen Präsenten und werbewirksamen Produkten mit Wohlfühlfaktor. Das Unternehmen aus Hof hat einige Zeit als PSI-Aussteller pausiert, fühlte sich aber von dem Konzept der PromoTex Expo sofort angesprochen: „Hier können wir uns dem Handel als leistungsfähige Textilmanufaktur präsentieren, die die dank inländischer Fertigung höchsten Ansprüchen hinsichtlich Qualität und Service gerecht wird. Gerade der Werbeartikelhandel profitiert von unserer Herstellerkompetenz: Dank eigener Weberei und Stickerei können wir ein breites Sortiment an



Timo Dömel von Eagle Products präsentierte individuelle Accessoires aus der Textilmanufaktur.

Decken, Kissenhüllen, Schals, Tüchern und Mützen anbieten – auch in geringen Mengen, in Eigendesign nach Kundenwunsch sowie individualisiert. Kurzfristiger Musterversand gehört ebenfalls zum Service“, berichtet Timo Dömel, der den Werbemittelhandel betreut. Gerade das große Spektrum an Artikeln und Materialien, etwa vom edlen Cashmere-Plaid über die Schurwoll-Decke bis zur Fleece-Decke mit Baumwollanteil macht das Angebot von Eagle Products so attraktiv. „Wir waren sehr zufrieden mit unserem Messeauftritt und haben ernst zu nehmende Anfragen registriert“, so Dömels positives Fazit.



Referentin Ina Becker von „Der grüne Punkt - Duales System Deutschland GmbH“ klärte über das Verpackungsgesetz auf.

## Fachvortrag

# Verpackungsgesetz und Werbeartikel

Wenn neue Gesetze die Branche betreffen, ist es von unschätzbarem Nutzen, einen starken Partner wie das PSI Netzwerk an der Seite zu haben. Zurzeit wirft ab das 1. Januar 2019 geltende Verpackungsgesetz noch viele Fragen auf. Für Klarheit sorgte hier ein gut besuchter Vortrag mit Fragestunde auf der PSI in der Members Lounge in Halle 10. Referentin war Ina-Maria Becker von „Der grüne Punkt - Duales System Deutschland GmbH“, die aktuelle Fakten präsentierte und der Frage nachging, welche Auswirkungen sich für die Branche ergeben. Mehr dazu in der kommenden Ausgabe.

## Marco Kröhn, Moleskine B2B Distribution D-A-CH/Scandinavia

### „Für Moleskine eine wichtige Messe“



Die PSI zum Jahresauftakt ist für Moleskine eine sehr wichtige Messe. Und die ersten beiden Tage liefen auch sehr gut für uns. Aber die Marke Moleskine hat mit ihren intelligenten Lösungen für die Verbindung von haptischen Erlebnissen zur digitalen Welt auch viel zu bieten. Bei der Standgestaltung haben wir uns am Storekonzept des Unternehmens orientiert. Das kam sehr gut an. Gefühlt hatten wir bislang wesentlich mehr Frequenz und Qualität am Stand als 2018. Möglicherweise liegt dies auch mit an der Neustrukturierung der Standflächen, denn viele Messe Gäste sagten, sie hätten uns jetzt erstmals hier wahrgenommen, obwohl wir doch schon seit 2012 auf der PSI vertreten sind. Nun sind wir gespannt auf den Industrietag.



## Fachvortrag Intertek

# Qualität als Wettbewerbsvorteil

Nicht nur seitens des Gesetzgebers, auch von Industriekunden werden zunehmend strengere Anforderungen an die Qualität und Sicherheit von Produkten gestellt. Deswegen ist die Branche gefordert, sich weiter zu professionalisieren. Unterstützt wird dies auch von PSI, das seit über zehn Jahren mit den Experten von Intertek zusammenarbeitet, wie etwa im Rahmen des Vortragsprogramms auf der diesjährigen PSI. Dort informierte Martin Mündlein, Direktor Global Project & Service Management (Intertek Holding Deutschland GmbH) in zwei Keynotes über die Themen Qualitätssicherung und Risikoprävention. Er zeigte typische Risiken beim Einkauf von Werbeartikeln auf und erklärte, wie Importeure durch geschicktes Lieferantenmanagement Transparenz schaffen können. Denn Qualität ist auch in unserer Branche ein Wettbewerbsvorteil, den es zu nutzen gilt. PSI Mitglieder können auch Inhouse-Seminare unter der Leitung von Martin Mündlein buchen, die diese Themen vertiefen und individuelle Lösungsansätze vermitteln.

Martin Mündlein von Intertek (2.v.r.) beantwortete nach seinem Vortrag zu Qualitätsmanagement und Produktsicherheit Fragen der Teilnehmer.

## Meinhard Mombauer, REFLECTS

### „Für uns das Branchenevent“



Für uns ist das Thema Frequenz zu 100 Prozent aufgegangen. Die PSI ist für uns *das* Branchenevent. Sowohl hinsichtlich des deutschen als auch des internationalen Marktes ist sie eine wichtige Plattform. Wir haben uns über viel positives Kundenfeedback gefreut und sind insgesamt sehr zufrieden.

## Goldstar Europe

# Irish-gute Stimmung

Aller guten Dinge sind drei: Bereits zum dritten Mal hatte Goldstar Europe, Werbeartikellieferant mit Produktionsschwerpunkt auf hochwertigen Metallkugelschreibern mit Hauptsitz im irischen Dundalk, einen der bekanntesten und erfolgreichsten Sänger der grünen Insel, Cathal Dolan, eingeladen. Schon zum Abend des ersten Messtages sorgte er mit seiner Interpretation irischer Traditionals am Messestand der Schreibgerätespezialisten für adäquate Pub-Atmosphäre. Das Goldstar-Messteam und dessen Gäste ließen den Tag so gemeinsam in entspannter Atmosphäre ausklingen. Nach einem von vielen vielversprechenden Kontakten und Gesprächen geprägten Tag war die Stimmung nun selbstverständlich irisch-gut.

[www.goldstar-europe.com](http://www.goldstar-europe.com)



Erneut begeisterte Cathal Dolan die Standgäste mit irischen Songs.



## Herka Frottier

# Werbung in Frottier für höchste Ansprüche

Das traditionsreiche österreichische Familienunternehmen gehörte viele Jahre zu den Stammausstellern der PSI. Denn der vielfach zertifizierte Produzent hochwertiger Frottierwaren bietet dem Werbeartikelhandel eine breite Palette überzeugender Qualitäts-Werbemittel: „Wir versehen Hand-, Gäste- und Badetücher, Sauna-, Strand- und Pooltücher, Golftücher, Sportschals, Badevorleger, Geschenkartikel und Bademäntel mit dem gewünschten Logo oder einer Werbebotschaft als einprägsame Sonderanfertigung. Standardmäßig führen wir rund hundert Artikel in unzähligen Farben und Größen“, so Axel Weimar und ergänzt: „Anfangs waren wir nicht sehr überzeugt von der Platzierung auf der PromoTex Expo, denn wir haben vom bunten Mix der Produktgruppen auf der PSI profitiert und waren dort sehr zufrieden.“ Hier auf der PromoTex Expo könne Herka zwar sein textiles Profil schärfen, sei jedoch auch stärker mit dem Wettbewerb konfrontiert. Nachdem er einen Kunden verabschiedet hat, fügt Firmeninhaber und Geschäftsführer Thomas Pfeiffer hinzu: „Wir haben viele unserer Stammkunden hier am Stand gehabt, das ist schön. Was wir ein wenig vermischen, sind die Händler, die einfach vorbeikommen und sich umsehen. Denn auch ihnen möchten wir zeigen, was wir als Hersteller für sie leisten können.“ Das erläutert uns Pfeiffer an beeindruckenden Produkt-Beispielen. „Wir können auch herausfordernde Designs umsetzen, wie etwa sehr feine Schriften, die auch im Frottier noch gut lesbar sind oder sogar Bilder. Auch Reliefschriften mit Bordüreneffekt sind anspruchsvoll in der Produktion, denn hierbei werden zwei Techniken kombiniert.“ Herka bietet alle Frottierwebtechniken an und kann auch kleinste Mindestmengen bei jaquard-gewebten Frottierwaren liefern – nachhaltig, umweltfreundlich und mit einem hohen Maß an Flexibilität und Liefertreue. [www.herka-frottier.at](http://www.herka-frottier.at)

Herka steht für Hersteller-Kompetenz in hochwertigen Frottierwaren: Geschäftsführer Thomas Pfeiffer (r.) mit Axel Weimar, der den Werbeartikelhandel bei Sonderanfertigungen berät.

## Hultafors

# Maßgenaue Werbung

Die Hultafors Group mit ihrem Portfolio von renommierten Marken, deren Erzeugnisse professionell getriebene Handwerker in Bezug auf Funktionalität, Sicherheit und Gesamtproduktivität ganz weit nach vorne bringen, hatte auf ihrer Standfläche ein Tischfußballspiel platziert – mithin ein Anziehungspunkt, an dem spielfreudige Herren (und Damen) nur schwer vorbeikommen. Über dieses „Vehikel“ wurde die Aufmerksamkeit der Besucher natürlich leicht auch auf die hochqualitativen Produkte des Sortiments weiter geleitet, beispielsweise den neuen Gliedermaßstab von 240 cm Länge, der ein genaues Messen auch für längere Strecken ermöglicht, ohne den Maßstab zu versetzen. Bis heute werden Gliedermaßstäbe aus Glasbirke in Hultafors/Schweden produziert, vollautomatisch und zertifiziert nach ISO 9001. Jedes Glied eines Maßstabes wird mehrfach mit einer Hochgeschwindigkeitskamera geprüft zur Kontrolle von Form und Lage der Skala. [www.hultaforsgroup.de](http://www.hultaforsgroup.de)



Erst messen im Kickern, dann Maß nehmen mit dem neuen langen Gliedermaßstab von Hultafors.

## Malgrado fashion & promotion

# Textile Sonderprodukte grenzenlos individuell

Malgrado, der zuverlässige Partner für trendige Werbetextilien und langjähriger PSI-Aussteller, war in diesem Jahr im Bereich Merchandising & Licensing platziert. Anfangs machten sich Geschäftsführer Dirk Schmidt und Sales Managerin Sonja Rüth ein wenig Gedanken, ob ihre Kunden sie hier, in der Übergangszone zwischen PSI und PromoTex Expo, auch finden würden. „... zumal wir auch kein Anbieter von Lizenzen sind“, gab Schmidt zu bedenken. Doch als wir sie am letzten Messetag nochmals besuchten, hatten sich alle Vorbehalte in Luft aufgelöst. „Die meisten Kunden, die wir eingeladen hatten, waren bei uns, auch Interessenten von den anderen Mes-

sen kamen vorbei“, so Dirk Schmidt und zieht damit eine positive Bilanz des Messeauftritts. Dessen Ziel war es, das ganzheitliche Leistungsspektrum von Malgrado aufzuzeigen. „Wir sind Spezialist für Sonderproduktionen im Bereich Werbeartikel und Promotion – aber viel mehr als Produzent“, erklärt Schmidt. „Als Full-Service-Dienstleister mit zwei Jahrzehnten Erfahrung können wir im Textilbereich alle Leistungen aus einer Hand



Geschäftsführer Dirk Schmidt und Sales Managerin Sonja Rüth.



anbieten“, so Schmidt. Abgedeckt werden sämtliche Services, also Beratung, Artwork, Produktion, Druck sowie Dekoration, Verpackung nebst Kommissionierung, Qualitätskontrolle bis hin zur Auslieferung. Hinsichtlich Qualität und Produktsicherheit erfüllt Malgrado höchste Standards. „Unser breit gefächertes Angebot im Textilbereich kann auch für Lizenzinhaber interessant sein, die zuverlässige und professionelle Produzenten suchen. Ihnen bieten wir individuelle Leistungen von der Konzeption bis zum fertigen Produkt, auch ganze Kollektionen, etwa vom Shirt über die Socke bis zum Handtuch“, ergänzt Sonja Rüth. Höchsten Ansprüchen gerecht zu werden, ob sie nun von der Werbeartikel-, Lizenz- oder Merchandising-Branche kommen, ist für Malgrado eine Herausforderung, die das Unternehmen gerne annimmt.

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



Vielseitige Textilkompetenz von Malgrado: Eine Picknickdecke, Arbeitshandschuhe speziell für den Tiefkühlbereich, Caps für Porsche und Socken für den Landwirtschaftsverlag.

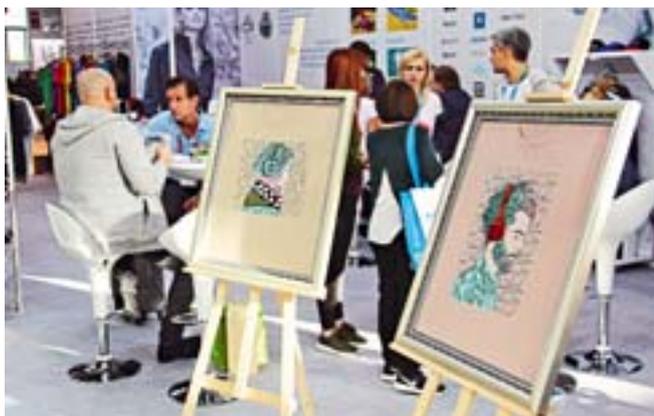




## PSI Jubilare

# Ehrennadel für langjährige Mitglieder

Die PSI Members Only Lounge bildete den passenden Rahmen für die Ehrung langjähriger PSI Mitglieder. In dem neu geschaffenen, großzügigen Bereich in Halle 10, der ausschließlich PSI Mitgliedern vorbehalten war, überreichte Michael Freter, Geschäftsführer Reed Exhibitions Deutschland, am ersten Messetag mehrfach Ehrennadeln. Im Jahr 2018 haben insgesamt 148 Mitglieder runde Jubiläen gefeiert. Konkret ist hier die Rede von 25-, 30-, 40- und gar 50-jähriger Zugehörigkeit zum internationalen Netzwerk der Werbeartikelwirtschaft. Und das ist eine bemerkenswerte Treue, wenn man bedenkt, dass das PSI selbst erst 1962 gegründet wurde. Diese Treue wurde im Rahmen einer kleinen Feierstunde mit Sektempfang auf der Leitmesse der europäischen Werbeartikelwirtschaft gebührend gewürdigt. Zwar waren nicht alle Jubilare vor Ort. Doch diejenigen, die entweder als Aussteller oder Händler-Fachbesucher in Düsseldorf waren, wurden entsprechend bedacht. 2018 feierten insgesamt 71 Hersteller und Händler ihre 25-jährige Zugehörigkeit zum PSI, 42 Hersteller und Händler sind seit 30 Jahren fester Bestandteil des internationalen Netzwerks der Werbeartikelwirtschaft. 27 Hersteller und Händler blicken bereits auf 40 Jahre zurück. Acht Mitglieder sind seit einem halben Jahrhundert nicht mehr aus dem PSI wegzudenken.



**Blickfang am Stand: Einige besonders schöne prämierte Shirt-Motive.**

Insgesamt 148 Mitglieder feierten im Jahr 2018 eine mehrjährige runde oder halbrunde Zugehörigkeit zum internationalen Netzwerk der Werbeartikelwirtschaft. Die auf der PSI 2019 entweder als Aussteller oder Händler-Fachbesucher anwesenden Jubilare wurden vor Ort mit der Ehrennadel ausgezeichnet.

## Lynka

# Preisgekrönte Design-Shirts

Stets gut besucht gab sich der Stand von Lynka, dem polnischen Veredler von Promotionsbekleidung, auf der Promo-Tex Expo. Seit der Firmengründung vor mehr als 20 Jahren hat sich Lynka als Dienstleister für Werbemittelhändler und -agenturen im Bereich Markenbekleidung und Zubehör etabliert. Heute ist Lynka einer der führenden Distributoren auf seinem Gebiet in Europa und weltweit anerkannt als eines der besten Siebdruck- und Veredelungsunternehmen. Von der 3.200 Quadratmeter großen topmodernen Produktionsstätte, zentral im polnischen Krakau gelegen, liefert Lynka täglich veredelte Werbekleidung an Kunden in 20 europäischen Ländern. Dass Lynka einen besonderen Ruf in der Entwicklung und Reproduktion von besonderen Veredelungstechniken genießt, war auch am Messestand evident. Ob es sich nun um High Density, Spezialgel oder Glow-in-the-Dark-Tinte handelt – Lynka ist immer vorne mit dabei, wenn es um neue Trends in der Werbekleidungs-Branche geht. John

Lynch, Gründer und Geschäftsführer von Lynka: „Mit besonderen Tinten und Drucktechniken sorgen wir dafür, dass das Bild Ihres Kunden sich von der Masse abhebt.“ Zahlreiche internationale Designpreise zeugen von der besonderen Veredelungs-Expertise des polnischen Unternehmens. Einige besonders kunstvolle Shirt-Motive sorgten am Stand auf Maler-Staffeleien für anziehenden Blickfang. [www.lynka.eu](http://www.lynka.eu)



## Fair Trade Cafés powered by Mahlwerck

### Nachhaltiger Genuss

Porzellan-Mehrweg – statt Plastik-Wegwerfbecher. So lautete auch zur 57. PSI das Motto. Einmal mehr unterstützte Mahlwerck mit seinen Fair Trade Cafés diesen Gedanken. Der „to go“-Spezialist war in diesem Jahr in allen sechs Messehallen vertreten und versorgte Besucher mit kostenlosen koffeinhaltigen Heißgetränken in wiederverwendbaren Porzellanbechern. Die Porzellan-Mehrwegbecher waren gegen eine Pfandgebühr in allen Cafés erhältlich und konnten auch dort zurückgegeben werden. Längst hat sich Mahlwerck eine große Fangemeinde erschlossen. Und vermutlich hat sich diese Gemeinde 2019 vergrößert. Dazu beigetragen haben könnte auch der von Mahlwerck in der PSI Members Only Lounge zusätzlich präsentierte Coffee Spot, ein Mehrwegsystem, das komplett ohne Personal auskommt. In

einem dreistufigen System wird zunächst der gewünschte Mehrweg-Porzellanbecher gewählt, danach am Kaffeeautomat der Kaffee gezogen und nach dem Genuss kann der Becher dann am Rückgabeautomat wieder abgegeben und das Pfand zurückgebucht werden. Das Ganze funktioniert über bargeldlosen Zahlungsverkehr. Die Fair Trade Cafés wie auch der Coffee Spot waren also gleich ein doppelter Genuss: kostenloser köstlicher Kaffee und gelungener nachhaltiger Beitrag. [www.mahlwerck.de](http://www.mahlwerck.de)



## Magballs

### Magnetische Neuheit

Gebrandete Golfbälle sind zweifellos beliebte Werbeträger. Doch sie bleiben meist unmittelbar im Golf-Umfeld oder gehen während des Spiels verloren – und mit ihnen die Werbebotschaft. Bleibenden Imagetransfer garantieren dagegen die magnetischen Golfbälle von Magballs. Denn dank ihrer genialen Funktionalität sind sie einzigartige, sympathische Werbeartikel für Golfturnier-Sponsoren, Golfclubs, Golfhotels, Souvenirshops und alle Werbetreibenden mit golf-affinen Zielgruppen. „Unsere bedruckten Golfbälle sind ideale Give-aways, die etwa bei Abendveranstaltungen oder im Rahmen von Aktionen verteilt werden können. Da sie magnetisch sind, werden sie mit nach Hause oder ins Büro genommen und erobern dort Kühlschränke, Monitore, Magnettafeln und Flipcharts. Oder sie werden zum Bild- oder Smartphone-Halter“, erklärt Thilo Raisch sein beim Marken- und Pa-



Überzeugten die Besucher mit Sachkenntnis und guter Laune von ihren magnetischen Golfbällen: Thilo Raisch (l.) mit Sohn Tomes und Vertriebler Thomas Haerberli.

tentamt registriertes Produkt. „Sie wecken positive Assoziationen, wirken entspannend als Handschmeichler und werben subtil und langfristig – sie sind also wie geschaffen für erfolgreiche Markenkommunikation.“ Auf unserem Bild sehen wir Thilo Raisch (links) mit Sohn Tomes und Vertriebler Thomas Haerberli – die die Golfbälle überzeugend präsentierten. Entsprechend zufrieden waren sie mit der Resonanz am Stand. [www.magballs.de](http://www.magballs.de)

## PSI Members Only Lounge

# Haptisches Erlebnis

900 Quadratmeter Mitgliedervorteile mit Erlebnischarakter. So in etwa lässt sich die zur PSI 2019 neu geschaffene PSI Members Only Lounge in Halle 10 beschreiben. Sie war exklusiv Händler-Mitgliedern vorbehalten und war inmitten des Messetrubels gemütlicher Rückzugsort für Gespräche, ruhiges Arbeiten oder kleine Stärkungen zwischendurch. Zur besseren Orientierung war die Lounge in vier Themenbereiche aufgliedert: Drinks & Snacks, Chill & Relax, Network & Communicate sowie Work & Focus. Mit dem neuen Angebot hatte das PSI offensichtlich genau den Nerv der Besucherinnen und Besucher getroffen. Die Lounge war an allen drei Messetagen bestens besucht. Und auch die Mischung von Snacken und Chillen sowie Netzwerken und Arbeiten kam gut an. Zusätzlich konnten sich die Gäste der Lounge umfassend über die zahlreichen Mitgliederservices und besonderen Benefits informieren. Ob neu gestalteter PSI Product Finder, Supplier Finder und Distributor Finder, die komplette Bandbreite der PSI Publikationen oder der persönliche Kontakt mit dem Product Sourcing Team: In der PSI Members Only Lounge blieben so gut wie keine Wünsche offen. Am Rande der Lounge konnten zudem alle für den People's Choice Award zur Wahl stehenden PSI FIRST-Produkte in Augenschein genommen werden. Dass die PSI Members Only Lounge auch echten Eventcharakter hatte, zeigte sich am Ende des zweiten Messetages, als der belgische Branchenverband hier Gastgeber für die Verleihung des „Product Media Advisor of the Year“-Awards war. Die Einführung dieser Oase erfuhr also eine rundum gelungene Premiere.



Die PSI Members Only Lounge war eine Oase inmitten des Messetrubels.

### Kai Steinhauser, Adoma

#### „Wir kommen wieder!“



Die PSI ist für uns als hochspezialisierter Kunststoff- und Metallverarbeitungsbetrieb seit 1995 eine Pflichtveranstaltung. Da wir im Werbeartikelbereich – im Gegensatz zu unserem technischen Sektor – keinen eigenen Vertrieb haben, konzentrieren wir uns hier ausschließlich auf das B2B-Geschäft mit Werbemittelhändlern und -agenturen. Allein schon deshalb ist das PSI-Modell eine für uns sehr wichtige Institution, wo wir unsere Stammkunden treffen, betreuen und neue Geschäftskontakte knüpfen. Im Vergleich zu früheren Zeiten fällt uns auf, dass die Besucher heute längere Zeit bei uns am Stand verbringen. Die Gespräche sind substanzieller, beratungsintensiver. So erkundigen sich die Standgäste gezielt nach langlebigen Produkten, wollen eingehender informiert sein. Auch mit dem Zuspruch sind wir in diesem Jahr bislang zufrieden. Natürlich haben wir bereits den Stand für die PSI 2020 gebucht.

## Merchandising & Licensing

# Lizenz zum Werbeerfolg

Nicht nur zu (sportlichen) Großveranstaltungen ist „Merchandising & Licensing“ ein wichtiges Marketing-Spielfeld. Wie wichtig es auch und gerade für die Werbearbeitwirtschaft ist, zeigte die in dem neu geschaffenen Bereich „Marketing Innovations“ eingerichtete „Merchandising & Licensing Area“.



Licensing bedeutet zunächst einmal nichts anderes als das Übertragen von lizenzrechtlich geschützten Objekten auf Werbemittel. Dass damit allein noch kein Staat zu machen ist, wurde in den zu diesem Thema angebotenen Vorträgen im Forum Marketing Innovations deutlich. „Was muss eine Marke bieten, damit eine Lizenzvermarktung Sinn macht?“ und „Welche Aspekte sind bei der Verhandlung und dem Abschluss von Lizenzverträgen zu beachten?“ waren dann auch folgerichtig die Fragen, die die Referenten in den Raum gestellt und professionell beantwortet haben. Von der passenden Strategie über Brand Book, Styleguide und Prozesse bis hin zur Auswahl der Lizenzprodukte konnten Interessierte ebenso viel erfahren wie über die Chancen und Rechte der Rechteinhaber und Rechteinhaber, aber auch woran und wieso Lizenzrechte erworben werden. Mit dem theoretischen Wissen im Hintergrund konnten sich Interessierte sodann in die „Merchandising & Licensing Area“ begeben und mit den ausstellenden Experten vor Ort ins Gespräch kommen. Die Bandbreite der Möglichkeiten war dabei recht groß: Besucher trafen auf Aussteller, die jede Menge Vorschläge mitbrachten, wie sich eine beim Auftraggeber in Besitz befindende Lizenz aufmerksamkeitsstark und werbewirksam mit welchem Werbearbeit verbinden lässt. Andere Aussteller boten neben unterschiedlichsten Ideen auch gleich noch die eine oder andere Li-

zenz mit an. Stark vertreten waren dabei vor allem Vereine aus der Fußball-Bundesliga. Allen Ausstellern gemein war, dass sie sich stark in der Konzeption und Umsetzung konkreter Vorhaben zeigten.

### Ralf Oster, PF Concept

#### „Sehr gutes Feedback“



Für uns war die Messe sehr positiv. Wir hatten sehr viele Kunden an unserem Stand und haben sehr gutes Feedback erhalten. Für Besucher aus dem Drucksegment ist die Parallelität der drei Messen eine Bereicherung, bei der man sich rund um das Angebot der verschiedenen Branchen über Neuheiten informieren kann.



Dreh- und Angelpunkt in Sachen werbewirksamer Inszenierung von Lizenzen.

## Nestler-matho

# Moderner Sound im Gewand der Fünfziger

Wer den klar gegliederten und in edlem Weiß gehaltenen Stand von Nestler-matho besucht, kann sicher sein, dort jedes Jahr beeindruckende Artikel in neuen Designs und mit vielen technischen Feinheiten zu finden. Unter dem Stichwort „Technic meets design“ präsentierte das Baden-Badener Unternehmen auf der PSI innovative, designorientierte Lifestyle- und Technik-Produkte, die sich durch Qualität und Perfektion auszeichnen. Stefan Auer, Spezialist für Produktentwicklung und Direktimport, unterstützte das Sales-Team und zeigte uns seinen Favoriten, den Bluetooth-Speaker Fifties: „Hier kommt moderner Sound im Gewand der Fünfziger daher – ein echtes Technik-Wunder mit tollem Klang.“ Das handliche, türkisfarbene Gerät im Retrolook mit UKW-Radio, Freisprechmöglichkeit, SD-Kartensteckplatz und AUX-Eingang kann auf der Frontblende neben den Tasten oder auf der Oberseite individualisiert werden. Personalisierung liegt im Trend – auch bei Nestler-matho. Einzelnamen und Initiale geben den Produkten eine dezente persönliche Note – und das ganz ohne Preisaufschlag, wie uns Stefan Auer versichert.

[www.nestler-matho.de](http://www.nestler-matho.de)



Stefan Auer mit dem Bluetooth-Speaker „Fifties“.

### Marcus Sperber, elasto

#### „Internationalität wieder sehr hoch“



Die Themen Nachhaltigkeit, kurze Wege und „Made in Germany“ sind aktuelle Trends im Markt. Diese haben wir auf unserem Stand abgebildet, was sehr gut ankam. Die Stimmung ist trotz aktueller „Warnleuchten“ in der Weltwirtschaft sehr gut. Auch die Internationalität war wieder sehr hoch: Sowohl aus Europa als auch aus Übersee hatten wir zahlreiche Besucher hier. Unserer Meinung nach ist es ein guter Ansatz, die PromoTex Expo und die viscom parallel zur PSI stattfinden zu lassen. Wir erhoffen uns zukünftig noch mehr Synergieeffekte davon.



## PSI Novelty Box

# Eine Box voller Argumente

An vielen Stellen auf der PSI waren sie zu sehen: Die dekorativ aufgetürmten PSI Novelty Boxes waren echte Hingucker. Konzipiert als exklusive Musterbox inklusive Produktinformationen, Veredlungsmöglichkeiten und Lieferzeiten, hat sich die Novelty Box zur Unterstützung der Vertriebsaktivitäten beim Werbeartikelhandel bereits bestens bewährt. Deswegen können Lieferanten dieses nützliche Tool auch 2019 wieder buchen. Die erste PSI Novelty Box 2019 erscheint in diesen Tagen. Wer bei den folgenden Aussendungen dabei sein möchte, wendet sich an Lars Kessler, Telefon +49 211 90191-206, E-Mail: [verlag@psi-network.de](mailto:verlag@psi-network.de). Übrigens: Alle Produkte aus der PSI Novelty Box sind auch im PSI Product Finder gelistet.

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



Größer, schöner und noch einladender präsentierte sich der neue Messestand von PF Concept.

## PF Concept

# Erweitertes Standkonzept

Auch für den Werbeartikel-Multispezialist PF Concept war die Präsenz auf der PSI erneut eine Pflicht, die gleichzeitig zur Kür geriet. Das erweiterte, offene Standkonzept mit seinem einladenden Äußeren spiegelte auch das weiter vergrößerte Angebot und die hin zu einer optimalen Kundenbetreuung erweiterten Serviceleistungen wider. Auf die einzelnen neuen Produkthighlights an dieser Stelle einzugehen, würde den Rahmen sprengen. Dies holen wir kontinuierlich im Rahmen unserer Themenschwerpunkte im PSI Journal nach. Erwähnenswert im Zusammenhang mit dem erneut gewachsenen Messeauftritt und der klar gegliederten Produktfülle ist jedoch, dass der im Dezember von PF Concept übernommene britische Hersteller SPS EU Ltd nun unter dem Namen PF Concept UK Ltd in den Gesamtkonzern eingegliedert wurde und das Sortiment des Messestandes ergänzte. Außerdem bemerkenswert: PF Concept hat einen weiteren Schritt im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie unternommen und ist eine Partnerschaft mit dem renommierten niederländischen Fairtrade-Unternehmen FairForward eingegangen. Evident wurde dies am Stand mit der Präsentation von zunächst 15 Fair-

Forward-Produkten. Die sorgfältig ausgewählten Produkte des neuen Angebots unterstützen den Aufbau kleiner Fabriken in Entwicklungsländern und sind gleichzeitig attraktive Werbemittel zur Unterstützung der Markenbotschaft.

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

Neu im Angebot von PF Concept sind Produkte des Fairtrade-Unternehmens FairForward. Hier im Bild die „BigFairBag“.



### Kathrin Stühmeyer-Halfar, HALFAR SYSTEM

#### „Nachhaltigkeit kommt gut an“



Die Messe war gut besucht und wir haben interessante Gespräche geführt. Wir hatten das Gefühl, dass die Internationalität in diesem Jahr noch gestiegen ist. Unsere Neuheiten sind im Handel gut angenommen worden und auch das Thema Nachhaltigkeit kommt gut an. Die Stimmung auf der Messe war sehr positiv. Besonders bei den Händlern vernehmen wir eine positive Grundhaltung für 2019.

## Promo Seeds

# Natürliche Werbeartikel

Der Trend zu smarten, umweltfreundlichen Werbeartikeln war auch auf der PSI 2019 auf Schritt und Tritt zu beobachten. Transparente Lieferketten, Erzeugnisse aus recycelfähigen Materialien, gelebte soziale Verantwortung: Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit in einer zukunftsfähigen Welt wächst und zieht auch in der Branche immer weitere Kreise. Als Beispiel unter vielen sei hier Promo Seeds genannt, das wahrhaft „grüne“ Produkte bietet und damit gänzlich natürliche Werbung wirken lässt. Das niederländische Unternehmen (mit einem deutschen Ableger namens Flora Presenta) kreiert und entwickelt ungewöhnliche, zielgruppengerechte Ideen mit lebenden Blumen, Pflanzen, Saatartikeln und Gewürzen für außergewöhnliche Werbeaktivitäten. Zum Lieferumfang gehört alles, was grünt und blüht – von der Miniatur bis zur Superdimension. „Natur ist allgegenwärtig! Vor diesem Hintergrund bieten wir grenzenlose Perspektiven für Ihre ganz persönliche Werbeartikel-Strategie oder die Ihres Unternehmens. Wir haben die Kunst des ‚Werbens‘ für Sie auf ‚natürliche‘ Weise kultiviert. Damit Ihre Geschäfte zukünftig noch besser blühen und gedeihen. Und: dauerhaft Wurzeln schlagen“, so die Philosophie des Unternehmens. [www.promoseeds.nl](http://www.promoseeds.nl)



Hier gibt es ‚natürlich‘ Werbung, die im wahren Wortsinn dauerhaft Wurzeln schlägt.



## BAPP

# Preisgekrönter Abend

Nach dem Premierenerfolg 2018 lud der belgische Branchenverband BAPP in diesem Jahr erneut zur „Belgian Night“. Innerhalb der neu geschaffenen PSI Members Only Lounge trafen sich Freunde und Geschäftspartner zu einem fröhlichen Get-together mit leckeren Drinks und kulinarischen Köstlichkeiten. Feierlich wurde es dann zur Verleihung der „Product Media Advisor of the Year 2018 Awards“. Bereits zum vierten Mal wurde der von „Het Portaal“ und BAPP initiierte Preise vergeben. Acht Händler waren nominiert. Über den Sieger stimmten eine professionelle Jury, Lieferanten und Endkunden ab. Ihre Wahl fiel auf Van Bavel Enjoy Giving, die damit den „Product Media Advisor of the Year 2018 Award“ in Gold erhielten. Silber ging an Magnus Business Gifts. Bronze erhielt Pasco Gifts. Für den vor Jahresfrist neu geschaffenen „Challenger-Award“ standen ebenfalls acht Kandidaten zur Wahl. Hier konnte diesmal Maximum Image die meisten Stimmen für sich verbuchen und wurde mit Gold ausgezeichnet. Maâ Oui erhielt Silber. Bronze ging an Keiretsu Belgium.





## Mass Customization und Nachhaltigkeit

### Trends mit Potenzial

Zwei Trends prägten das Messegeschehen besonders: Mass Customization und Nachhaltigkeit. Trends, die bereits seit mehreren Jahren spürbar sind und auf den drei Messen PSI, PromoTex Expo und viscom unterschiedlich zum Tragen kamen. Hochwertig, langlebig und umweltfreundlich produzierte Artikel waren zahlreich auf der PSI zu finden. Immer mehr Lieferanten und Händler haben inzwischen zertifizierte oder nachhaltig nachhaltige Produkte im Sortiment. Wie nachhaltige Kampagnen aussehen können, zeigten in Düsseldorf die Gewinner der PSI Sustainability Awards. Und nicht nur die aktuellen. Der Anteil unter den Ausstellern, die längst der PSI Sustainable League angehören, war recht hoch. Ob Verpackungsboxen weitestgehend ohne synthetische Materialien, dafür mit veganem Klebstoff und Bio-Druckfarben, Kugelschreiber aus ressourcenschonendem Zuckerrohr, Beutel aus GOTS- und Fairtrade-zertifizierter Bio-Baumwolle, Sodawasserflaschen aus Porzellan oder recycelbare Produkte ohne Melamin, Formaldehyd oder BPA: Auch in Sachen Nachhaltigkeit zeigte die PSI, warum sie die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft ist.

Nachhaltigkeit war zudem ein zentrales Thema der PromoTex Expo. Mit der Sonderschaufläche „Sustainability“ bot der Textile Campus ein ganzes Forum für nachhaltige Textilien und damit die Antwort auf die wesentliche Frage: „Was macht Textilien nachhaltig?“. In erster Linie zeigten jedoch Textillieferanten, was sie zu leisten vermögen und auch zu leisten bereit sind, um den ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Das Repertoire der ausgestellten Produkte reichte von Caps aus Bio-Baumwolle bis hin zu mit dem EU Ecolabel zertifizierten Textilien und Konfektionsbekleidung aus hundertprozentig recycelten Garnen und Stoffen. Apropos Konfektionsware. Mass Customization, also die Verbindung standardisierter Produktmerkmale mit personalisierbaren Eigenschaften, ist längst in aller Munde. Und so zeigten auch die Aussteller aller drei Messen Beispiele dafür, wann und wie sich Kundenwünsche in die Wertschöpfungskette integrieren lassen. Dass sie diese Möglichkeiten konkret vor Ort vorführten, machte es für die zahlreich interessierten Besucher zu einem vor allem haptischen Erlebnis und lieferte zugleich Anschauungsmaterial der besonders werbewirksamen Art.



Zahlreiche Aussteller zeigten, was sie zu leisten vermögen und auch zu leisten bereit sind, um den ökologischen Fußabdruck zu minimieren.





Ein Profi kurz vorm Abschlag:  
Long Drive Europameister Martin  
Borgmeier zeigt, wie's geht.

## Tracht & Country

# Alpine Mode und Tracht

Textile Highlights in konzentrierter Form gab's auf dem Messedebüt der PromoTex Expo zu bestaunen. Anziehungspunkt des Textile Campus-Areals, dem Herzstück der neuen Messe, war der Stand von „Tracht & Country“, der für die gleichnamige Reed-Messe im Messezentrum Salzburg warb, die Anfang März alpine Mode und Tracht präsentiert. Mit 260 Ausstellern besitzt die Tracht & Country die größte Auswahl dieses Segments und bietet die ganze Bandbreite des alpinen Lifestyles, dessen modische Akzente auch Eingang in die Catwalk-Choreographien nebenan fanden. Zentrum des Stands selbst bildete eine Golf-Abschlagszone, auf der Deutschlands bester Long Drive Profi Martin Borgmeier sein europameisterhaftes Können demonstrierte und Besucher ihre Fähigkeiten messen konnten. Jeder Tagessieger durfte sich über eine schicke Armbanduhr freuen.

[www.trachtsalzburg.at](http://www.trachtsalzburg.at)

### Alexander Ullmann, **uma Schreibgeräte**

#### „Optimistische Stimmen“



Wir hatten einen guten Zulauf. Auch die Qualität war sehr gut. Wir haben aktiv unsere Kunden eingeladen und das hat sich ausgezahlt. Die Stimmung auf der Messe war extrem positiv. Gerade aus der Händlerschaft haben wir optimistische Stimmen gehört. Wir freuen uns, dass viele Aussteller zur PSI zurückgekehrt sind, sodass sich der Wettbewerb auch haptisch auf dem Platz zeigt. Nun müssen wir schauen, dass wir diesen Schwung auch mit ins nächste Jahr mitnehmen. Wir haben schon ge-rebooked und freuen uns auf die nächste PSI.



Tracht von heute:  
vielseitig, modern ins-  
piriert und stylish.



Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Aussteller-Crews erwarteten zwei informative wie unterhaltsame Stunden.

## PSI Aussteller-Seminar: Standpersonal-Training

# Bestens vorbereitet

Als Messeveranstalter ist Reed Exhibitions darauf bedacht, allen Messeteilnehmern bestmögliche Voraussetzungen für ihr Business zu schaffen. Neben vielen hilfreichen Services und Angeboten zählen hierzu auch Vorträge und Coachings, darunter auch das Seminar „Turn Contact into Cont(r)acts“ der erfahrenen Management Consultant- und Messemarketing-Expertin Karla Juegel am Vorabend des Starts von PSI, PromoTex Expo und viscom. Der Impulsvortrag war zugeschnitten auf Vertriebs- und Marketingleute, die während der Messe Kontakt zu Besuchern herstellen, Gespräche führen und im Follow-up nach der Messe Kunden betreuen. Die zahlreich erschienenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Aussteller-Crews erwarteten zwei informative wie unterhaltsame Stunden, in denen die Referentin mit allen Aufgaben des ‚Lead-Management‘ vertraut machte und hilfreiche Impulse gab, sich optimal auf ihren Auftritt am Stand vorzubereiten, auf Messebesucher zuzugehen und die richtigen Fragen zu stellen, Vertrauen zu schaffen und daraus möglichst nachhaltige Kundenbeziehungen zu generieren.

### Messestände sind wie Bühnen

„Gespräche am Messestand folgen ganz eigenen Regeln, denn Messestände sind wie Bühnen: Dialog, Handlung und Bühnenbild sind eine Einheit. Das muss vorbereitet und geübt werden, denn nur wenige Augenblicke sind entscheidend. Die Stand-Crew ist der Schlüssel zum Erfolg. Sie entscheidet über die Botschaft, die die Besucher mit nach Hause nehmen. Sie hat die richtigen Argumente für alle Fragen und schafft das notwendige Vertrauen im Umfeld des Wettbewerbs“, umreißt Karla Juegel den Grundgedanken ihres Seminars.

### Messeerfolg ist planbar

Wie die Referentin in Interaktion mit den Seminarteilnehmern anschaulich verdeutlichte, folgen Messegespräche eigenen Regeln, die sogenannte „Erinnerungsanker“ setzen sollen, „Sackable Content“, Positionierung und Benefit sind hier von zentraler Bedeutung, aber auch das richtige Verhalten auf dem Messestand, das in einigen Beispielen „geprobt“ wurde. Ebenso wichtig ist die Gesprächsplanung sowie das „Matchmaking“ vor einer Messe, das Zeitmanagement sowie die klare Dokumentation der Kontakte und ein effizientes „Follow-up“ im Messenachgang. „Messeerfolg ist planbar“, so Juegel, und dies wurde deutlich und plausibel in den Ausführungen und Beispielen der Expertin, die ihre Praxis-Erfahrungen bei Mercedes und Airbus als Verantwortliche für die weltweiten Messeauftritte der Mercedes Benz AG und des Luft- und Raumfahrt Konzerns Deutsche Aerospace AG (heute: Airbus), bei Werbe- und Event-Agenturen und bei namhaften Messebau-Unternehmen sammelte. So gingen die Seminarteilnehmer mit vielen nützlichen Anregungen und Tipps ihre Aufgaben in den drei bevorstehenden Messetagen an.



Die in der internationalen Messeindustrie langjährig erfahrene Management Consultant- und Messemarketing-Expertin Karla Juegel leitete das Seminar.



Eine Idee von zogi: Das ebenso originelle wie wirkungsvolle Kommunikationskonzept beeswe.love, das Naturschutz integriert.

**beeswe.love**

## Bienen schützen, Marken pushen

Wer zogi allein mit kreativen Lifestyle-Produkten und elektronischen Tools in Verbindung bringt, der ist nicht mehr auf dem neusten Stand. Denn inzwischen hat das Unternehmen den Begriff Werbeartikel weiter gedacht und mit beeswe.love eine neue Marke mit einem innovativen Konzept gelauncht. In der Hauptrolle: Bienen, die für unsere Kulturlandschaft unerlässlich, vom Aussterben bedroht und daher besonders schützenswert sind. Hierzu leistet das etwas andere Werbe-tool einen besonderen Beitrag: Das werbende Unternehmen übernimmt die Kosten für Aufbau und Betrieb eines eigenen Bienenvolks samt Bienenweide, sprich Wildwiese. Zum Festpreis betreut das Team den Bienenstand im Kraichgau, dessen Einflugbrett gebrandet wird. Zusätzlich erhält der Kunde umfassende Medienpakete, die das Projekt anschaulich und unterhaltend dokumentieren. Vom Facebook-Post und Mailing über hochwertiges Video- und Bildmaterial bis zu professionellem Storytelling und Hintergrundinformationen – eine ganzjährige Imagekampagne also. Die gesamte Honigernte ist inklusive und mit individuellem Etikett ein sympathischer Gruß an Kunden, Freunde oder Mitarbeiter. So lädt man seine Marke positiv auf und tut gleichzeitig etwas für den Naturschutz. Auf der Rückseite des zogi-Standes war das Projekt auf einer eigenen Fläche dokumentiert, wo Jörg Herzog und seine Mitarbeiter mit der Beratung viel zu tun hatten.

[www.beeswe.love](http://www.beeswe.love)

Werbeartikel weiter gedacht: beeswe.love.



## PSI FIRST

# Erlesener Kreis innovativer Produkte



Michael Freter mit dem stolzen Gewinner Jörn Draser, EckART Design, und dem siegreichen Produkt muuvi.

Die PSI läutet jedes Jahr traditionell das neue Werbeartikeljahr ein. Neues Jahr heißt immer auch neue Produkte, die in dieser Form zuvor noch nirgendwo gezeigt wurden – auch nicht bei unternehmenseigenen Veranstaltungen. Die PSI ist also auch so etwas wie eine Plattform für Weltpremierer. Bereits zum sechsten Mal demonstrierte PSI FIRST die Innovationskraft der Branche. Seit 2014 werden auf der europäischen Leitmesse der Werbearbeitelwirtschaft in diesem Rahmen Werbearbeitelneheiten präsentiert. Für 2019 wurde das Konzept nun selbst einer Neuerung unterzogen. Statt bisher 50 waren noch maximal 25 Produktinnovationen zugelassen. Alle Bewerbungen wurden in einem Kuratorium auf Innovationsgrad und Produktneuheit geprüft. Die zehn stärksten Innovationen waren dann exklusiv auf der PSI 2019 zu sehen und feierten einen gebührenden ersten Auftritt inklusive nachvollziehbarer Dokumentation. Beibehalten wurde die Auslobung als People's Choice Award und damit die kritische Begutachtung durch die Fachbesucher der PSI. Denn sie hatten auch in diesem Jahr wieder die

angenehme Qual der Wahl und durften mit ihrer Stimme über die Vergabe des Awards entscheiden. Gut 450 Stimmen wurden abgegeben. Drei Neuheiten konnten dabei die Besucherherzen besonders für sich gewinnen und entsprechend viele Votes auf sich vereinigen.

## muuvi bewegte am meisten

In der Gunst des Publikums ganz oben: muuvi. Die exklusiv von EckArt Design Multitative Werbemittel vertriebene Vorrichtung aus Holz schützt empfindliche Fußböden vor Kratzern durch die Metallbeine von Biergarnituren. Sie ist leicht zu handhaben, lange haltbar und kann individuell mit einer Werbebotschaft veredelt werden. Eigenschaften, die dem exklusiven Produktlaunch mit immerhin 74 Stimmen zu Platz 1 verhalfen. Der Erfinder, der auf eigenen Wunsch

anonym bleiben möchte, richtet sich mit der Idee besonders an Getränkemarkte, Brauereien, Kommunen und Vereine, nicht zuletzt aber auch an den Endverbraucher. Jörn Draser von EckArt Design Multitative Werbemittel nahm am letzten Messetag den Award aus den Händen Michael Freters entgegen. „Ich bin überwältigt von der Resonanz“, zeigte sich der glückliche Gewinner im Anschluss an die Verleihung sichtlich gerührt und aufgeregt. Sein Unternehmen ist gerade einmal seit vier Monaten PSI Mitglied, EckArt Design Multitative Werbemittel demzufolge das erste Mal auf der PSI mit einem Stand vertreten. Ein Einstand nach Maß.

## MAGIC SCRIPT verzauberte

Auf Platz 2 mit 44 Stimmen folgte die Schreibtafel MAGIC SCRIPT von Inspirion. Sie verbindet analoges Schreibgefühl mit digitalem Komfort und konnte damit überzeugen. Die vorgestellte Schreibtafel gibt es im Tablet-Format und kann mit einem zugehörigen Stift händisch beschrieben oder bemalt werden. Per Knopfdruck setzt man die Tafel auf den ursprünglichen Zustand zurück. MAGIC SCRIPT eignet sich nicht nur für den Einsatz im Büro, sondern auch im privaten Alltag und bietet zudem ausreichend Platz für die Werbebotschaft. Ein weiterer Bonus: Indem es kurzfristige Papiernotizen ersetzt, deckt es ganz



**Michael Freter mit Ulrike Hinrichs, Inspirion, die sich über Platz 2 für MAGIC SCRIPT freute.**

en passant das Trendthema Nachhaltigkeit ab. Stellvertretend für das Inspirion-Team nahm Ulrike Hinrichs, Tochter des Geschäftsführers Sönke Hinrichs, die Glückwünsche von Michael Freter entgegen. „Wir freuen uns sehr über diesen Preis und empfinden ihn als Bestätigung des Trends von nachhaltigen und technisch innovativen Werbeartikeln“, so Ulrike Hinrichs nach der Preisverleihung.

### Schillernder Regenbogen

Auf Platz 3 mit 36 Votes hat es eine technologische Innovation von Anda Present geschafft. Vorgestellt wurde die Regenbogengravur, die in der Werbeartikelwirtschaft bisher nicht zum Einsatz kommt. Die Drucktechnologie eignet sich für Metallartikel. Sie ermöglicht den Farbdruk in sechs verschiedenen Farben ohne Einsatz von Druckfarben oder andere Chemikalien. Regenbogengravierte Aufdrucke sind eine Alternative zum Tampondruck und bieten eine gleiche Haltbarkeit wie die traditionelle Lasergravur – und leisten ebenfalls einen nachhaltigen Beitrag.

### Virtuoses Produktspektrum

In seiner Eingangsrede bezeichnete Michael Freter alle zehn Teilnehmer als „erlesenen Kreis der innovativen Pro-

dukte innerhalb der PSI“. Deshalb seien der Vollständigkeit halber an dieser Stelle auch die weiteren sieben Produkte genannt, die zur Wahl standen: TronDesigner von Prom Tron Solutions, ein System, das eine virtuelle Konfiguration jedes personalisierbaren Produkts erlaubt – mit Schwerpunkt auf einer realistischen 3D-Visualisierung; Teppichbürste von Good Game Advisors GmbH, die Verbindung eines Akku-Schraubenziehers mit Bürstenkopf in Kombination mit einem Staubsauger – vorwiegend für PKW-Fußmatten; Notizzettel 3D Softcover-Umschlag von moynd GmbH, bei dem auf der Vorderseite des Umschlages ein 3D-Effekt entsteht, der Inhalt ist flexibel gestaltbar; Fanclip von Fanclip GmbH, einem innovativen Becherhalter, der an Geländern befestigt werden kann; Cupholder to go von Suthor Papierverarbeitung GmbH & Co. KG, ein System basierend auf einem Kunststoffring zum Halten eines Bechers, der durch zwei Halteösen in ein Lanyard eingeklinkt werden kann; Bier-Pralinen von „DieSchokoladenwerkstatt“, eine feine Schokoladenpraline gefüllt mit Craft Beer (als Weltpremiere übrigens auch in der Verbindung mit der vierten Schokoladenvariation aus der pinkfarbenen Kakaobohne „Ruby“); Badge von badge4u, einem Verschlusssystem, das das Aufstecken eines Badges auf Kinderkleidung sicherer macht. <



**Den dritten Platz konnte die Regenbogengravur von Anda Present für sich verbuchen.**

69

.....  
**Prozent** der  
 für den Start-  
 up Monitor  
 des Werbe-

artikelhändlers allbranded befrag-  
 ten Start-ups gaben an, Werbear-  
 tikel einzusetzen.

65 von 100

.....  
**Punkten.** Auf diesen Wert kommt Deutsch-  
 land im Standortindex „Digital“ des Bundes-  
 ministeriums für Wirtschaft und Energie – und  
 überholt damit Japan.

Jeder siebte

.....  
**Besucher der PSI 2019 kam**  
*aus Übersee. Insgesamt reisten*  
*58 Prozent der Besucher aus*  
*dem Ausland an.*

81

.....  
**Länder zeigten in Düsseldorf**  
*Flagge und machten die PSI*  
*2019 für drei Tage zum Mittel-*  
*punkt der Werbeartikelwelt.*

14,9 Milliarden

.....  
**Euro** setzt die Werbeartikelwirtschaft in Europa jährlich um. Zu diesem Ergebnis kommt  
 die Techconsult-Studie „Industry Structure Analysis 2017 – 2019“, die in Kooperation mit  
 dem PSI und unterstützt von insgesamt 13 Partnern und Verbänden erstellt wurde.

31,86

.....  
**Milliarden Euro** haben Unternehmen in  
 Deutschland 2018 brutto in Werbung in-  
 vestiert. Laut Nielsen gerade einmal neun  
 Millionen mehr als im Vorjahr, schreibt  
 horizont.net.

98 Prozent

.....  
**der Deutschen** zwischen 15 und 69 Jahren besitzen  
 Werbeartikel, berichtete der GWW-Vorstandsvorsitzen-  
 de Frank Dangmann anlässlich der Eröffnung von PSI,  
 PromoTex Expo und viscom am 8. Januar in Düsseldorf.

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



Um **gesund** und **schön** zu bleiben, investieren die Menschen große Summen in ihr Wohlbefinden und ihre Lebensqualität. Dem anhaltenden Boom um Wohlbefinden und Schönheit trägt auch die Branche mit ihren **Produktkreationen** Rechnung.



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

## Süße Energiegeladung

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 bietet gleich fünf Werbeflächen, die je nach Anlass beliebig individuell gestaltet und bedruckt werden. In der Box befindet sich ein leckerer Mini-Müsliriegel der skandinavischen Marke Nordthy mit leckerem Schokoladenboden in der Geschmacksrichtung Apfel. Der Riegel ist vor allem in den Bereichen Wellness, Sport und Gesundheit als kraftvolles und energiegeladenes Give-away beliebt.



PSI 43717  
 Walter Broch Nachf. GmbH & Co. KG  
 Tel +49 212 338175  
 info@broch-nachf.solingen.de  
 www.broch-nachf-solingen.de

## Edles Set hinterlässt Eindruck

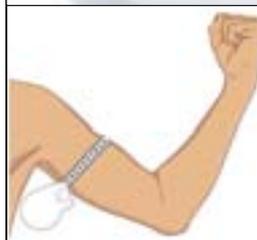
Für besondere Wertschätzung und langanhaltende Wirkung beim Empfänger sorgen die Maniküre Necessaires der Marke RUDERER von Walter Broch Nachf. Sie bestehen aus hochwertigem Leder „Made in Germany“ und sind mit ausgesuchten Solinger Instrumenten bestückt. Das abgebildete Modell enthält eine RUDERER Nagelschere, Nagelfeile und Pinzette. Diese Solinger Scheren entstehen auch heute noch zum großen Teil in professioneller Handarbeit. Die Maniküresets gibt es in den Farben Blau, Gelb, Grün, Rot und Orange. Werbebotschaften lassen sich als Prägung auf den Lederetuis anbringen.

hoechstmass®

Seit 100 Jahren Maßbänder und Rollbandmaße

forma®

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



## Natürlicher Kosmetikplatz

Schön, wenn auch die Verpackung zum ÖKO-Trend bei Wellness und Kosmetik passt. Mit dem Beutel ORGANIC bietet der Taschenexperte HALFAR eine ebenso attraktive wie nachhaltige Lösung. Der Beutel aus Bio-Baumwolle und in Food grade-Qualität eignet sich hervorragend für Produkt-Promotions und Prämien. Er lässt sich per Baumwollkordel verschnüren und dank Trageschleife einfach mitnehmen. Der Clou jedoch ist sein Doppelnutzen: Im Handumdrehen wird er vom Beutel zum Korb. Sein Rand lässt sich einfach umschlagen.

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



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

## Unterwegs perfekt manikürt

Eine Wohlfühlbox, die sowohl in der Reisetasche als auch im Sportbeutel für perfekte Pflege sorgt, stellt die Manufaktur Flörke vor. Die neue Sensitiv Naturnagelfeile kommt in der praktischen Reisekunststoffbox, die auch für die Hornhaut zwei verschiedene Pflegeinstrumente integriert hat, daher. Mit diesem neuen Set wird die gesamte Breite von Nagel- und Hornhautpflege abgedeckt. Viel Augenmerk wurde auch auf die optimale Werbewirksamkeit der vollflächig bedruckbaren Außenfläche gelegt. Die Manicure-Wohlfühlbox besteht als Set aus Nagelfeile, Raspel und Fußfeile.

# 3 Schritte zur Nachhaltigkeit

## Öko-Lippenpflege „Made in Germany“



**Lipcare Recycled Plastics**  
Hülle zu 98% aus recyceltem Kunststoff



**Lipcare Eco**  
Aus umweltfreundlichem Karton, komplett ohne Kunststoff



**Lipcare Naked**  
Handwerklich gefertigter Lippen-Pflege-Riegel ohne Gehäuse

Lippenpflege  
„LipNature Fair“:  
Naturkosmetik mit  
58% Fairtrade  
Rohstoffanteil

Lippenpflege  
„LipNature Vanille“:  
Naturkosmetik,  
100% pflanzlich, vegan,  
NATRUE-zertifizierbar

Lippenpflege  
„LipNature Orange“:  
Naturkosmetik mit  
naturbelassenem  
Bienenwachs



**Für alle Rezepturen gilt:**

- Eigene Produktion in Köln nach Kosmetik GMP
- Rezepturprüfung durch Institut Fresenius
- Produktion nach ISO 9001:2015 zertifiziert
- Garantiert nach neuer Kosmetikverordnung
- Erstellung der CPNP Meldung

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

Jetzt Muster anfordern

Kunststoffproduktion



Druckerei



Labor



Bulkproduktion



Abfüllung



**IKW"**  
Industrieverband  
Körperpflege- und  
Waschmittel e.V.

**PSI**

**VCI**  
Verband der  
Chemischen Industrie e.V.

**GWV**  
GWV Gesamtverband der  
Werbearbeit-Wirtschaft e.V.

**ICADA**

**BDIH**

**SEPAWA**  
detergents · cosmetics · fragrances · formulators

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



PSI 48508  
 wellnuss Premium Snacks GmbH  
 Tel +49 40 3289 29551  
 kontakt@wellnuss.de  
 www.wellnuss.de

## Eismaschine im Miniformat

Mit dem Eismixglas von wellnuss Premium Snacks ist es jetzt noch einfacher, Eis in Eisdielenqualität selbst herzustellen. Ob an heißen Tagen zur Abkühlung oder an kalten Tagen als krönendes Dessert – Eiscreme macht zu jeder Jahreszeit glücklich. Alles, was man zusätzlich benötigt, ist etwas Milch und Sahne, ein freies Eckchen im Gefrierfach und ein Eispulver nach Wahl von wellnuss. In das Glas passt eine Portion cremiges Schokoladen- oder Vanilleeis von 125-135 Gramm. Es kann mehrmals eingesetzt werden. Die Bedruckung des Deckels ist bereits ab einer Stückzahl von 50 Stück möglich.



PSI 46887 • Römer Wellness  
 Tel +49 6541 812950  
 info@roemer-wellness.de  
 www.roemer-wellness.de

## Kundenpflege auf hohem Niveau

Neben eigenen Wellness-Geschenksets vertreibt Römer Wellness exklusiv für den Werbeartikelbereich auch Geschenksets der Pflegemarke aldoVANDINI. Diese Kooperation bietet Unternehmen die Möglichkeit, diverse hochwertige Wellness-Präsente ‚Made in Germany‘ für ihre Werbung zu nutzen. Das Geschenkset Mal dich glücklich liegt dabei voll im Trend. Es fängt die ganze Magie des Orients ein und schenkt einen ganz privaten Zen-Moment. Es enthält ein Body Balsam (200 ml) und ein Handbalsam (100 ml) im überraschenden Duft nach Tamarinde und Ingwer. Ebenfalls im Set enthalten ist ein 30 seitiges Mandala-Ausmalbuch für die seelische und geistige Entspannung.



PSI 46131 • KHK GmbH  
 Tel +49 221 9854730  
 info@lipcare.de  
 www.lipcare.de

## Hochwertige Lippenpflege

Hochwertige Lippenpflege „Made in Germany“ produzieren die Kosmetikspezialisten der KHK GmbH seit über 25 Jahren als Stifte, in Döschen und in Tiegeln. Neu ist der elegante Lipcare Style im edlen Lippenstift-Gehäuse. Er begeistert besonders durch die hochwertige Kombination der transparenten Außenhülle mit einer silberfarbenen, hochglänzenden Innenhülle und wird mit einem 4c-Digitaldruck individualisiert. Ebenfalls zur Premium-Linie von KHK gehört der transparente Lippenpflege-Tiegel Lipcare Cube, der wahlweise mit einem Digitaldruck oder einem 4c-Doming veredelt werden kann. Beide Premium-Produkte sind bereits ab 300 Stück bestellbar.



## EASY BRANDING WITH OUR CORPORATE GIFTS



NEW PRODUCT  
 netbookbag



PSI 40800 • Heinz Hepp GmbH  
Tel +49 6321 35703  
heinz.hepp@t-online.de  
www.heinz-hepp.de



## Pflege mit Naturmaterialien

Pflege und Wellness sind für wohl alle Branchen ganzjährig ein willkommenes Thema. So bietet die Heinz Hepp GmbH dazu großes Fachsortiment mit Bade-Massage-Schwämmen, -Handschuhen, -Bürsten oder Massagerollern in vielen Formen und zehn verschiedenen Farben an. Hinzu kommen Bimssteine und Hornhautfeilen. Viele der angebotenen Artikel bestehen aus hochwertigen Naturmaterialien wie Naturschwamm, Luffa oder Sisalhölzern. Lieferbar sind die Angebote in der Regel bereits in Kleinauflagen mit Personalisierungsmöglichkeit.

## Haarbürste mit Zusatznutzen

Mit der Haarbürste Victoria von InterPro Brands erhält die stilbewusste Kundin nicht nur eine praktische kleine Haarbürste für unterwegs: Gleichzeitig dient das Gehäuse aus Kunststoff als wertvoller immer-dabei-Schminkspiegel. Das nützliche Give-away für die Handtasche überzeugt durch seine Klappfunktion und die Möglichkeit, individuelle Werbebotschaften per Tampondruck aufzunehmen.



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

## Kleine Menge, großer Effekt

Der größte Teil der TWIN-Produkte dient der Körperpflege. Das Spezialprodukt des Unternehmens sind Papiertaschentücher mit allen möglichen Designs, auch in kleinen Mengen. Dank der neuen Technologie kann TWIN nun etwas noch nie Dagewesenes anbieten. Werbetaschentücher in kleinen Mengen mit Volldigitaldruck. Bisher war dies nur mit Aufklebern möglich, die auf die Verpackung geklebt wurden. Doch von nun an müssen Kunden keine Kompromisse mehr eingehen. So lässt sich der maximale Effekt auch mit kleinsten Mengen erzielen. Was bisher nur großen Unternehmen zur Verfügung stand, ist nun für jeden erschwinglich. „Der maximale Effekt mit minimalem Zeitaufwand,“ heißt es von TWIN.



PSI 46381 • TWIN Production s.r.o.  
Tel +420 0585 204661  
twin@twinproduction.net  
www.twinproduction.net



PSI 46626 • Global Innovations  
Germany GmbH & Co. KG  
Tel +49 6502 930860  
info@globalinnovations.de  
www.globalinnovations.de

## Zähneputzen mit Rhythmus

Der singende und leuchtende Zahnputzbecher von Global Innovations animiert Kinder zum regelmäßigen und richtigen Zähneputzen mit Spaß. Nur ein Tastendruck, und ein wahlweise etwa 30 Sekunden oder drei Minuten langer Kindersong wird abgespielt. Zusätzlich leuchten drei Minuten lang LEDs in vier verschiedenen Farben auf. Diese Zeit entspricht genau der von Zahnärzten empfohlenen Richtzeit zum Zähneputzen.



PSI 46887 • Römer Wellness  
Tel +49 6541 812950  
info@roemer-wellness.de  
www.roemer-wellness.de

## Momente der Entspannung

Zeit und Ruhe im hektischen Alltag haben die Profis von Römer Wellness in ein neues Geschenkset gepackt. Das gefüllte Paket enthält alles für einen entspannten Wellness-Abend. Ein Badesalz-Sachet (40g) in der Duftrichtung Lavendel und ein roter Meshschwamm für ein entspannendes Vollbad, eine Dose Secco (0,2 l) im „Zeit für dich“-Design und ein Paar Wärmeschuhe mit Leinsamen zum Erwärmen in der Mikrowelle. Alles zusammen ist verpackt in einem roten Geschenkkarton mit Deckelaufkleber, der eine kleine „Anleitung für die Zeit für dich“ enthält. Eine Wohltat für Body & Soul.



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

## Gepflegte Begleiter

Das Maniküreset LYON von Inspirion besticht nicht nur durch das schlichte Design, sondern auch durch die große Vielfalt an Utensilien. Der Nagelknipser und die Nagelschere sorgen auch unterwegs für ein gepflegtes Erscheinungsbild. Mithilfe der Nagelfeile und dem Nagelhautschieber erfolgt danach der nötige Feinschliff. Platz finden die praktischen Reisebegleiter in einer transparenten Box, die genügend Raum für eine individuelle Werbeanbringung bereithält.



PSI 43817 • TechnoTrade  
 Import-Export GmbH  
 Tel +49 3375 216050  
 info@technotrade-berlin.de  
 www.technotrade-berlin.de

## Farbenfrohe Momente

Lichtwerbung hat Tradition und ist doch zeitlos modern und imposant. Im kleineren Maßstab funktioniert dieses Prinzip mit der LED-Leuchte T 9041 von Technoline. Die extra helle LED ist auch aus größerer Entfernung erkennbar und bietet einen hohen Wiedererkennungswert für jede Werbeanbringung. Durch die enthaltene Fernbedienung kann die LED bequem vom Bett oder der Couch aus eingeschaltet werden. Auch die Stimmungslicht-Funktion mit seinem prächtigen Farbwechselspiel kann auf diese Weise eingestellt werden. Das Gerät wird per Batterie betrieben.



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

## Rundum Wohlfühlatmosphäre

Für immer wieder aufladbare Wohlfühlatmosphäre sorgt die Metmaxx® Tischlampe AmbientLight von Spranz. Die dimmbare Tischlampe liefert ein angenehmes, warmweißes Licht und bietet zudem wählbare Lichtfarben. Diese Farben bringt die Lampe wahlweise auf die Terasse, an den Grillplatz oder ins heimische Wohnzimmer. Ihre Energie bezieht sie aus einem 1200mAh Lithium-Ionen-Akku. Die Lieferung erfolgt im Designkarton inklusive USB-Ladekabel.

## Backförmchen im Organzabeutel



## Caffeino-Glas



## Das Gelbe vom Ei



Bildnachweis: fotolia.com © Caro, S



PSI 42706  
Kalfany Süße Werbung GmbH  
Tel +49 7643 8010  
info@kalfany-suesse-werbung.de  
www.kalfany-suesse-werbung.de

## Wellness für die Geschmacksnerven

Für Unternehmen, die sich mit einem besonders smarten Image präsentieren wollen, finden mit den veganen Smart Bärchen von Kalfany Süße Werbung genau das passende Werbekonzept. Der aktuelle Trend zu zuckerreduzierter Ernährung prägt das Leben von immer mehr Menschen und so hat sich Kalfany Süße Werbung das Ziel gesetzt, genau dieses neue ernährungsbewusste Denken und Handeln in ihrer Produktpalette aufzugreifen. So entstanden das Smart Bärchen sowie das Vegane Smart Bärchen im 85 x 60 mm Werbetütchen. Bei der IFS-zertifizierten Produktion dieser neuen Fruchtgummikreation ohne Gelatine wird der Grundmasse 30 Prozent weniger Zucker zugeführt und stattdessen verdauungsfördernde Ballaststoffe eingesetzt.



PSI 46551 • Sanders Imagetools  
GmbH & Co. KG  
Tel +49 9401 607980  
welcome@imagetools.com  
www.imagetools.com

## Kosmetik für alle Fälle

Das Kosmetik-Sortiment von Sanders Imagetools bietet eine Vielzahl an verschiedenen Füllungen, Verpackungen und Dekorationsmöglichkeiten. Die Kosmetik-Rezepturen werden allesamt in Deutschland hergestellt und sind dermatologisch als „sehr gut hautverträglich“ bewertet. Neu im Sortiment sind Sprayflaschen wahlweise mit Handreinigungsspray oder dem transparenten Sonnenschutzspray mit LSF 30. Ein besonderes Highlight ist auch der Duschschaum, der mit seiner seidigen Textur und dem zarten Duft der Zitronenverbene für ein außergewöhnliches Duscherlebnis sorgt. Die handlichen Begleiter sind zumeist schon ab 250 Stück und mit fotorealistischem Druck lieferbar.

## Vier auf einen Streich

Die Massagebürste 111 aus dem Hause Frank Bürsten ist ein Allroundtalent und eignet sich hervorragend dafür, gleich auf vier unterschiedliche Wellness-Wünsche eingehen zu können. Sei es für Massagen zur Entspannung, Hautreinigung, Kreislaufanregung oder gegen Cellulite. Damit trägt der Absender ausdrücklich zum Wohlbefinden seiner Kunden bei und bleibt auch in Phasen der Entspannung in angenehmer Erinnerung. Wahlweise gibt es die Massagebürste mit oder ohne Handschlaufe sowie mit oder ohne abnehmbaren Stiel. Auch bei den Borsten kann zwischen weichen und verstärkten Naturborsten gewählt werden.



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



## Beauty sicher an Bord

Das aktuelle Reiseset von team-d besteht aus einem transparenten Beutel mit Schiebeverschluss und vier Kunststoffflaschen für Kosmetika. Ausgestattet sind sie mit Dosierkappe, Pumpspender oder Sprühsponder inklusive Trichter. Der Beutel entspricht den EU-Handgepäckbestimmungen für den Flugverkehr. Das PVC-freie Produkt setzt bei den Materialien ausschließlich auf EVA, PET, PP und PE. Ab Lager sind verschiedene Größen und Designs möglich, die alle sofort zeigen, was in ihnen steckt.

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

## Exklusive Frauensachen

Eine Frau ohne Kosmetiktasche ist kaum vorstellbar. Das wissen die Hersteller von Make-up-Produkten und liefern für Lippenstift & Co. oft das passende Täschchen gleich dazu. Bei IGRO werden diese Taschen exakt für die jeweilige Marke entworfen und gefertigt. Von schickem Kunstleder über superleichtes Tyvek® bis zum pflegeleichten Polyester kann das Material passend zum Kosmetikprodukt gewählt werden. Hergestellt wird in jeder beliebigen Größe, als Einzeltasche oder als Set in der eigenen Hausfarbe, mit Bedruckung, mit hochwertigem Label oder mit dezenter Prägung.



PSI 40940  
IGRO Import- und Großhandels GmbH  
Tel +49 6432 91420  
sales@igro.com  
www.igro.com



### MAGNA sweets

## Drei Neuzugänge

MAGNA sweets aus Moorenweis hat Zuwachs bekommen. Drei neue Mitarbeiter erweitern das Team. Alexander Winter ist der neue Einkaufsleiter. Er war vorher Einkaufsleiter bei Inter Werbung und ist seit 2004 in der Werbeartikelbranche tätig. Johanna Jander-Fricke übernimmt als neue Außendienstmitarbeiterin den Norden und ist seit 20 Jahren in der Branche. Sie war vorher bei Infoplus beschäftigt. Als neue Marketingspezialistin stößt Christina Gradl zum MAGNA Team. Sie blickt auf 15 Jahre Marketingenerfahrung in den verschiedensten Unternehmen und Branchen zurück.

[www.magna-sweets.de](http://www.magna-sweets.de)

Die „Neuen“ (v.l.): Christina Gradl, Alexander Winter, Johanna Jander-Fricke.



### Parzellers

## Verkaufsteam erweitert

Der Fuldaer Werbeartikelgroßhändler Parzellers Werbemittel hat sein Team weiter ausgebaut. Als zusätzlicher Verkaufsberater ist Carsten Neudahm dazugekommen. Er verfügt über langjährige Branchenerfahrung und war zuletzt elf Jahre beim Werbetaschen-Anbieter Papier-Brinkmann tätig. Er wird das Verkaufsgebiet Norddeutschland sowie das Ruhrgebiet und das Rheinland betreuen. Parzellers zählt also zu den erfahrensten Händlern der Branche.

[www.parzellers-werbemittel.de](http://www.parzellers-werbemittel.de)

Carsten Neudahm



### ASS Altenburger

## ASS rüstet auf

Das Team um Sales Manager Lars Fischer im Bereich Promotional Services der Spielkartenfabrik ASS Altenburger setzt seinen zukunftsweisenden Weg fort und wurde zu Beginn des neuen Jahres durch einen weiteren kreativen Kopf namens Martin Wege erweitert. Der gebürtige Rostocker begann seine Laufbahn in der Gastronomie und greift nunmehr auf eine 13-jährige Erfahrung in den Bereichen Marketing, Print und Vertrieb zurück.

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

Martin Wege



Die Newcomer bei Promonotes (v.l.): Marion Nitsche, Damian Stahmann und Mattheus Kondraciewicz.

### Promonotes

## Umzug und dreifache Verstärkung

Die Promonotes GmbH, Hersteller hochwertiger individuell bedruckter Werbeprodukte aus Papier, ist umgezogen. Das Unternehmen ist nun zu finden in Quickborn, unmittelbar nördlich von Hamburg. Die neuen Adressdaten lauten:

**Promonotes GmbH**  
**Justus-von-Liebig-Ring 14**  
**D-25451 Quickborn**  
**Tel. +49 4106 7613060**  
**Fax: +49 4106 7613088**

Außerdem hat Promonotes sein Team um drei kompetente Köpfe verstärkt: Die in Druckangelegenheiten erfahrene Marion Nitsche gehört bereits seit vergangenen Juli zum Unternehmen. Sie war schon früher im Druckgewerbe tätig, unter anderem im Bereich Verpackungen. Zweiter im Bunde ist Damian Stahmann. Der Quereinsteiger (Spedition Emons) arbeitet seit Mitte August bei Promonotes und spricht zudem Polnisch. Dritter Newcomer ist Mattheus

Kondraciewicz. Als „alter Hase“ in der Branche war er zuvor unter anderem bei Richartz für den Aufbau des Marktes DACH zuständig. Zuletzt wirkte er bei MCS Solingen und Gemaco in Mönchengladbach. Auch er ist des Polnischen mächtig. [www.promonotes.de](http://www.promonotes.de)

## Wolf Creemers verlässt das Unternehmen

Die Gesellschafter von Giving Europe in Tiel und Wolf Creemers geben das Ende ihrer Kooperation bekannt. Sie begründen ihre Entscheidung mit unterschiedlichen Sichtweisen bezüglich der Unternehmenspolitik. Bis ein Nachfolger für Creemers gefunden wird, übernimmt der Mitbegründer und ehemalige Vorstandschef von Giving Europe, Stef van der Velde, die Funktion als Geschäftsführer. Wolf Creemers übernahm die Geschäftsführung von Giving Europe vor etwas mehr als einem Jahr. Davor arbeitete er unter anderem bei Akzo Nobel und war Geschäftspartner der Beratungsfirma Boer & Croon. Der Werbemittellieferant Giving Europe gehört zum niederländischen Unternehmen Favorite Gifts, das seit Jahren in der Werbeartikelbranche tätig ist.

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



Wolf Creemers war seit Ende 2017 Geschäftsführer.

## Neuer Projektleiter

Florian Meier verstärkt das Team von Kalfany Süße Werbung als neuer Projektleiter des Bereichs Business 4.0 am Standort Herbolzheim. Der Schwerpunkt seiner Tätigkeiten liegt auf der weiteren Digitalisierung und Automatisierung der Prozesse im Online Business. Nach seiner Ausbildung zum Mediengestalter in der Druck- und Medienbranche absolvierte Florian Meier ein Studium der Druck- und Medientechnologie in Wuppertal.

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



**Kalfany**

Florian Meier

## Veränderung Teamleitung

Marion Ellger (ehemals Kastl) ist zurück aus der Elternzeit und leitet seit Januar 2019 wieder den Customer Service bei STABILO Promotion Products. Sie ist bereits seit 2011 bei STABILO Promotion Products in unterschiedlichen Funktionen tätig. Die Teamleitung des Customer Service liegt seit 2015 in ihrem Verantwortungsbereich. Ende 2017 ging Marion Ellger in die Elternzeit. Für diese Zeit übernahm Sandra Berber ihre Vertretung.

[www.stabilo-promotion.com](http://www.stabilo-promotion.com)



**STABILO**

Marion Ellger

## Neustrukturierung in zwei Business Units

Pagani Pens, der Schweizer Spezialist für Schreibgeräte, hat seine Aktivitäten und sein Markenportfolio neu strukturiert. Unter der neuen Geschäftsführung von Rossana Porotti und Dr. Eckhard Sohns wurde das Unternehmen in zwei Business Units aufgeteilt, eine zuständig für das Geschäft mit Komponenten für Minentechnik und eine für Schreibgeräte. Die Marke Premec bleibt künftig dem weltweiten Komponentengeschäft der Gruppe vorbehalten. Seit Januar 2019 werden Schreibgeräte der Marke Premec unter dem Markennamen Pigra weitergeführt. Die Tagline «Made by Italians» betont die italienische Identität von Pigra und setzt sie vom «Swiss made» Prodir ab. Mit ihrem neuen Markenportfolio für Schreibgeräte will sich Pagani Pens künftig auf den Werbeartikelmarkt konzentrieren. Dafür ist geplant, das Netz eigener Vertriebsgesellschaften in Europa weiter auszubauen. Die Aktivitäten im Schreibgeräte-Einzelhandel wurden zum Jahresende 2018 eingestellt.

[www.paganipens.com](http://www.paganipens.com) – [www.pigra.com](http://www.pigra.com) – [www.prodir.com](http://www.prodir.com)



**Pagani Pens**

Pigra – für ein bisschen mehr Dolce Vita im Werbemittelmarkt.

## SPS ins Unternehmen integriert

Nach der Übernahme des britischen Herstellers SPS EU Ltd. durch PF Concept im Dezember 2017 haben sich beide Unternehmen unter dem Namen PF Concept UK Ltd. zu einem Unternehmen zusammengeschlossen. Im Rahmen dieser Umstrukturierung investiert PF Concept umfassend in das britische Geschäft, um die Kapazität zu erhöhen, den Bestellvorgang zu vereinfachen und den Kundendienst zu optimieren. Durch Zusammenlegung ihres umfangreichen Produktangebots können PF Concept und SPS ihren Kunden nun neben den Produkten von PF Concept auch „The British Collection“

anbieten. Hierfür hat PF Concept seinen Vertrieb und Kundendienst für Großbritannien in das SPS-Werk in Blackpool verlegt. Das Unternehmen plant eine Geschäftserweiterung durch den Kauf von weiteren 2.800 Quadratmetern neben dem bereits vorhandenen Werk in Blackpool. Auf dieser Fläche wird eine Druckerei entstehen, sodass das

Team die Lieferzeiten durch zusätzliche Druckkapazitäten weiter verkürzen kann. PF Concept hat ferner die Vermögenswerte von Paper Innovation, einem Anbieter von Haftnotizen, erworben. Im 1. Quartal 2019 wird eine ganze Serie von Haftnotizprodukten auf den Markt kommen, die alle in Blackpool hergestellt werden.

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



**PF Concept**

Auf der jüngsten PSI waren die Produkte der „British Collection“ bereits in den gewachsenen Stand von PF Concept integriert.

## Management verstärkt

Der Vorstand des niederländischen Werbeartikelproduzenten Favorite Gifts aus Tiel wurde um ein weiteres Mitglied verstärkt. Seit Anfang Dezember agiert Norbert Koop dort als Operations Director. Er ist für die gesamte Produktion, die Logistik und für das Studio der Tochtergesellschaften Van Helden Promotional Gifts, Van Heijster Promotional Gifts, EuroGifts sowie für den Werbeartikellieferanten Giving Europe zuständig.

In dieser Position soll Koop zum weiteren Wachstum des Familienunternehmens beitragen. General Director Joost van Helden: „Die Krise haben wir hinter uns gelassen, und wir erleben ein starkes Wachstum auf europäischer Ebene. Natürlich möchten wir unsere neuen und unsere loyalen Kunden auf hohem Niveau zufriedenstellen. Dies erfordert eine weitere Straffung unserer Logistik und unserer Produktion. Norbert bringt umfassendes Wissen und vielseitige Erfahrungen in diesen Bereich ein. Wir heißen ihn in unserem Unternehmen willkommen und wünschen ihm viel Erfolg.“

[www.favoritegifts.eu](http://www.favoritegifts.eu)



**Favorite Gifts B.V.**

**Norbert Koop**

## Neuaufrichtung und Expansion

Beim Werbeartikel-Händler S&P aus Meerbusch hat das Inhaber-Duo Carsten Lenz und Daniel Meffert die Weichen für eine anstehende Expansion gestellt. „Nach einer ersten erfolgreichen Testphase hat sich der erste Außen-Standort Büro Nord in Obernkirchen mit Nicole Huth bewährt“, berichtet Geschäftsführer Daniel Meffert. Das Büro in Porta-Westfalica wird seit Januar um zwei weitere Personen ergänzt. Allen voran wird Christoph Sunderbrink zum Team dazustoßen. Der 33-jährige Branchenkenner war bislang auf Lieferantenseite ein bekanntes Gesicht im Außendienst. Er übernimmt die Rolle der Leitung des Standorts und bringt sich fortan als Geschäftsführer-Gesellschafter mit ein. Komplettiert wird das Team der Außenstelle durch Katrin Hitzemann. Auch sie ist Expertin in der Werbeartikelbranche und ist künftig für Innendienst-Vertrieb sowie Auftragsabwicklung verantwortlich. „Mit dieser personellen Verstärkung sehen wir die lokale Betreuung des attraktiven Kundenstamms sehr gut für die Zukunft aufgestellt. Wir sind sehr froh, mit Frau Hitzemann und Herrn Sunderbrink eine qualitative wie menschliche Erweiterung von S&P beschreiten zu können“, betont Geschäftsführer Carsten Lenz. Ebenfalls seit Januar betreut Claudia Franke, H&P Werbeservice aus Ratingen, ihre Projekte in strategischer Zusammenarbeit über S&P Werbeartikel. „Nach über 30 Jahren im Werbeartikel-Geschäft habe ich mich entschlossen zu schauen, wie ich mit Synergien unter Kollegen einen neuen Schritt gehen kann. Ich bin sehr froh, mit S&P eine vertrauensvolle neue Heimat gefunden zu haben“, beschreibt Claudia Franke die Veränderungen. Die Kooperation hatte vor einigen Monaten mit ersten Testaufträgen begonnen. „Seit Januar greife ich auf die guten Strukturen des gewachsenen Teams von S&P zurück. Dadurch weiß ich meine Kunden und mich in guten Händen.“ Für weitere Expansions-Schritte sieht sich S&P bestens gerüstet. „Wir sehen unsere Stärken in der persönlichen Beratung vor Ort. Daher haben wir unsere Strukturen in den vergangenen Monaten bewusst dezentral aufgestellt, um diesen begonnenen Weg weitergehen zu können“, so Daniel Meffert.

[www.sp-werbeartikel.de](http://www.sp-werbeartikel.de)



Branchenkenner Christoph Sunderbrink (zwischen Daniel Meffert und Carsten Lenz) ergänzt die S&P-Leitung als Geschäftsführer-Gesellschafter.



Katrin Hitzemann



Claudia Franke

## Neuer kundenfreundlicher Webauftritt

Pünktlich zum Start in das neue Jahr hat SND PorzellanManufaktur seine Webseite für Desktop, Tablet und Smartphone komplett relaunched und ist jetzt noch anwenderfreundlicher geworden.

Die Seite erleichtert die Kundenberatung dank gut durchdachtem Aufbau und vielen Serviceextras enorm. So ist es beispielsweise nun möglich, das für den jeweiligen Anspruch optimale Produkt mit passender Veredelung im vorgegebenen Budgetrahmen zu finden. Neben der komfortablen Volltextsuche für alle Inhalte der Seite ist die übersichtliche Darstellung der Produkte inklusive Details und wertvollen Informationen rund um Optionen, Empfehlungen und Positionierungsmöglichkeiten von Veredelungen sowie der Downloads von Standskizzen von großem Vorteil für den Nutzer.

Auch die Darstellung der Veredelungstechnologien wurde optimiert und um Produktvorschläge zu den jeweiligen Verfahren erweitert. Bestellhinweise, Mindestbestellmengen und der neue Budgetberater sind nun ebenso selbstverständlich wie das umfangreiche Downloadcenter. Hier ist neben vielen wichtigen Dokumenten, Sonderkatalogen und Flyern auch bereits der Katalog 2019 verfügbar. Zudem sind die umfassenden Serviceleistungen von SND von Verpackungsoptionen über Geschenkverpackung, personalisierten Einzelversand bis hin zum Aktions- und Newscenter anschaulich beschrieben.

Weiterhin sind Anfragen mit Logo-Upload schnell und einfach von jedem Punkt der Seite aus möglich. Nähere Informationen unter: [www.snd-porzellan.de](http://www.snd-porzellan.de)



**SND**

Am 17. Januar 2019 lud die KALDENBACH GROUP aus Hersbruck zur 18. Hausmesse [kuadra:t] in die außergewöhnlichen Räumlichkeiten des DauphinSpeedEvent ein. Unter dem doppelsinnigem Motto „Emotionen berühren“ zeigten 36 Aussteller ihre Neuheiten im Bereich Werbeartikel und Accessoires.

## 18. [kuadra:t] und neuer Geschäftsführer

# Berührbare Emotionen



Wieder einmal gab's bei der [kuadra:t] Anfang des Jahres unmittelbar nach der PSI die neusten haptischen Werbehighlights zu sehen und zu testen.



Genau 153 Besucher von knapp 100 Unternehmen waren der Einladung der renommierten Werbemittelfachleute gefolgt. Die Gäste kamen aus dem gesamten Bundesgebiet, schwerpunktmäßig jedoch aus dem bayrischen Umland. „In der gigantischen Oldtimerlocation, die uns seit Jahren als idealer Rahmen für unsere Hausveranstaltung dient, konnten wir viele interessante Gespräche mit den Marketingprofis führen, die den Weg zu uns gefunden hatten. Die Stimmung war insgesamt sehr gut“, so der Geschäftsführer der KALDENBACH

GROUP, Marco Kaldenbach, in seinem Resümee. „Ebenso begeistert wie von den Neuheiten zeigten sich die Teilnehmer unserer Hausmesse von den stündlichen Führungen durch die größte private Oldtimersammlung Europas. Auch in puncto leiblichem Wohl waren Besucher wie Aussteller durch das bereitgestellte Fingerfood bestens versorgt“, ergänzt Christoph Bauer, der seit dem 1. Januar 2019 zusammen mit Marco Kaldenbach als neuer Geschäftsführer die KALDENBACH GROUP leitet.

### Christoph Bauer verantwortet Vertriebsbereich

Darüber hinaus agiert Christoph Bauer auch als Geschäftsführer für den Bereich Fulfillment und verantwortet den Vertriebsbereich der Gruppe. Der Vertriebsexperte baut auf einer über 10-jährigen Erfahrung in mittelständischen Unternehmen auf. Unter anderem war Christoph Bauer als Vertriebsleiter sowie als Partner für das Produktsourcing in China tätig. Darüber hinaus hatte er zuletzt die Leitungsfunkti-



Gäste, die mit dem Zug angereist waren, wurden zudem mit dem neuen Model X von Tesla klimaneutral vom Bahnhof abgeholt.



Im Foyer wurden Besucher und Aussteller mit Getränken und leckerem Fingerfood verköstigt.



Christoph Bauer leitet seit dem Januar 2019 zusammen mit Marco Kaldenbach das Unternehmen.



Der großräumige Ausstellungsbereich von oben. Direkt daran an schließt sich die Präsentationshalle mit der Oldtimersammlung des DauphinSpeedEvent.

on in den Bereichen Fulfillment und Import inne. „Ich freue mich sehr auf diese neue Aufgabe und die damit verbundene Herausforderung. Ich bin überzeugt, dass wir die Erfolgsgeschichte der KALDENBACH GROUP weiterschreiben werden“, so Christoph Bauer über seine Berufung. „Mit Christoph Bauer haben wir einen erfahrenen Vertriebsexperten gewonnen, auf dessen Kenntnisse wir vertrauen und von dessen Erfahrungen wir zweifelsohne profitieren werden. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit und wünsche ihm viel Erfolg für seine neue Aufgabe“, sagt Marco Kaldenbach. Kaldenbach wird als Geschäftsführer der KALDENBACH GROUP auch weiterhin die Verantwortung für die Bereiche strategische Ausrichtung des Unternehmens, Produktentwicklung und Gründung von strategischen Allianzen und Kooperationen sowie PR und Marketing, tragen.

### Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit

Auch auf der 18. Hausveranstaltung setzte der Werbemittelspezialist einen Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit. Gäste, die mit dem Zug angereist waren, wurden zudem mit dem neuen Model X von Tesla klimaneutral vom Bahnhof abgeholt. Die KALDENBACH GROUP sieht sich aufgrund dieser und anderer Maßnahmen als Vorreiter in Sachen Ökologie und Ethik und ist seit 2017 komplett klimaneutral. Nächster Schritt auf diesem Weg ist die noch im ersten Halbjahr 2019 anstehende GOTS-Zertifizierung, die dem Unternehmen ökologisch und ethisch einwandfreie Textilproduktion bescheinigen wird. Auch die nächste [kuadrat:] ist bereits terminiert. Sie findet am 16. Januar 2020 statt.

### Umfassende Serviceleistungen

Seit über 40 Jahren produziert die KALDENBACH GROUP berührbare Werbung und zählt nach eigenen Angaben mit jährlich Millionen verkaufter Werbeartikel und Accessoires zu den führenden Werbemittelunternehmen in Europa. Als Lizenznehmer der Marken BRONSON®, camarc®, FamousFood®, HEIMRICH1904® und ZR-X® entwickelt und produziert die KALDENBACH GROUP innovative Produkte. Die hauseigene Grafikabteilung gestaltet für Kunden Designs für einzelne Produkte oder ganze Merchandise-Collections. Im Geschäftsbereich Fulfillment übernimmt die KALDENBACH GROUP alle Dienstleistungen rund um die Bereiche Werbeartikel, Accessoires, Print und POS. Neben der Einlagerung, der Verwaltung und dem weltweiten Versand stellt die KALDENBACH GROUP ein modernes Shopsystem zur Verfügung. Darüber kann der Kunde den kompletten Vertrieb der Merchandise-Collection organisieren. Das häufig bei Kunden eingesetzte SAP-System kann hierbei mittels professioneller Schnittstelle integriert werden. Alle Produkte werden garantiert ohne Kinderarbeit und nach den Richtlinien der Ethikkonferenz produziert. <

Stabil erfolgreich präsentierte sich die jüngste Auflage der Werbemittelmesse München (wmm), die am 23. und 24. Januar 2019 auf über 4.000 Quadratmetern die Neuheiten und Trends der Branche von 114 Ausstellern präsentierte. Wie im Vorjahr konnten die fünf gastgebenden Trägeragenturen über 1.300 Besucher aus Industrie und Mittelstand begrüßen.

## wmm München 2019

# Kreativ, voller Ideen und originell



Aussteller lobten die hohe Qualität der Besucher und diese wiederum eine „wunderschöne Präsentation des Mediums Werbeartikel“.

Jedes Jahr fiebern wir im privaten wie auch im geschäftlichen Bereich auf Veranstaltungen und Feierlichkeiten wie Ostern, Sommerfeier, Geburtstage oder Jubiläen hin. Zu jedem dieser Anlässe soll die Geste der Aufmerksamkeit durch ein außergewöhnliches Präsent unterstrichen werden. Die Entscheidung nach einem passenden Give-away als Kommunikationsträger für das Unternehmen spielt hier eine zentrale Rolle, die durch die hohe Produktvielfalt und -auswahl schnell zur Herausforderung werden kann. Hierzu bildet die wmm einen wichtigen Grundbaustein für ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2019, indem sie diese wichtige Entscheidung informativ und beispielhaft in die richtige Richtung lenkt“, so Michael Hagemann, Geschäftsführer der Hagemanngruppe, neben admixx, AmedeA, CD Werbemittel und Eidex eine der Trägeragenturen der Veranstaltung.



### Anziehungspunkt Nachhaltigkeitsareal

Auch diesmal profitierte das Publikum von kreativen Ansätzen, professioneller Beratung aus erster Hand und der langjährigen Erfahrung der Werbemittelprofis. Bereits zum 21. Mal lud die Promo Event GmbH aus Eichenau im Namen der Träger Führungskräfte, Fachpublikum und langjährige Kunden zu Süddeutschlands größter Werbemittelmesse ein. Besonderer Blickfang des diesjährigen Events stellte ein aufwändig gestaltetes Nachhaltigkeitsareal mit echten Massivholz-Baumstämmen, Natur-Steckbriefen und wiederverwendbarem Messeboden dar, das die umweltfreundlichsten Produkte der ausstellenden Lieferanten zeigte und offenbarte, dass Werbeartikel und Umweltschutz keinen Widerspruch darstellen müssen. Druckkugelschreiber, deren Schaft aus alten Haushaltsgeräten fabriziert werden, oder eine Eco-Cashmink-Decke, deren gesponnenes Garn



Auch auf der wmm stand Nachhaltigkeit im Fokus: Ein eigenes Areal präsentierte entsprechende Produkte.



Auf großes Interesse stießen die Fachferate des Rahmenprogramms, die aktuelle Themen aus den Bereichen Digitalisierung und Nachhaltigkeit behandelten.

aus recycelten Altwaren besteht. Nur zwei von 26 Artikeln als Beispiele, wie „alte“ Materialien wieder effektiv in neue Produkte verwandelt werden können, ohne dabei Ressourcen zu verschwenden – und so auf Werte aufmerksam machen, die von enormer Bedeutung für die Zukunft unsere Gesellschaft sind.

**Unterhaltsame Trendthemen**

Auch in diesem Jahr mit auf dem Aktionsareal: das Unternehmen IMANOX mit innovativer Fototechnik, die mittels zweier großer Sidescreens, Farb-LEDs und smarter Tracking-Algorithmen den Besuchern ein 360°-Fotoerlebnis ermöglichten, durch das sie sich plötzlich im Innenraum eines Mercedes McLaren oder einer kunterbunten Einhorn-Welt befanden. Alle „erlebten“ Bilder konnten als Ausdruck oder per E-Mails als Erinnerung mitgenommen werden. Am Stand des Münchner Unternehmens augmentatio holten sich die Besucher per State-of-the-Art Augmented Reality Applikationen ein Elektroauto direkt auf den Messestand, was durch die geschickte Verknüpfung von natürlicher und virtueller Umgebung – sogenannter „Mixed reality“ – für Staunen und Verblüffung sorgte.

**Vortragsprogramm mit Top-Referenten**

Erneut im Rahmenprogramm mit dabei: vier Top-Referenten mit aktuellen Themen aus den Bereichen Digitali-



Eine Aktionsfläche informierte unterhaltsam über neuste Entwicklungen bei Trendthemen wie Augmented Reality, Nachhaltigkeit und Fototechnologie.

sierung und Nachhaltigkeit. So demonstrierte Daniela A. Ben Said, die Gewinnerin des Oscars „Speaker of the Year!“, auf unterhaltsame, sympathische Weise digitale Kommunikationsstrategien und inspirierte Zuhörer sowohl für den beruflichen als auch den privaten Bereich. Auch Stephan Jung (Innovationsexperte), Axel Liebrau (Managementberater mit 25 Jahren Praxiserfahrung) und Prof. Dr. René Schmidpeter (internationaler CSR-Stratege) überzeugten durch fundiertes Expertenwissen und „eine etwas andere Art“ der Wissensvermittlung.

**Hohe Qualität – professionelle Präsentation**

Auch diesmal konnte die wmm durch Kreativität, Ideenreichtum und Originalität überzeugen. Dies bestätigte auch die aktuelle Befragung von Ausstellern und Besuchern. Aussteller lobten die hohe Qualität der Besucher und diese wiederum eine „wunderschöne Präsentation des Mediums Werbeartikel“. Für alle Beteiligten ist die wmm am Jahresanfang längst fester Bestandteil in der Planung. So ist die nächste Werbemittelmesse München bereits terminiert und findet am 22. und 23. Januar 2020 statt. <

Auch das Feiern kam nicht zu kurz. Aussteller und Veranstalter freuen sich gemeinsam über eine weitere gelungene wmm.





Ob **geschäftlich** oder **privat**, der moderne Mensch ist ständig unterwegs. Doch egal ob in der mobilen oder der freien Zeit, er führt stets dem jeweiligen Zweck entsprechend nützliche Dinge mit sich – die auch sehr gut **werben** können ...



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

## Kreativer Zeitvertreib

Für lange Reisen mit dem Auto, Bus oder Flugzeug sorgt das Mal- und Spiele-Set von Reidinger für kurzweiligen Zeitvertreib. Wenn die Zeit einfach nicht vergehen will, heißen die Zauberworte Malen und Spielen: In dem Mal- und Spiele-Set sind 6 Buntstifte sowie 26 Memokärtchen enthalten. Tiermotive bringen Spaß beim Ausmalen und Spielen und können auf Wunsch durch andere Motive ersetzt werden. Das Etui ist ab 1.000 Stück mit individuellem Rundumdruck erhältlich. Die Rückseiten der Memokärtchen sind optional mit Logo und Werbebotschaft bedruckbar. Das Memo-Set lässt sich einfach im Konfigurator gestalten. Artikel und Preise werden in Echtzeit angezeigt. Händler erhalten über den Händler-Anfrage-Button ein ganz individuelles Angebot.



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

## Globaler Werbesnack

Für alle Weltenbummler und Abenteurer bietet der Werbeartikelhersteller JUNG ab sofort ein ganz besonderes Give-away: die Fruchtgummi Weltkugel der starken Marke Trolli. Die weiße Schaumzucker-Kugel ist in ein Globus-Design gehüllt und mit einer weißen Werbebänderole verpackt, die nach Kundenwunsch bedruckt wird. Die besondere Tropfenform der Werbebänderole eignet sich ideal um beispielsweise einen Unternehmensstandort bekannt zu machen. Außen süß und innen fruchtig: In der luftigen Schaumzucker-Kugel befindet sich eine leckere Füllung mit fruchtig-saurem Geschmack. Die Fruchtgummi Weltkugel ist der ideale Blickfang auf Messen, Events oder ein Dankeschön am P.O.S. Besonders bei Tourismus- und Reiseveranstaltern, Speditionen oder weltweit tätigen Unternehmen ist das Produkt bekannt und beliebt.



Plüschtierwelt

## Frische Ideen in Plüsch!

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



Besuchen Sie uns auf der  
HAPTICA® live '19: H, Stand D15

- Jährliche Neuheiten
- Premium Edition
- Sonderanfertigung nach Kundenwunsch
- Veredelungen



Das Maskottchen der  
deutschen Handball-  
nationalmannschaft.

TRIGON ist offizieller  
Lizenznehmer des



TRIGON Deutschland GmbH

Kränkelsweg 28 • D - 41748 Viersen  
Tel. 02162 - 53008-0 • Fax - 53008-20  
E-mail: info@semo.de • www.semo.de



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



## Rubbelnd die Welt erkunden

Bei Stiefel Eurocard gibt es die erste Rubbel-Weltkarte beziehungsweise Scratchmap, bei der ein Werbe- oder Logoeindruck möglich ist. Das Geschenk für alle Weltenbummler und Globetrotter: Mit der Landkarte zum Freirubbeln wird die Reiselust auf spielerische Art dokumentiert. Die Rubbel-Weltkarte mit der praktischen Metallbeileistung und Aufhängeschnur zeigt die eigene Welt informativer und farbenfroher. Was zu Beginn noch wie eine edle, aber eigentlich ganz normale Weltkarte im Gold-Look aussieht, verbirgt unter der Oberfläche unerwartete Effekte. Denn alle Länder und Kontinente inklusive Inseln sind mit einem Rubbel-Lack überzogen, der sich Stück für Stück rubbelnd freilegen lässt. Dabei zeigt jedes Land eine andere Farbe, wie auch im echten Leben. Durch Laminierung ist die Rubbel-Weltkarte beschreib- und abwischbar und besonders reißfest. Auf allen Landflächen und Inseln ist hochwertiger Gold- oder Silber- Rubbel-Druck aufgebracht. Auf den Rubbelflächen zu sehen sind Staatsgrenzen und Ländernamen in aktuellster Kartendarstellung, erhältlich in deutscher oder englischer Sprache.



## Safety first

Der thanxx® Koffergurt TSATravel von Spranz aus Koblenz kommt in der Kombination Silber-Schwarz beim Kunden an. Das praktische und patentierte TSA-Kofferband mit Zahlencode bietet zusätzliche Sicherheit bei Kofferkontrollen auf Flugreisen, besonders in die USA. So können Gepäckstücke dank des Behördenschlüsselzugangs nicht mehr leicht aufgebrochen werden. Geliefert wird der nützliche Reisebegleiter im Designkarton.

PSI 41462 • Spranz GmbH  
 Tel +49 261 98488-0  
 info@spranz.de  
 www.spranz.de

YOUR PROFESSIONAL



FOR EVENT EQUIPMENT



# WERDE PARTNER\*



## LOGOBANK

Die faltbare und bedruckbare Logobank!



## FLATCUBE

Der erste faltbare Sitzwürfel aus einem Guss!



## GLOWCUBE SITZWÜRFEL

Leuchtender bedruckbarer Sitz- und Dekowürfel



## BEANBAG (SITZSACK)

Individuelle Größen und Sonderformen



\* Du interessierst dich für eine Kooperation mit BAS innovation? Schreib uns einfach direkt an.



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

## Täschlein wechsele dich

Einfach einpacken, mitnehmen, auspacken, und man hat freie Hand: Aus der nur 158 Gramm leichten Polyester-Falttasche von Troika wird in wenigen Sekunden der 12 Liter fassende Rucksack Backpack, bestens geeignet für den Spontan-Einkauf mit bis zu 15 Kilogramm Gewicht oder die zu warme Jacke, für unterwegs oder fürs Konzert. Beim Tragen des Rucksacks hat man immer freie Hände. Der Rucksack kann platzsparend im Außenfach verstaut werden und verfügt über ein großes Hauptfach mit Zwei-Wege-Reißverschluss, ein kleines Außenfach mit Reißverschluss, Netztaschen an beiden Seiten, längenverstellbare und atmungsaktive Schultergurte und einen Tragegriff. Erhältlich in Neongrün/Dunkelgrau oder Dunkelblau/Grau.

## Sympathieträger für Reiselustige

Je schneller sich die Alltagsmühle dreht, desto größer der Reise- und Freizeithunger. Das lässt sich trefflich nutzen für die Sympathiekommunikation mitten ins Freizeitherz: Ganz vorne mit dabei sind die sympathischen Charaktere von mbw® als natürliche Verstärker für Reiselust und Freizeitfreuden. Freizeithungrige sind nur allzu empfänglich für Zuwendungen wie die kleinen, fröhlichen Gestalten von mbw®. Allen voran der reiselustige Herr Bert® von den Squeezies® sowie die Freizeitstars von Schnabels® und CityDuck® mit vielen Neuheiten. Allen, die einen ganz individuellen Werbebotschafter suchen, empfiehlt mbw®, Spezialist für Sonderanfertigungen, den Besuch im Internet auf: [www.mbw.sh](http://www.mbw.sh)



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





PSI 43949 • L&S GmbH  
Tel +49 7141 911-7229  
info@lunds-gmbh.com  
www.lunds-gmbh.com

## Leckeres optimal gekühlt

Optimale Transportbegleiter für kühle Speisen und Getränke bei heißen Temperaturen bietet die L&S GmbH. Das Unternehmen offeriert eine hochwertige Bandbreite an Sonderanfertigungen, auch für Kühltaschen und Kühlkörbe nach Kundenwunsch. Diese können in wählbaren Maßen und Farbgestaltungen bis hin zu vollflächigem Druck produziert werden. Weitere Features wie Bodenfallen in der Tasche, Henkellängen, ein Reißverschluss an Korb oder Tasche sowie vielfältige Materialvarianten sind ganz nach Wunsch realisierbar.



FUNKTION IN AKTION

# AUF DER SUCHE NACH DEM MEHR?



fold  
able



Taschen für alle, die das Mehr lieben: der neue **BASKET** mit Kühlfunktion. Der Rucksack **TEAM**, der dank erweiterbarem Laptop-Inlay von der Sport- zur Bürotasche wird. Die leichten Taschen der Serie **SKY**, die sich klein zusammen falten lassen. Oder die Serie **BREEZE**, die wasserabweisend allen Wettern trotzt. Entdecken Sie noch mehr Werbetaschen mit Extras auf [www.halfar.com](http://www.halfar.com).



## HALFAR

Starke Taschen.

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



PSI 49982  
Edition Michael Fischer GmbH – EMF Verlag  
Tel +49 89 2123107-50  
tatjana.bleiler@emf-verlag.de  
[www.emf-verlag.de](http://www.emf-verlag.de)

## Variationen für die Grillsaison

„Fiesta – Jetzt wird gegrillt!“ lautet der vielsagende Titel des Rezeptbuchs des EMF Verlags, der Appetit auf die bevorstehende Grillsaison macht. Jede Menge neue Grillvariationen für sonnige Tage im Park, auf dem Balkon und im Garten sorgen für kulinarische Freuden im Freien. Sensationelle Grillrezepte, mit deren Hilfe die eigene Marke positiv ins Gespräch gebracht werden kann. Dazu bietet Edition Michael Fischer (EMF) eine maßgeschneiderte Sonderausgabe aus dem vielfältigen Verlagsprogramm an: Auf Wunsch lassen sich das Firmenlogo auf dem Buchumschlag einbinden, Produkte oder Dienstleistungen in Rezepttexten und Anleitungen platzieren und sogar ein eigenes individuelles Buch mit flexibler Seitenzahl, besonderer Ausstattung und dem eigenen Corporate Design gestalten. Weitere Infos gibt's auf Anfrage.



PSI 40807 • Gabriele Bühring  
Tel +49 4154 79540-0  
vertrieb@buehring-shop.com  
[www.buehring-shop.com](http://www.buehring-shop.com)

## Gewappnet für die Tour

Trustie, die Tasche für Reiseunterlagen, hat das Bühring-Team zusammen mit einem Werbemittelberater nach Kundenvorgaben für einen Reiseveranstalter entwickelt. Trustie bietet viel Platz für Tickets, Broschüren, Gutscheine, Reisepass, Karten und vieles mehr. Dazu passend kann natürlich auch ein Kofferanhänger realisiert werden. Trustie wird unter Berücksichtigung etwaiger Sonderwünsche projektbezogen in Indien hergestellt. Kunstleder oder Leder und Farben kann der Kunde je nach Auflage und Verfügbarkeit wählen. Der langjährige indische Lieferantenpartner von Bühring ist zertifiziert durch SGS gemäß OHSAS 18001:2007. Auf Leder wird eine Blindprägung empfohlen, auf glattem Kunstleder sind auch Farbprägung oder Siebdruck möglich. Die Lieferzeit beträgt zirka fünf bis sechs Wochen nach Muster- und Logofreigabe, abhängig von Menge, Material und Farbe.

## Praktischer Sportbegleiter

Die wasserabweisende Lauf- und Hüfttasche Run von Giving Europe ist aus Polyester und misst 98 mal 5,5 mal 1,5 Zentimeter. Aufgrund der verschweißten Nähte am Reißverschluss schützt diese dank der Reflektorstreifen bestens sichtbare Tasche während der täglichen Joggingrunde alle darin verstauten Utensilien auch bei einem kleinen Regenschauer. Die Tasche verfügt über einen Kunststoffverschluss sowie einen elastischen Gurt, welcher bis maximal 97 Zentimeter Länge verstellbar ist. Auf der Rückseite befindet sich eine kleine Öffnung für Kopfhörer, welche gegen Spritzwasser geschützt ist. Die Werbeanbringung erfolgt mittels Siebdruck.



PSI 45737 • Giving Europe GmbH  
Tel +49 421 596597-0  
kontakt@givingeurope.de  
www.givingeurope.de



## Individuell werkeln

Die Rominox® Key Tools von Römer Lifestyle sind praktische Multitools für den Schlüsselbund, insbesondere für unterwegs. Die kleinen vielseitigen Miniwerkzeuge sind aufgrund ihrer Größe, ihres Gewichts und der breiten Zielgruppe ideale Mailingverstärker, Onpacks und Messe Streuartikel. Das Tool ist neben fünf Standarddesigns, die immer auf Lager sind, auch als Multifunktionsstool in kundenindividueller Form umsetzbar. So können Kunden ab 5.000 Stück ein Firmenlogo, Produkt- oder Markenzeichen als originelles Multifunktionswerkzeug umsetzen lassen. Der Hersteller bietet dabei sogar einen kostenlosen Designvorschlag inklusive Visualisierung aller einzubauenden Funktionen an.



PSI 43892 • Römer Lifestyle  
by Römer Wein und Sekt GmbH  
Tel +49 6541 8129-0  
info@roemer-lifestyle.de  
www.roemer-lifestyle.de

- 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



Abb. Kundenreferenz: Spielbox Bärenmarke 2018





PSI 43242 • Gockener GmbH  
 Tel +49 2561 9829-0  
 info@gockener.de  
 www.gockener.de

## Kühl und erfrischend

Gockener bietet mit dem Bierkistenkühler® einen Sommerartikel, den es in zwei verschiedenen Ausführungen gibt: für Flaschen mit einem Füllvolumen von 0,33 Liter sowie für 0,5 Liter. Oder ganz neu im Programm: der „halbe Bierkistenkühler“, der universell für alle Flaschengrößen bis 0,5 l einzusetzen und auch für Softdrinks sehr praktisch ist. Alle Varianten sind mit einem eingearbeiteten Isolierschaum ausgestattet, so dass die Getränke über mehrere Stunden kühl bleiben. Im Gefrierfach aufbewahrt ist der Bierkistenkühler® sofort einsatzbereit. Im Sortiment finden sich noch eine Vielzahl weiterer Getränke Kühler wie Fass- sowie Flaschenkühler oder andere Produkte wie PU-Autopads, PU-Bieruntersetzer oder Kalt- und Warm Kompressen, Made in Germany.

## Sicher hin und zurück

Schon lange im Programm von reflAktive sind Kofferanhänger. Diese können am Griff des Koffers befestigt werden und weisen die Adresse des Besitzers aus. Neu ist die Erweiterung der Modelle: Während bislang der Fokus auf verschiedenen Motiven wie Flugzeug, Schiff oder Zug gerichtet war, kann beim neuen Modell nun auch in einem Klarsichtfach auf der Rückseite eine Karte eingeschoben werden, auf der beidseitig die Adresse notiert wird. So kann der Kofferanhänger nicht nur bei einer Adressänderung weiter genutzt werden, er bietet auch die Möglichkeit die eigene Visitenkarte einzulegen. Diese verweilt so nicht nur länger beim Kunden, durch die mögliche Bedruckung des Kofferanhängers kann eine zusätzliche Werbebotschaft angebracht werden. Sofern gewünscht, bietet reflAktive eine Trägerkarte zur perfekten Präsentation des Kofferanhängers mit an. Auch diese bietet zusätzlichen Platz für eine Werbeaussage.



PSI 46970  
 ReflAktive Reflektion & Promotion  
 Tel +49 4971 923312  
 info@reflaktive.de  
 www.reflaktive.de



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

## Ausstattung für Pedalritter

Bei Ausflügen mit dem Rad ist die Fahrradtasche Bike Mate von Inspirion der ideale Begleiter. Das geräumige Hauptfach bietet viel Platz und kann mit Hilfe des Schnapp- und Reißverschlusses sicher verschlossen werden. Eine Reißverschlussvortasche bietet zusätzlichen Stauraum und mit den abdeckbaren Gepäckträgerhalterungen lässt sich die Tasche leicht am Fahrrad befestigen. Nach der Fahrt kann die Tasche einfach über der Schulter getragen werden, denn der verstell- und abnehmbare Schultergurt ist mit einem extra Polster ausgestattet und sorgt für einen denkbar angenehmen Tragekomfort.

# OSTER HIGHLIGHTS 2019



4er Eier-Box



Gubor Osterhase



Werbewirkung schmeckt!



www.suesse-werbung.de

Service-Hotline: 0049 76 43 / 801-555



PSI 42706  
Kalfany Süße Werbung GmbH & Co KG  
Tel +49 7643 801-0  
info@ksw24.com  
www.ksw24.com

## Kleine Stärkung

Bei Kalfany Süße Werbung trifft locker-leichter Puffreis auf utz-zertifizierte Vollmilchschokolade mit mindestens 32 Prozent Kakao: die perfekte, süße Zwischenmahlzeit für Cerealien-Snacker und Schokoladen-Entdecker. Markenzeichen sind ein Indikator für hohe Qualität. Umso besser, wenn das Markenzeichen auch noch als Prägung auf dem süßen Produkt zu erkennen ist. Hier besteht kein Zweifel, dass es sich um das Original handelt. Kalfany Süße Werbung druckt und produziert unter IFS-Standards die perfekte Werbebehülle für den Sunrice Snack und schafft durch seine Veredlung Made in Germany ein qualitativ hochwertiges und sicheres Werbemedium.

## Trendiger Rucksack

Bologna, die pfiffigen, trendig designten Rucksäcke von Joytex, sind eine nachhaltige Alternative zur Plastiktüte: Sie sind überaus langlebig, reißfest und robust und verfügen über schwarze Nylon-Tragekordeln. Zudem ist das elastische, strapazierfähige Polyester Material in einer Qualität von 120 Gramm pro Quadratmeter praktischerweise reflektierend, was auch bei Dunkelheit zur Sicherheit beiträgt. Das praktische, 40 mal 50 Zentimeter messende Utensil ist ab einer Abnahmemenge von mindestens 250 Stück mit Druck lieferbar. Erhältlich ist Bologna in Weiß, Rot, Neongrün, Royalblau, Neonblau sowie in Schwarz.



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



PSI 44389 • Floringo GmbH  
Tel +49 8847 69070  
info@floringo.de  
www.floringo.de

## Exklusive Lounge-Line

Die neuen Lounge-Line-Tücher von Floringo sind in exklusiver Flechtoptik gewebt und weisen in Haut-Komfort, Größe und Volumen neue Wege: in der Größe 70 mal 180 Zentimeter sind sie eine echte Alternative zur Mikrofaser und ideal für den Einsatz auf der Liege, in der Sauna und am Strand. Aufgrund des niedrigen Gewichts und Volumens empfehlen sich die anhaltend weichen und saugfähigen Tücher als platzsparende Reisebegleiter. Ab Lager sind diese eleganten Tücher in Weiß, Karibik, Lagune, Fango und Felsgrau erhältlich und können werbewirksam bestickt werden. Kundeneigene Farben und andere Größen sind problemlos umsetzbar. Überdies empfiehlt sich für etwas größere Motive eine Jacquard-Bordüren-Einwebung. Infos dazu beim Team von Floringo.



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

## Himmlicher Botschafter

Die SKY Taschenserie von Halfar ist ausgesprochen leicht, in Schnitt und Auftritt reizvoll modern, mit ihren vier Taschenmodellen vielseitig und dank Faltefunktion überaus praktisch. Mit den sechs Farben Rot, Hellgrau, Marine, Apfelgrün, Schwarz und Blau in charakteristischer Melange bringt sie außerdem himmlisch viele Gestaltungsmöglichkeiten mit. Die Veredelungsoptionen reichen von Druck bis Stick. Zur SKY-line gehören je ein großzügiger Shopper mit Reißverschluss und langen Tragegriffen, eine geräumige Sport- und Reisetasche, ein leichter Rucksack mit atmungsaktivem Tragesystem sowie eine Multibag, die sich als moderner Rucksack-Shopper auf dem Rücken oder in der Hand wohlfühlt. Mit dieser Vielfalt eröffnet die SKY als Werbetaschenserie neue Horizonte für die nächsten Werbeaktionen. Weitere Infos und Produkte unter [www.halfar.com](http://www.halfar.com) oder im neuen Taschenkatalog 2019.

- ANZEIGE -

# Neuheiten 2019

[www.die-markenvertretung.de](http://www.die-markenvertretung.de)

**FISKARS®**



**weber** 



**Esbit**  
ESTABLISHED SINCE 1906

MADE TO SURVIVE.





PSI 42819 • Gustav Daiber GmbH  
Tel +49 7432 7016-800  
info@daiber.de  
www.daiber.de



## Alles aus einer Hand

Jedes Jahr wird das Sortiment von James & Nicholson und myrtle beach aus dem Hause Gustav Daiber um viele Neuheiten ergänzt. Die beiden Marken bieten modische und textile Werbeartikel. Promotion-, Sport-, Freizeit-, Business- und Workwear zum attraktiven Einstiegspreis kennzeichnet die Price Entry Kollektion mit attraktiven Produkten im Preiseinstiegssegment. Kunden mit hohem Mengenbedarf können sich auf Textilien in großer Farb- und Größenvielfalt (XS-5XL) freuen. Klassische T-Shirts aus Single Jersey in unterschiedlichsten Farben wie Gold-Yellow, Pink, Dark-Green oder Royal sind ebenso ein Thema wie Poloshirts, Rundhals-Sweatshirts mit Raglanärmeln und Hoodies mit Kapuze und Kordelzug. Diese gibt es auch für Kinder in den Größen von XS bis XXL. Alle James & Nicholson Textilien werden mit sozialer und ökologischer Verantwortung produziert: Das bedeutet REACH-konform und nach OEKO-TEX® Standard 100 gefertigt.



## Süße Grüße

Mit der Snack-Box von CD-LUX geht der Beschenkte perfekt gestärkt auf die Reise. Diese wahrhaft süße Kleinigkeit für unterwegs eignet sich ideal als Give-away für Reisende oder für den Zwischenstopp. Die Füllung lässt keine Wünsche offen: So stehen zum Beispiel frische Äpfel in Kombination mit einem süßen Muffin oder einem Müsliriegel zur Auswahl. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Als kleines Dankeschön für die Reisebuchung empfehlen die Süßwaren-Experten von CD-LUX einen individuell bedruckten Gruß, etwa in Form von feiner Schokolade. Eine kleine Geste, die garantiert gut ankommt. Muster und Angebot können ab sofort beim Hersteller angefordert werden.

PSI 45452 • CD-Lux GmbH  
Tel +49 9971 857113  
info@cd-lux.de  
www.cd-lux.de



PSI 41259 • Lehoff Im- und Export GmbH  
 Tel +49 40 529607-0  
 info@lehoff.de  
 www.lehoff.de

## Praktisch auf Reisen

Der CarryOn Transfer Boardtrolley inklusive USB Docking in Schwarz ist bei Lehoff bestellbar. Mit dem Doppel-USB-Adapter, integriert im CarryOn Transfer Handgepäckfach, lassen sich Handy, Tablet oder Laptop jederzeit und überall aufladen. Eine Powerbank ist nicht enthalten. Allerdings befinden sich in der Innenseite ein Fach für eine Power Bank sowie ein Anschluss für den USB-Adapter. Dieses handliche Konzept sorgt dafür, dass das Warten auf einen Flughafen oder Bahnhof kurzweiliger wird. Der Hartschalenkoffer verfügt über vier fest integrierte Räder für zusätzlichen Fahrkomfort. Die Aluminium-Zugstange ist in drei Positionen verstellbar. Ein integriertes TSA-Zahlenschloss sorgt etwa in den USA für ein sicheres Reisegefühl. Das Innere des Koffers ist vollständig mit einem zusätzlichen Fach am Gerät ausgekleidet. Im Hauptfach sorgen elastische Packgurte dafür, dass die Kleidung gut organisiert bleibt.

*Werbung,  
die wirklich berührt!*



*Sauna-  
und Hamamtücher  
ab Lager, ab 30 Stück*

www.alta-seta.de +49 5031 70360

 **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



## Deutschlands Welterbe

Mit ausführlichen Informationen auf jedem Blatt des Kalenders für das nächste Jahr von Ackermann Kunstverlag nimmt uns Günther Bayerl mit auf eine ästhetische Reise der Extraklasse zu den von der UNESCO ausgezeichneten Welterbestätten Deutschlands. Von der Hamburger Speicherstadt über den Kölner Dom und die Wartburg in Thüringen bis zum Bamberger Rathaus – warum in die Ferne schweifen, wenn das Gute so nah liegt? Den Kalendertitel gibt es mit Farbveredelung in Bronze-Metallic. Dieser wird wie alle Ackermann Kalender auch ausschließlich in Deutschland produziert und in Kooperation mit NatureOffice klimaneutral auf Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft gedruckt. Werbeeindrücke sind bereits ab 50 Stück möglich.



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



PSI 44501  
InterPro Brands GmbH & Co. KG  
Tel +49 421 33060000  
info@interprobrands.de  
www.interprobrands.com

## Angenehm unterwegs

Die Nackenstütze Travel von Inter Pro ist aus PVC und ideal geeignet für die Zielgruppe, die viel unterwegs ist und bestens vorbereitet sein will, wenn eine Reise mal länger dauert und diese Nackenstütze dann für den nötigen Schlaf optimal nutzen möchte. Zu den Vorteilen des funktionalen, praktischen Reiseutensils gehören seine kompakten Maße. Schließlich ist das Kissen aufblasbar und passt in gefaltetem Zustand in eine Hülle. Dadurch ist Travel sehr leicht verstaubar im Gepäck ohne dabei viel Platz in Anspruch zu nehmen. Das in Marineblau, Hellblau, Rot, Grau sowie in Orange erhältliche Produkt kann per Transferdruck veredelt werden.

## Weltweit vernetzt

Unerlässlich auf Reisen, ob geschäftlich oder in Ihrer Freizeit: Wer gerne reist, erhält mit Earth Link II, dem Universal-Adapter von Kasper und Richter, den perfekten Stecker mit garantiert passender Verbindung. Earth Link II ist der Verbindungsstecker für alle internationalen Stromnetze und umgekehrt. Zur Verfügung stehen vier Schiebepistole zum Wechsel zwischen der amerikanischen, britischen, australischen und europäischen Konfiguration. Zudem gibt es einen USB-Ausgang sowie ein USB-C-Port mit 3400 mA für ultraschnelles Laden von Smartphones oder Tablets. Geliefert wird das in eine praktische Schutztasche gebettete Produkt mit der Artikel-Nummer 509300 in neutralem Karton.



PSI 40043  
Kasper & Richter GmbH & Co. KG  
Tel +49 9131 50655-0  
info@kasper-richter.de  
www.kasper-richter.de



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

## Kissen mit Gedächtnis

Damit die Reise noch angenehmer wird, hat team-d Import-Export ein Kissen im Repertoire, dessen Komfortmaterial aus Formgedächtnispolymer sich der Nacken- und Kopfform perfekt anpasst. Der abnehmbare Bezug aus extrem weichem Velboa Plüsch ist waschbar und erhältlich in Weiß, Blau und Schwarz. Als Werbeanbringung sind ein Doming am Reißverschluss oder für besonders exklusive Aktionen eine Stickerei zu empfehlen. Eine weitere Möglichkeit ist die Bedruckung des Zuziehbeutels, der das Kissen vor Verschmutzung bewahrt und als Befestigungsmöglichkeit am Handgepäck fungieren kann.



## Perfekter Regenschutz

Die superleichte Fifty Five Regenjacke Wellington im praktischen Packbeutel ist das perfekte Give-away mit echtem Mehrwert für Kunden: Sie ist klein, leicht, günstig und immer zur Hand, wenn der Nutzer vom Regen überrascht wird. Die Membran hält absolut dicht, die Nähte sind vertaped. Nach dem Regen einfach ausziehen, ausschütteln und wieder einpacken. Fertig. Passend dazu gibt es die Regenhose Melbur, die sogar mit durchgehenden Reißverschlüssen an den Beinseiten aufwartet, um das Überziehen unterwegs zu erleichtern. Ein Logo sowie eine Werbebotschaft können mit Print auf der Jacke und dem Packbeutel angebracht werden. Co-Produktionen können ab 100 Stück, Eigenproduktionen ab 300 Stück realisiert werden. Die Lagerware ist bereits ab einem Stück verfügbar.

PSI 49354 • Fifty Five oHG  
Tel +49 2738 30540  
info@fiftyfive.eu  
www.business.fiftyfive.eu

Auf der PSI präsentierte sich Toppoint mit einem neuen Standkonzept, das die vor kurzem überarbeitete Marketingstrategie widerspiegelt. Zentrales Thema des Messauftritts war die Einführung von elf neuen Marken, mit denen Toppoint sein Sortiment strukturiert und akzentuiert. Davon profitieren der Werbeartikelhandel sowie dessen Kunden.

## Toppoint mit neuer Marketingstrategie

# Mit neuen Marken hoch hinaus



Die neuen Marken verstehen sich als Tools, die dem Händler konzeptionelles Arbeiten ermöglichen. Wie das neue Verkaufen damit funktionieren kann, wurde auf der PSI erklärt.

**S**chon am Vormittag waren fast alle Beratungstische besetzt: Der neue Toppoint-Stand in Halle 12 war Anlaufstelle nicht nur für Stammkunden, sondern machte durch seine Eleganz und Farbigkeit auch Flanierende auf sich aufmerksam. Vor unserem Treffen mit Toppoint-Geschäftsführer Bas Lensen schauten wir uns den Stand in Ruhe an: Das moderne, offene Design erlaubte schon von außen den Blick auf die verschiedenen Markenwelten. Der Claim „we aim high“ war groß an der Rückwand zu sehen und legte nahe, dass Toppoint Großes vorhat.

### Durchdachte Markenlinien

Die durchdachten Markenlinien präsentierten sich jeweils in ihrem charakteristischen Erscheinungsbild und mit einigen ausgesuchten, typischen Produkten. Wie etwa „Topride“, das Label für Autoliebhaber und Vielfahrer, das in schickem Rot-Schwarz daherkommt und alles bietet, was rund ums Auto nützlich ist und Spaß macht – und das, wie wir später erfahren sollten, Lensens persönlicher Favorit ist. Aber da gab es unter anderem auch die gelbe Ecke „Topbasic“, sie erzählte eine Geschichte von liebenswerten und funktionalen Basics, die jeder braucht und die un-



Managing Director Bas Lensen erläuterte auf der PSI das neue Markenkonzept.



Jede der Markenwelten hat ihr eigenes Profil. Das Brandbook definiert Kernaussagen, Farben und Typographie.

endliche (Werbe-)Möglichkeiten eröffnen. Die meisten Markenbegriffe sind selbsterklärend, wie etwa Traveltop oder Busnesstop, andere wie Topactive und Adventuretop legen nahe, welche Zielgruppen damit angesprochen werden. Auch „Toppoint“ selbst ist eine der Marken. Sie steht für das Segment Schreibgeräte und ist nicht nur begrifflich dem Unternehmen besonders nahe. Denn Toppoint ist unter anderem als Schreibgeräte-Hersteller groß geworden, ebenso wie die Keramikproduktion und Kunststoff-Fertigung im Spritzgussverfahren zu den ursprünglichen Geschäftszweigen des über 90 Jahre alten Unternehmens zählen.

### Unterstützung des Handels

Welche Annahmen und Ziele hinter der neuen Markenstrategie stehen, erläuterte Bas Lensen: „Mit unserem Markenkonzept möchten wir in erster Linie den Werbeartikelhändler dabei unterstützen, schneller und einfacher zu verkaufen. Wir geben ihm mit den Marken Tools an die Hand, mit denen er konzeptionell arbeiten kann. Sie sollen die ewigen Preisdiskussionen und das ausufernde Angebots-

wesen minimieren, sodass ihm mehr Zeit und Ressourcen für sein eigentliches Business bleiben: seine Kunden besser kennenzulernen und sie zielgenauer zu beraten, damit er mehr Stammkunden gewinnen und stabileren Umsatz erzielen kann.“ Je genauer der Händler weiß, was sein Kunde braucht und will, desto eher kann er ihm eine zu seinen Wünschen und Interessen passende Marke vorstellen. Auch das ungefähre Preissegment sollte bekannt sein und den Wert des Unternehmens widerspiegeln, betont Lensen.

### Wiedererkennungswert und Markenbindung

Die Rolle der Marken hierbei ist klar: Sie geben Themen und Produktwelten vor, innerhalb derer sich Werbeartikelhändler und ihre Kunden schnell orientieren können. Das macht die Auswahl einfacher und erhöht die Treffsicherheit – also weg von dicken Katalogen mit riesigen Sortimenten, die schnell überfordern. Jede der elf modernen Marken hat ihren eigenen Kern, ihre eigene Stärke und erreicht mit einer perfekt abgestimmten Produktpalette jeweils ihre eigene Zielgruppe. Hat der Händler dem

Kunden die passende Erlebniswelt zugeordnet, ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass der Kunde von den Produkten begeistert ist. Jede der Markenwelten hat ihr eigenes Profil. Das geht soweit, dass ein Brandbook jeweils die Kernaussagen, Farben und Typographie definiert. Das Erscheinungsbild wird in der Kommunikation verwendet und setzt sich fort bis in die Verpackung. Alles ist in sich stimmig und zielt natürlich auch auf Wiedererkennungswert und Markenbindung ab: Der Kunde soll zuerst schauen, ob er bei „seiner“ Marke fündig wird. Und je einfacher man es ihm dabei macht, um so eher wird er sich dabei wohlfühlen und ihr treu bleiben. Ein Rabattsystem soll zusätzliche Anreize schaffen.

### Tools für konzeptionelles Verkaufen

„Conceptional selling“ heißt also das Stichwort, unter dem das neue Konzept auf der PSI vorgestellt wurde. Die gut besuchten Präsentationen sollten den Werbeartikelhandel informieren, aber auch motivieren. „Das Verkaufen auf der Basis unserer Markenstrategie ist ein Prozess, den wir gemeinsam mit dem Händler implementieren möchten – mit dem Ziel, dem Endkunden das Vertrauen zu vermitteln, dass er in unserer Branche kompetent und professionell betreut wird: In Bezug auf individuelle Beratung, wertige Marken und zeitgemäße, möglichst nachhaltige Produkte, die sorgfältig ausgewählt werden und perfekt passen“, erläutert Bas Lensen. Um optimalen Service zu bieten, sei es wichtig zu wissen, wie der Industriekunde denkt und welche Bedürfnisse er hat. Auch deswegen soll der Kontakt zum Handel, der seinen Kunden ja am besten kennt, intensiviert werden. Zudem wünscht sich der Handel (entsprechend eigener Umfragen) grundsätzlich mehr Unterstützung von seinen Lieferanten. Die bekommt er mit der Markenstrategie allemal, inklusive Beratung und Information.

### Fokus auf Nachhaltigkeit und Made in Europe

Der frische Wind, der Toppoint weiter nach vorne bringen soll, schlägt sich nicht nur in den oben genannten Strategien nieder, sondern manifestiert sich auch durch die Verlegung des Firmensitzes nach Hengelo. „Das kreative Umfeld und die gute Anbindung bieten die besten Voraussetzungen für weitere Expansion“, sagt Bas Lensen, der das Unternehmen nun schon in dritter Generation führt. Die Wurzeln von Toppoint liegen in Bergentheim, hier ist auch ein Teil seiner Produktions- und Druckbetriebe. Um die Druckkapazitäten zu erhöhen, hat Toppoint kürzlich ein hochmodernes, leistungsfähiges Druckzentrum in Polen in Betrieb genommen. Ständige Weiterentwicklung kennzeichnet Toppoint seit seinen Anfängen. Ein Meilenstein unter vielen: 2002 wurde Toppoint Teil des schwedischen börsennotierten Konzerns New Wave, was das Business weiter beflügelte. Qualität, Design, Veredlungstechniken und Nachhaltigkeit sind und bleiben die Kernkompetenzen, die weiter ausgebaut werden. Die großen Herausforderungen, denen sich Toppoint verstärkt stellt, sind Nachhaltigkeit und Qualität Made in Europe. Ziel ist es schon seit Jahren, den Anteil verantwortungsbewusst produzierter, wertiger Artikel zu erhöhen. „Made in Europe steht neben individuellem Design und Qualität auch für hohe Flexibilität. Dieser Mehrwert rechtfertigt durchaus auch einen höheren Preis. Auch dies ist ein Weg aus der Dumpingpreis-Mentalität“, so die Überzeugung von Bas Lensen. <



Mit seinen Markenwelten möchte Toppoint den Werbeartikelhandel unterstützen.

### Die neuen Markenwelten von Toppoint

Topride  
Toptaste  
Topactive  
Adventuretop  
Topsmile  
Businessstop  
Deskpoint  
Toppoint  
Summertop  
Traveltop  
Topbasic



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

China hat noch immer den Ruf eines Billiglohnlandes, wo ausländische Firmen günstig große Mengen produzieren lassen. Und immer wieder fallen chinesische Produkte durch mindere Qualität auf. Diesem Image steuert das Land nun entgegen und implementiert verstärkt Normen und Zertifizierungen, um die Qualität aller Erzeugnisse im Markt zu erhöhen. Betroffen sind inländische wie ausländische Unternehmen. Intertek informiert, worauf Exporteure achten müssen.

## Qualitätsoffensive „Quality Made in China“

# Strenge Normen erschweren Marktzugang



**C**hina erlebte in den vergangenen 30 Jahren den Wohlstand hauptsächlich durch die Öffnung seines Marktes für die Weltwirtschaft und durch die Umwandlung eines antiquierten Wirtschaftssystems hin zu einer gelenkten Marktwirtschaft. Vorbild dabei war hauptsächlich das japanische Wirtschaftssystem. In diesem spricht die Regierung Empfehlungen für die Wirtschaft aus, ohne sich aber direkt und zwingend in Wirtschaftsprozesse einzumischen.

### Chinas Weg zum Imagewandel bis 2025

Chinesische Unternehmen verfügten nun über Zugang zu internationalen Märkten und überschwemmten diese mit Billigprodukten, die hinsichtlich Qualität und Langlebigkeit nicht mit großen Marken mithalten konnten. Auch mussten die Chinesen über die letzten Jahre lernen, dass ihnen einige Märkte verschlossen blieben oder aber verschlossen gehalten wurden. Somit sah sich die chinesische Regierung in der Pflicht, eine neue nationale Strategie herauszugeben – „Made in China 2025“. Das Ziel der Kam-

pagne soll sein, chinesische Produkte qualitativ hochwertiger herzustellen und dabei mehr eigene, inländische Ressourcen zu nutzen.

### Hohe Anforderungen

Das bedeutet, dass China die Anforderungen sowohl an seine eigenen wie auch an importierte Produkte massiv erhöht. Die Regierung erweiterte in den letzten Jahren die existierenden Prüfstandards regelmäßig. Viele neue Prüfnormen kommen dazu, Grenzwerte werden (neu) festgelegt bzw. erhöht. Dazu gibt es für bestimmte Produktgruppen eine langwierige Zertifizierung (CCC). Die allerdings ist notwendig, um überhaupt das jeweilige Produkt auf dem chinesischen Markt platzieren zu können, der ihnen sonst verschlossen bleibt. Das chinesische Normensystem selbst besteht aus vier Leveln. Um fachlich immer auf dem neuesten Stand zu sein, arbeitet Intertek in diversen Normenkreisen mit und spielt eine aktive Rolle bei wichtigen lokalen Regierungsprojekten, wie zum Beispiel „Zhejiang Made“ und „Shanghai Quality“.

<

## Das chinesische Normensystem

Level 1: Nationaler Standard	GB	GB-Normen bilden die Rahmenbedingen für die jeweiligen Produktgruppen. Sie gelten als verpflichtend einzuhalten.
Level 2: Industrie Standard	FZ QB QB/T	Diese Normen vereinen technische sowie zusätzliche Anforderungen in bestimmten Produktbereichen. Sie gelten als „empfohlen“, werden aber sofort verpflichtend bei entsprechender Produktkennzeichnung.
Level 3: Regionaler Standard	DB	Diese Normen vereinen technische Anforderungen in bestimmten Provinzen, autonomen Regionen oder Gemeinden, wo es keine einschlägigen Prüfnormen gibt.
Level 4: Unternehmensstandard	Q/	Diese Normen kennzeichnen Unternehmensnormen, wenn Unternehmen neue/besondere Produkte Herstellen, um entsprechend einen höheren Qualitätsanspruch darzulegen. Diese Normen müssen aber bei der Regierung anerkannt und registriert werden.

### Erschwerte Bedingungen für Exporteure

Inzwischen haben sich also auch für Exporteure die Bedingungen erschwert. Denn auch für sie gelten nun die strengen Vorgaben, die China seinen eigenen Unternehmen auferlegt. Hinzu kommt, dass sich die chinesischen Normen und Prüfsysteme von den deutschen/europäischen stark unterscheiden, sodass Exporteure hier weitere Hürden überwinden müssen. Die folgenden Fragen, die im Zuge der Beratung exportwilliger Unternehmen immer wieder auftauchen, geben einen Überblick über die wichtigsten Problemkreise.

## Qualitäts-Anforderungen des chinesischen Marktes

### Das sollten Exporteure wissen – Fragen und Antworten

**Ich habe bereits eine aktuelle und ausreichende Dokumentation über die Marktfähigkeit meines Produktes nach europäischen Prüfnormen. Kann ich diese Dokumentation dann für China anerkennen lassen bzw. auch anwenden?**

NEIN. Für den Import Ihres Produktes benötigen Sie eine Marktfähigkeitsdokumentation nach den jeweils anwendbaren und aktuellen chinesischen Prüfnormen. Andernfalls kann es beim Import zu Problemen kommen (Einfuhrverbot, Quarantäne, Strafen, etc.).

**Kann man europäische (amerikanische) Prüfnormen mit den chinesischen Prüfnormen vergleichen?**

NEIN. Chinesischen Prüfnormen sind zum großen Teil mechanischer Natur. Das bedeutet, dass die Chinesen mehr physikalische oder qualitätsnachweisende Prüfungen in ihren Normen haben. Diese Qualitätsnormen (z. B. Lichtechtheit bei Textilien oder UV-Beständigkeit bei Schirmen) dienen dem Zwecke der Zielerreichung „Quality Made in China“.

**Ist es notwendig, ein separates China-Label zu erstellen und auf meinem Produkt anzubringen?**

JA. Das China-Label ist eine wichtige Säule der chinesischen Kennzeichnung und wird durch diverse Normen verpflichtend vorgegeben.

**Gibt es die China-Normen auch in Englisch oder bekommt man sie nur in Chinesisch?**

GB-Normen werden von der Behörde „Standardization Administration of the People’s Republic of China“ herausgegeben. Diese ist zu vergleichen mit dem DIN (Deutsches Institut für Normung e. V.). Die Normen sind generell nur in chinesischer Landessprache zu erhalten. Diese müssen (wie die europäischen Normen) käuflich erworben werden (nicht frei herausgebbar). Englische Übersetzungen gibt es vereinzelt oder als Zusammenfassung. Aber verbindlich verpflichtend sind nur die Normen, die die Behörde veröffentlicht.

## Zartschmelzende Frühlingsgrüße

CD-LUX wartet auch in diesem Jahr mit einem großen Oster-Programm auf. Wie wäre es zum Beispiel mit dem **süßen Osternest**, liebevoll von Hand bestückt mit feinsten Schokolade und natürlich rundum individuell bedruckt? Weitere süße Frühlingsgrüße finden sich im brandneuen Katalog von CD-LUX, randvoll mit tollen Werbeideen rund um das Thema Ostern & Frühling erstellt. Für jeden Kunden und für jedes Budget sollte das Richtige dabei sein.

PSI 45452 • CD-LUX GmbH  
Tel +49 9971 85710 • info@cd-lux.de  
www.cd-lux.de



## Edle Stickereien

Als Full-Service-Dienstleister **veredelt** Klam nun seit über 30 Jahren alles, was die Textilbranche hergibt. Was die Schwaben auszeichnet? Erfahrung und die Liebe zum Detail. Die Stickereien sind edel und hochwertig, ausgeführt mit farbtintensiven Garnen von hoher Qualität, womit allen Kundenansprüchen gerecht wird. Klam begleitet den Auftraggeber von Anfang an und setzt die Wünsche mit großer Expertise um.

PSI 49119 • KLAM MARKETING  
Tel +49 7129 928690 • mail@klam.de  
www.klam.de



## Nachhaltige Werbeboten

Was im Wohn- und Bürobereich als Möbel Einzug hält, wird von emotion factory aus dem Schwarzwald nun als Grundmaterial für Werbeartikel eingesetzt: Wellkarton, der als Topf für die grünen Pflänzchen dient. Ganz neu im Sortiment ist der umweltfreundliche „Wellkarton-Pflanzwürfel“ in den Maßen 4 x 4 x 4 und 6 x 6 x 6 Zentimeter, bestückt mit einer Substrattablette als Erde und vielfältigen Samensorten. So darf sich der Empfänger als Gärtner versuchen. Für die Werbebotschaft bieten eine Banderole sowie ein Aufkleber, die individuell bedruckt und gestaltet werden können, die optimale Fläche. Los geht's bereits ab einer Menge von 250 Stück! Der Würfel wird aus nachhaltigen Rohstoffen in Europa produziert.

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



## Äußerst vielseitig

Edelstahl sieht spitze aus und verhindert Rost auf besonders sichere Weise, das meinen jedenfalls die Experten von Wera, wenn sie über ihren Tool-Finder Incentive sprechen. Die zwei im Set enthaltenen Schraubendreher sind zudem **vakuumeisgehärtet**, was dem Material eine super Festigkeit verleiht. Zwei besonders gängige Kreuzschlitz-profile sorgen für ein breites Anwendungsspektrum. Der „Kraftform“-Griff ist der menschlichen Hand nachempfunden, sodass die Anwendung nicht nur zu guten Ergebnissen führt, sondern auch noch Spaß macht. Ab 250 Stück mit einem Kundenlogo individualisierbar.

PSI 48078 • Wera Werkzeuge GmbH  
Tel +49 202 4045144 • matuschek@wera.de  
[www.wera.de](http://www.wera.de)

## Oster-Premiere

Der Werbeartikel-Hersteller Römer Präsente, der bei vielen Händlern für seine kulinarischen Weihnachts- und Jahresendpräsente bekannt ist, hat erstmalig für die Oster-Saison 2019 einen **Spezialkatalog** herausgebracht. Der Oster-Katalog umfasst 20 Seiten und über 30 kulinarische Produktideen. Es sind sowohl traditionelle Produkte wie Osternester und Pralineneier sowie innovative Ideen vom Tassenkuchen bis hin zum Oster-Secco enthalten. Viele der Produkte bieten dabei eine kostengünstige Option der Individualisierung. Der Katalog kann bei Römer Präsente als Print- oder PDF-Version angefragt werden.

PSI 43892 • Römer Wein und Sekt GmbH  
Tel +49 6541 81290 • info@roemer-praesente.de  
[www.roemer-praesente.de](http://www.roemer-praesente.de)



## Elegantes Design

Roll-Up.Bayern ist ein Unternehmen, das sich unter anderem auf werbestarke Präsentationssysteme spezialisiert hat. Der Schwerpunkt liegt auf der Produktion und Lieferung von **Präsentations-systemen und Werbebannern** aller Art. Im Sortiment finden sich zum Beispiel praktische Alurahmen, die zusammen mit der je nach Wunsch gestalteten (Werbe-)Grafik zum absoluten Blickfang werden. Elegantes Design, leichtes Gewicht und die Möglichkeit, eine LED-Beleuchtung zu integrieren, runden das Design ab.

PSI 49862 • Roll-Up.Bayern  
Tel +49 8282 8900960 • info@roll-up.bayern  
www.roll-up-bayern.de



## Persönliche Note

Dieses Feuerzeug von Chaps ist für jeden Fan ein absoluter **Hingucker**. Durch individuell gestaltbare Motive eignet sich der hochwertige Artikel perfekt als außergewöhnlicher Werbeträger für alle Bereiche. Egal ob Logos, Artikel oder Bilder, gerne erstellen die Designer von Chaps kostenlose Layoutvorschläge für den Kunden.

PSI 49593 • CHAPS Merchandising GmbH  
Tel +49 2234 999070 • info@chaps-online.de  
www.chaps-online.de



## Genialer Nachfolger

Der Mensch ist ein Gewohnheitstier – besonders was sein tägliches Arbeitswerkzeug anbelangt. Wenn hier ein Erfolgsmodell durch ein neues Produkt ersetzt wird, muss der Nachfolger schon eine Menge (mehr) zu bieten haben. Das ist beim Secumax 320, dem **neuesten Sicherheitsmesser** von Martor, der Fall. Es folgt damit auf das beliebte Secumax Combi und löst dieses nach einer ausreichend terminierten Übergangsphase ab. Das Secumax 320 eignet sich ideal zum Schneiden von Folien aller Art, von Kunststoffumreifungen, Bindfäden und vielem mehr. Dabei kann sich der Nutzer auf ein Höchstmaß an Arbeitssicherheit verlassen, da die Klinge verdeckt liegt. Heißt: Sie kann weder den Anwender verletzen noch seine verpackte Ware beschädigen. Außerdem wurde bei dieser Innovation die Ergonomie und Funktionalität des Griffes perfektioniert. Der Griff wirkt jetzt so, als hätte man ihn bei Martor direkt in die Hand des Anwenders hineingebaut. Der neue Soft-Grip erhöht das Wohlgefühl noch. Und auch der Zugang zur Klinge und die Arbeitsschritte beim Klängenwechsel wurden wesentlich vereinfacht.

PSI 40111 • Martor KG  
Tel +49 212 258050 • info@martor.de  
www.martor.de



## Heiß, kompakt und farbenfroh

Mit der British Collection präsentiert PF Concept Drinkware, die in Großbritannien hergestellt wird und insbesondere mit einer Vielzahl wiederverwendbarer Becher und Flaschen für unterwegs überzeugt. Dazu gehören die **Americano® To-go-Becher**, die mit ihrer großen Farbauswahl sowie mit verschiedenen Größen und Formen zahlreiche individuelle Gestaltungsmöglichkeiten bieten. Zu der Produktfamilie zählt auch der Americano® Espresso und der Brite-American® Espresso. Die doppelwandigen Isolierbecher verfügen über einen Schraubverschluss und fassen bis zu 250 Milliliter. So passen die aus Polypropylen hergestellten Modelle bequem unter die meisten Kaffeemaschinen. Der Brite-American® Espresso kann mit einem vollfarbigen und umlaufenden Design für einen erfolgreichen Markenauftritt dekoriert werden. Der Americano® Espresso ist in vielen Farbkombinationen erhältlich und lässt sich mit Siebdruck veredeln.

PSI 40660 • PF Concept Deutschland GmbH  
Tel +49 2822 9600 • contact-dach@pfconcept.com  
www.pfconcept.com

## Saubere Verbindung

Der Smart Phone Cleaner von Intraco ist ein **super intelligentes Gadget**: Er ist ein Ladegerät und ein Telefonreiniger in einem. Er reinigt ein Telefon innerhalb von sechs Minuten mit Ozon-Licht und verfügt über eine dimmbare weiße LED und veränderbare farbige LED-Leuchten. Ein großartiges Gadget in Verbindung mit einer Marke.

PSI 43540 • Intraco Trading bv  
Tel +31 75 6475420 • info@intraco.nl  
[www.intraco.nl](http://www.intraco.nl)



## Besonderer Dreh

Die „Heng Balance Lamp“ ist eine Schreibtischlampe mit dem besonderen Dreh: Wo die meisten Lampen einen üblichen Schalter haben, hat die Heng Balance Lamp **zwei Kugeln**. Wird die untere Kugel angehoben, wird sie von der hängenden Kugel angezogen und in der Schwebelage gehalten, wodurch das Licht eingeschaltet wird. PowerCubes bietet die Heng Balance Lamp in zwei Ausführungen an: aus nachhaltigem Holz oder aus ABS-Kunststoff. ABS-Kunststoff ist ein hochwertiges Material mit einzigartigen Vorteilen: Die umfangreiche Farbpalette verleiht der ABS-Ausführung ein stylisches Aussehen.

PSI 49748 • PowerCubes  
Tel +31 8525 00 280 • info@powercubes.eu  
[www.powercubes.eu](http://www.powercubes.eu)

## Cooler Erscheinung

Die laminierte Einkaufstasche Fellow von Giving Europe ist ein echter Hingucker, obwohl es sich um eine **Kühltasche** handelt. Das sieht man dem Schmuckstück aus Papier auf den ersten Blick aber gar nicht an. Für die gute Isolierung sorgt im Inneren eine Beschichtung, die das Transportgut schön kühl hält. Die Tasche besitzt ein Hauptfach mit Reißverschluss und eine kleine Tasche auf der Außenseite. Die Maße sind 43,0 x 33,0 x 0,5 Zentimeter. Eine Werbeanbringung erfolgt mittels Siebdruck.

PSI 45737 • Giving Europe GmbH  
Tel +49 421 596597-0 • kontakt@givingeurope.de  
[www.givingeurope.de](http://www.givingeurope.de)



## Klassiker mit neuem Highlight

Die einzigartig erfolgreiche Schreibgeräte-Serie Cobra ist ein Klassiker im Produktportfolio der Marke Klio-Eterna. Mit ihren besonderen Merkmalen bieten speziell die MMn-Modelle ein **überzeugendes Gesamtpaket**, welches sich gleichermaßen durch Eleganz als auch höchst anspruchsvolles Design auszeichnet. Die hochwertige Metallspitze und der wunderbar harmonisch geschwungene Metallclip der MMn-Varianten werden ausschließlich in Deutschland hergestellt und machen diese zu einem Aushängeschild für Qualität und funktionales Design „Made in Germany“. Einen bleibenden Eindruck hinterlässt das moderne Schreibgerät aber auch durch das optional wählbare schimmernde Metallic-Finish oder die speziellen Klio-Eterna softtouch-, softfrost- oder softgrip-Lackierungen. Ab sofort bietet das elegante Schreibgerät zusätzlich zu den bereits bestehenden Veredelungsmöglichkeiten mittels Effektlacken auch das haptische Erlebnis einer Strukturoberfläche. Um das Erscheinungsbild des Cobra noch interessanter zu gestalten, ist die Struktur, anders als bei den restlichen Produkten der Marke klio structure, jedoch nur auf dem Oberteil eingearbeitet.

PSI 40823 • Klio-Eterna Schreibgeräte  
Tel +49 7834 9730 • klio@klio.com  
[www.klio.com](http://www.klio.com)



## Federleichter Regenschutz

Der Schirmhersteller doppler ist als Innovationstreiber in seinem Metier immer für eine Überraschung gut. Neuester Coup der Spezialisten ist der zero,99 – wie der Name vermuten lässt, ein Schirm von federleichter Güte, der auf der jüngsten PSI Messe nun auch erstmals dem Werbemittelmarkt präsentiert wurde. Die Vorteile des neuen Modells liegen im wahren Wortsinn auf der Hand: Mit nur **99 Gramm** ist er leichter als eine Tafel Schokolade – und lässt sich mit einer geschlossenen Länge von nur 21 Zentimetern damit komfortabel in Handtasche oder Sakko verstauen. Sowohl äußerst handlich im Format wie denkbar einfach in der Bedienung schützt er mit seiner optimalen Größe von 90 Zentimetern Durchmesser auch vor schweren Regenschauern. Höchst belastbare Schienen aus Alu und Carbon verleihen ihm dabei seine außergewöhnliche Stabilität. Zudem machen ihn sieben trendige Farben zum wahrhaft stylischen Accessoire. Zum einprägsamen Werbeträger wird der zero,99 per einfarbiger Individualisierung auf den Schirmsegmenten, der Hülle und/oder dem Griff. Detaillierte Informationen gibt's direkt bei doppler.

PSI 41752 • doppler – H. Würflingsdobler GmbH  
Tel +49 8571 91220 • office@dopplerschirme.com  
[www.dopplerschirme.com](http://www.dopplerschirme.com)



## Schreiben für jeden Geschmack

Da ist man sich bei Stilolinea sicher: Es gibt nur einen Stift, der Qualität, Schönheit und Komfort so vereint wie der **neue Semyr®**. Das Qualitätsprodukt Made in Italy wird in den verschiedensten Variationen auf dem Markt angeboten. Mit seinen elf Varianten kann der Stift alle Bedürfnisse der Kunden befriedigen. Sein außergewöhnliches Design wird durch einen verchromten Clip und eine Spitze abgerundet. Die raffinierte Linie wird mit einem weichen Gummigriff und einer speziellen Kombination aus silbernem Glitter oder trendigen Farben abgerundet.

PSI 45328 • Stilolinea S.R.L.  
Tel +39 011 2236350 • info@stilolinea.it  
[www.stilolinea.it](http://www.stilolinea.it)

## Für ganz clevere Hasen

Eine weitere Oster-Attraktion aus dem Hause Jung: Der Osterhase aus leckerer Vollmilchschokolade der Marke Klett sorgt bei den Kunden nicht nur für großen Appetit, sondern auch für großes Interesse an der Werbebotschaft des werbenden Unternehmens. Mit der individuell gestaltbaren **Werbebanderole** ist der 12,5 Gramm schwere Klett Osterhase vielseitig einsetzbar und bietet damit eine Werbemöglichkeit für ganz clevere Hasen. Durch die aufmerksamkeitsstarke Werbefläche verankert sich die Botschaft des werbenden Unternehmens direkt in den Köpfen der Kunden.

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)



## Puzzle mit Anziehungskraft

Das polnische Unternehmen 12M liefert nicht nur traditionelle Puzzles, sondern auch **speziell für Kinder konzipierte**. Besonderes Merkmal: Die Teile sind magnetisch und haften auf jeder ferromagnetischen Unterlage, zum Beispiel an der Kühlschranktür. Zu haben sind diverse Motive. Bei der Verpackung kann zwischen einer farbigen stabilen Box oder einem Polybeutel gewählt, das Produkt rundum personalisiert werden.

PSI 49009 • 12M Alicja Wasowska  
Tel +48 77 4413500 • office@12m.eu  
[www.12m.eu](http://www.12m.eu)



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

**FEUERZEUGE / LIGHTERS**



**Go**  
TURBO  
Art. 68701-68707

**KP Plattner**  
Steinbockallee 9, 6063 Innsbruck  
Tel +43 512 / 264 064  
Fax +43 512 / 266 494  
office@kp-plattner.at

www.kp-plattner.at

PSI No. 41565

www.kp-plattner.at

**EINKAUFSWAGENAUSLÖSER / KEY CHAIN**



Der Original **TRIGGI**<sup>®</sup>  
Der Einkaufswagenauslöser

Die Alternative zum Einkaufswagenchip

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

Franz & Wachs  
Nur 10kg Kompostierbar

ab 300 Stück

Werbeträger · Einkaufswagenauslöser · Flaschenöffner

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

**pinsundmehr**  
PINS  
PINS & MEHR

PSI No. 46925

www.pinsundmehr.de

**KUNSTSTOFFERZEUGNISSE / PLASTIC PRODUCTS**



MADE IN GERMANY  
Art-Nr. 343/345  
Thermo Mug  
Costa Rica

**PROMOWOLSCH**<sup>®</sup>  
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

**EVENT EQUIPMENT**

YOUR PROFESSIONAL  FOR EVENT EQUIPMENT

**FLATCUBE**  
Der erste faltbare Sitzwürfel aus einem Guss!

**WERDE PARTNER\***

\* Interesse an einer Zusammenarbeit?  
Schreib uns einfach direkt an.

**BAS Produktions- und Handels- GmbH** PSI-Member-Nr.: 43980  
info@bas-innovation.de www.bas-innovation.de

PSI No. 43980

www.bas-innovation.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.mikrofaser.tsch.de

PSI No. 47814

www.lupenmaxx.de

**MULTIMEDIA**



✓ High Quality    ✓ Compliance  
 ✓ Useful            ✓ Different  
 ✓ Sustainable      ✓ 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

**TEXTILIEN / TEXTILES**



**HERKA** frottier

**Wir weben Vielfalt**

Jacquard-einwebung ab 100 Stück

100% made in AUSTRIA

herka-frottier.at

Bordüren-einwebung ab 40 Stück

PSI No. 46235

www.herka-frottier.at

**STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS**

**#PERSPEKTIVE #VERTRIEBSPROFI**

Sie verstehen sich als Allrounder und der Vertrieb sowie der persönliche Kontakt zum Kunden sind eine Ihrer Stärken. Sie haben eine Leidenschaft für Blechverpackungen und Promotionartikel und sind ein Teamplayer?

**KEY-ACCOUNT MANAGER (M/W/DIV)**  
**VERTRIEBSMITARBEITER**  
**INNEN-/ AUSSENDIENST (M/W/DIV)**

**# PROFIL**

- Erfahrung im Verkauf von Promotionartikeln und/oder Blechverpackungen
- Kommunikations- & Verhandlungsgeschick
- Führerschein der Fahrzeugklasse B

**# AUFGABENBEREICH**

- Auf- und Ausbau von Kundenbeziehungen
- Beratungsgespräche beim Kunden vor Ort sowie per Telefon

Haben wir Ihr Interesse geweckt, Teil eines kreativen und dynamischen Teams zu werden? Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen per Email an: [bewerbung@know-how-international.de](mailto:bewerbung@know-how-international.de)



www.know-how-international.de    www.die-dose.de



Midocean ist ein international tätiges Unternehmen mit mehr als 50 Jahren Erfahrung im Markt. Wir sind einer der führenden Importeure und Großhändler im Bereich von Premium-Werbemerkmalen.

Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir:

**Eine(n) erfahrenen Kundenbetreuer/in für den Innendienst am Standort Koblenz**

Zu Ihren Aufgaben gehören:

- Kundenbetreuung
- Bearbeitung aller Kundenanfragen
- Angebotserstellung
- Auftragserfassung sowie Nachbearbeitung
- Selbstständige Bindung von potenziellen Kunden sowie Vorstellung des Produkt- und Dienstleistungsportfolios
- Eigenverantwortliches Handeln nach vorgegebenen Prozessen
- Zusammenarbeit mit allen relevanten Fachabteilungen

Sie sind kommunikativ, haben Spaß an der Arbeit und lieben den Umgang mit Kunden. Idealerweise besitzen Sie eine langjährige Berufserfahrung in der Werbemittelbranche, können sowohl selbstständig als auch im Team arbeiten.

Ihre Bewerbung senden Sie bitte an:  
 Mid Ocean Germany GmbH | Vanessa Franz



Am Metternicher Bahnhof 11    **Tel:** +49 (0)261 92 84 0  
 56072 Koblenz - Deutschland    **Email:** sales.deutschland@midocean.com

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

### PSI Händler / Distributor

PSI No. 18804	ZStein GmbH Werbeideen, GERMANY	
PSI No. 18639	Active Creations BV, THE NETHERLANDS	www.activecreations.nl
PSI No. 18722	ADV Company S.p.zo.o., POLAND	www.advcompany.eu
PSI No. 18623	ALADESK S.L., SPAIN	www.aladesk.com
PSI No. 18621	Another Planet on Line LTD, UNITED KINGDOM	www.anotherplanetonline.com
PSI No. 18677	ARPUBA S.L., SPAIN	www.arpuba.cat
PSI No. 18727	art-medial GmbH, GERMANY	www.art-medial.de
PSI No. 18655	AtmR Kantoorverendering BV, THE NETHERLANDS	www.atmr.nl
PSI No. 18723	Award Signs and Business Gifts Ltd, UNITED KINGDOM	www.awardsigns.co.uk
PSI No. 18633	Bedarf.de Großhandel GmbH, GERMANY	www.bedarf.de
PSI No. 18678	BestPromotion Srl, ITALY	www.bestpromotion.it
PSI No. 18667	Brinde & Companhia Carmen & Francisco, Lda., PORTUGAL	www.brinde-companhia.pt
PSI No. 18687	BudgetGift.nl PLC, THE NETHERLANDS	www.budgetgift.nl
PSI No. 18686	Buxmann Werbeartikel Inh. Lars Beck, GERMANY	www.buxmann.de
PSI No. 18681	B&W Druck und Marketing GmbH, GERMANY	www.buw.com
PSI No. 18615	Carebo BV, THE NETHERLANDS	www.carebo.nl
PSI No. 18725	Cimpress Espana S.L., SPAIN	www.vistaprint.com
PSI No. 18622	Cyan Group Ltd, UNITED KINGDOM	www.cyan-group.com
PSI No. 12060	De Witte Raaf Inh. J. Raven, THE NETHERLANDS	www.dewitteraafermelo.nl
PSI No. 18805	der-BERGMANN, Internet- und Werbeagentur Inh. Ingo Bergmann, GERMANY	www.der-bergmann.net
PSI No. 18649	DSW Werbeartikel Inh. Dietmar Spieß, GERMANY	www.werbeartikel-spiess.de
PSI No. 13872	Effect - Comunicacao, Lda., PORTUGAL	
PSI No. 18666	Gift Innovations Craft Innovations Corporate Gifts LTD, IRELAND	www.giftinnovations.ie
PSI No. 12849	Greenswealth Corporate Services Ltd., NIGERIA	www.greenswealthcorp.com
PSI No. 18662	GS Merchandise LTD, UNITED KINGDOM	www.gsmerchandise.com
PSI No. 18620	GVT-Group Oy Gravity Nordic, FINLAND	www.gravitynordic.com
PSI No. 18668	HAST Mode Handel GmbH, AUSTRIA	
PSI No. 18735	Husemann Textil GmbH, GERMANY	www.husemann-world.com
PSI No. 18626	Ideobjet EURL, FRANCE	www.ideobjet.com
PSI No. 18703	JDR Branding Ltd, UNITED KINGDOM	www.jdrbrandingltd.com
PSI No. 18680	JG Webegeschenke Inh. Jürgen Gründiger, GERMANY	www.jg-wwebegeschenke.com
PSI No. 18617	JLT Promotions Inc. dba The Promotions Dept, UNITED STATES	www.thepromotionsdept.com
PSI No. 18810	Jobo Bedrijfskleding BV, THE NETHERLANDS	www.jobo-bedrijfskleding.nl
PSI No. 18778	Kemer PPH, POLAND	www.upominkarnia.pl
PSI No. 18697	KLUCK Media Inh. Patrick Kluck, GERMANY	www.kluck-media.de
PSI No. 18632	Lahjatyrityksille.fi Jako Finland Oy, FINLAND	www.lahjatyrityksille.fi
PSI No. 18784	S.A. Lyreco Belgium, BELGIUM	www.lyreco.com
PSI No. 18663	M&M Printing and Promotions Ltd, UNITED KINGDOM	www.mmprintingpromotions.co.uk
PSI No. 18767	Mahlknecht & Mäusel GmbH, GERMANY	www.mahlknecht-maeusel.com
PSI No. 18684	Make Your Own Spirit BVBA, BELGIUM	www.makeyourownsprit.com
PSI No. 18613	The Marketing Equipment Company Inc., CANADA	www.marketingequipment.ca
PSI No. 18625	MASQUE BOLSAS Jose Miguel Vlecid Martinez, SPAIN	www.masquibolsas.es
PSI No. 18747	MECO Merchandise Jane McKeon, UNITED KINGDOM	www.mecomerchandise.com
PSI No. 18618	mediawillner Inh. Christian Willner, GERMANY	www.mediawillner.de
PSI No. 18654	MSL Designs Group LTD, UNITED KINGDOM	www.msl-designs.com
PSI No. 18746	Natural Branding S.L.U, SPAIN	www.naturalbranding.es
PSI No. 18683	Nexio Projects Marc Roodhuysen de Vries, THE NETHERLANDS	www.nexioprojects.com
PSI No. 18629	Parkers Branded Parkers Promotional Products Ltd, UNITED KINGDOM	www.parkersbranded.co.uk
PSI No. 18761	Pavonet P GmbH, BELGIUM	www.pavonet.be
PSI No. 17239	Premier Print and Promotions Ltd., UNITED KINGDOM	www.premierpandp.com
PSI No. 18614	PremiumWorld BV, THE NETHERLANDS	www.premiumworld.nl
PSI No. 14151	Prestige Enterprise SARL, SWITZERLAND	www.prestige-e.com
PSI No. 18679	Profeel Sweden AB, SWEDEN	www.profeel.se
PSI No. 18704	Promo2u Limited, UNITED KINGDOM	www.promo2u.com
PSI No. 18745	PROMOGLOBAL comunicacao e marketing, Lda., PORTUGAL	www.promoglobal.pt
PSI No. 18726	Promostore Merchandising BV, THE NETHERLANDS	www.promostore.nl
PSI No. 18780	Promotion Products Services Tineke Van Ass, THE NETHERLANDS	www.pps-nuener.nl
PSI No. 18611	Promotional Tools c/o Image group Sagl, SWITZERLAND	www.promotionaltools.ch
PSI No. 18944	PSI Test / Rheinschafe, GERMANY	
PSI No. 8692	Publigifts S.L., SPAIN	www.publigifts.com
PSI No. 18627	SD Promotion Inh. Stephan Delekta, GERMANY	www.sdpromotion.de
PSI No. 18648	sendero peregrino S.L, SPAIN	www.peregrino.tv
PSI No. 18651	Simoney Ltd, UNITED KINGDOM	www.simoney.co.uk
PSI No. 14674	SNP WEAR BVBA, BELGIUM	www.snpwear.be
PSI No. 18634	Star Werbemittel GmbH, GERMANY	www.star-werbemittel.de
PSI No. 18744	Tempus Regi Promociones SL, SPAIN	www.tempusregi.es
PSI No. 18779	The Proud Company BV, THE NETHERLANDS	www.theproudcompany.nl
PSI No. 18721	VAYFESA, S.A., SPAIN	www.vayfesa.es
PSI No. 14264	Vianen Trading B.V., THE NETHERLANDS	www.vianenonline.nl
PSI No. 18724	Vistaprint BV, THE NETHERLANDS	www.vistaprint.com
PSI No. 18624	Visualtextil S.L., SPAIN	www.visualtextil.es
PSI No. 18653	WEDIA-ANN SpJ Hollander A.M. Jedraszczak J.T., POLAND	www.wedia-ann.pl
PSI No. 11115	Werbung & Idee Werbemittelvertriebs GmbH, GERMANY	www.werbungundidee.de
PSI No. 18808	Youfocus B.V., THE NETHERLANDS	www.youfocus.nl

### PSI Lieferanten / Suppliers

PSI No. 43719	ABC MARKETING SRL, ITALY	www.eco-postcard.com
PSI No. 43712	Acargrup Pazarlama Dis. Tic. AS, TURKEY	www.acar-group.com
PSI No. 43787	Acecamp GmbH, GERMANY	www.acecamp.com
PSI No. 43852	Airbrush-Professional GmbH, GERMANY	www.airbrush-professional.de
PSI No. 43779	Anka Promosyon Ürünleri ve Matbaa Malz. San. Tic. Ltd. Sti, TURKEY	www.ankapromotion.com
PSI No. 43682	ANZSteag SRL, ROMANIA	www.anzsteag.ro
PSI No. 43790	A&R Textile Group BV, THE NETHERLANDS	www.artg.nl
PSI No. 43669	Artisjet - MQEurope BVBA, BELGIUM	www.artisjet-printers.eu
PSI No. 43663	Bademeisterei Manufaktur GmbH, AUSTRIA	www.bademeisterei.com
PSI No. 41720	Badgematic Button GmbH, GERMANY	www.badgematic.de
PSI No. 49433	Bagco Limited, UNITED KINGDOM	www.bag-co.co.uk
PSI No. 43802	Beoteks Tekstil San. Tic. Ltd., TURKEY	www.beotextile.com
PSI No. 43745	Best-Lock (Europe) GmbH, GERMANY	www.best-lock.com
PSI No. 43659	BF Worldwide GmbH, GERMANY	www.buckleandseam.com

Wir freuen uns über folgende neue Mitglieder im PSI Netzwerk:

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

Neue Mitglieder | New Members

PSI No. 43700	Biova GmbH, GERMANY	www.biova.de
PSI No. 47366	Bock GmbH & Co. KG, GERMANY	www.ock-1866.com
PSI No. 43816	bodywallet - Axel Kosuch, GERMANY	www.bodywallet.de
PSI No. 47770	Boss Promosyon Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Sti., TURKEY	www.boss-turkey.com
PSI No. 43654	Boxid B.V., THE NETHERLANDS	www.boxid.nl
PSI No. 42275	brandsupply GmbH, GERMANY	www.brand-supply.com
PSI No. 43753	breAd & edible labels sro, CZECH REPUBLIC	www.brncs.eu
PSI No. 43763	Bursali Towels (UK) Ltd., UNITED KINGDOM	www.bursali.co.uk
PSI No. 43681	C-3 Apparel Pty Ltd, AUSTRALIA	www.c-3apparel.com.au
PSI No. 43708	Cags Tobacco Tutun Ve Tutun Mamulleri San Tic AS, TURKEY	www.cagstobacco.com
PSI No. 43751	Cantalloop GmbH, GERMANY	www.cantalloop.de
PSI No. 43724	Cap Martel GmbH & Co. KG, GERMANY	https://leazy.de/
PSI No. 43678	Certtone Deutschland GmbH, GERMANY	www.certtone.de
PSI No. 43694	Correctbook - Sam van Tol, THE NETHERLANDS	www.correctbook.nl
PSI No. 43839	CRIMEX GmbH, GERMANY	www.crimex.com
PSI No. 43786	Dee Flex Co., Ltd., JAPAN	www.deflex.com
PSI No. 43851	Demat Ajanda Matbaa Ve Kirtasiye Ürünleri Sanayi Ticaret Limited Sirketi, TURKEY	www.dematajanda.com.tr
PSI No. 43795	Discovery Promo Inc., UNITED STATES	www.discoverypromo.com
PSI No. 43727	dotMedia Tomasz Czelej Spółka Jawna, POLAND	www.dotmedia.pl
PSI No. 46855	Duevar 2 srl, ITALY	www.duevar2.com
PSI No. 43766	E-Group BV, THE NETHERLANDS	www.powerplus.nl
PSI No. 43788	Easy Orange BV, THE NETHERLANDS	www.easyorange.nl
PSI No. 43758	EckArt Design Werbemittel GmbH, GERMANY	www.eckart-design.de
PSI No. 43676	ELIT OFSET MATBAACILIK AMB.SAN.VE TIC. A.S., TURKEY	www.elitofset.com
PSI No. 43776	Fanclip GmbH, AUSTRIA	www.fanclip.eu
PSI No. 43743	S.A. FromScratch N.V., BELGIUM	www.fromscratch.agency
PSI No. 43797	Gejo Interpack VOF Gerard van Kemepen, THE NETHERLANDS	www.gejo-interpack.nl
PSI No. 43697	Gerd Koch Konzept & Handels GmbH, GERMANY	www.gerdkoch.de
PSI No. 43812	Globaltronics GmbH & Co. KG, GERMANY	www.globaltronics.com
PSI No. 43854	Good Game Advisors GmbH, GERMANY	www.felgenbuerste.de
PSI No. 43749	HALM Trading UG, GERMANY	www.halm.co
PSI No. 43715	Happy Socks Germany GmbH, GERMANY	www.happysocks.com
PSI No. 43742	Happy Strappy Markenagentur GbR Selcuk Aciner, Corinna Lenz, Anastasios Paliakoudis, GERMANY	www.gethappystrappy.com
PSI No. 43838	Husumer Mineralbrunnen HMB GmbH & Co KG, GERMANY	www.husumer.com
PSI No. 47349	Hypon B.V., THE NETHERLANDS	www.hypon.eu
PSI No. 43656	iDeco GmbH, GERMANY	www.brandedporcelain.de
PSI No. 43806	Impact Emotion SARL, FRANCE	www.impact-emotion.com
PSI No. 48703	IN-SPIRIT GmbH, GERMANY	www.in-spirit.de
PSI No. 43777	Johnston & Helbing GbR, GERMANY	www.smaggit.com
PSI No. 45786	Kemal Kaso Buro Okul Reklam Gereçleri Imalat San. ve Tic. Ltd. Sti., TURKEY	www.kemalkaso.com.tr
PSI No. 45142	Kroma Nederland Wim Valstar, THE NETHERLANDS	www.kroma-nederland.nl
PSI No. 43761	LandenDingen.nl Monique Schoonderwoert, THE NETHERLANDS	www.skimmy.nl
PSI No. 43818	Lemoniq Rafal Juchno BC, POLAND	www.lemoniq.pl
PSI No. 49644	LEONARDO - glaskoch B. Koch jr. GmbH + Co. KG, GERMANY	www.leonardo.de
PSI No. 47266	LogoObstFactory.com by Media Service Grulms Inh. Stefan Grulms e.K., GERMANY	www.logoobstfactory.com
PSI No. 43855	Lost-Tag by Digibonum AG, SWITZERLAND	www.lost-tag.com
PSI No. 43796	MAINES Import & Export GmbH & Co. KG, GERMANY	www.maines.eu
PSI No. 49675	Manaomea GmbH, GERMANY	www.manaomea.com
PSI No. 44978	Mantis World Limited, UNITED KINGDOM	www.mantisworld.com
PSI No. 48819	Mercan Pazarlama Iml. Ith. Ihr. Ve. Tc. Ltd. Sti., TURKEY	www.mercanpromosyon.com
PSI No. 43814	Micromedia BV, THE NETHERLANDS	www.micromedia.eu
PSI No. 43849	Mypromo Service GmbH, GERMANY	www.mypromo-service.de
PSI No. 49553	OCTOGONE GmbH, GERMANY	www.octogone.de
PSI No. 43677	Overlogo Ltd, UNITED KINGDOM	www.overlogo.com
PSI No. 43687	PanterKarton c/o Mailingmanufaktur GmbH, GERMANY	www.panterkarton.de
PSI No. 43768	PCI Adhesives LLC, UNITED STATES	www.stikwithit.com
PSI No. 48980	M. Plastinez SLL, SPAIN	www.evoprint.es
PSI No. 43755	PopSockets EMEA Oy, FINLAND	www.popsockets.com
PSI No. 43713	Premsons Plastics Private Limited, UNITED ARAB EMIRATES	www.premsons.biz
PSI No. 43705	Prestige Carpets BVBA, BELGIUM	www.mountville.eu
PSI No. 43683	Princess Sportsgear & Traveller BV, THE NETHERLANDS	www.princessstraveller.com
PSI No. 43750	Prinker Inc., UNITED STATES	www.prinker.us
PSI No. 49893	Printspaul GmbH & Co KG, GERMANY	www.printspaul.com
PSI No. 43703	Procurement International Ltd, UNITED KINGDOM	www.procurement.ltd.uk
PSI No. 43739	PS Concepts GmbH, GERMANY	www.ps-concepts.de
PSI No. 43630	PSI Test / Rheinschafe, GERMANY	www.quinqdesign.com
PSI No. 43800	Quinq Design BV, THE NETHERLANDS	www.roemer-lifestyle.de
PSI No. 43714	Rominox GmbH, GERMANY	www.sahilinternational.org
PSI No. 43841	SAHIL INTERNATIONAL SIA, LATVIA	www.sahinlertd.com
PSI No. 43809	Sahinler Tic Ltd. Sti., TURKEY	www.unika.com.ro
PSI No. 49199	SC ATELIERELE UNIKA SRL, ROMANIA	www.schokomann.com
PSI No. 43688	Schokomann by Manuel Wagner, AUSTRIA	www.hiephiepkado.nl
PSI No. 43792	SeatZac - Brandhouse HiepHiepKado BV, THE NETHERLANDS	www.serrateks.com
PSI No. 47561	Serrateks Konf. San. Dis. Tic. Ltd. Sti., TURKEY	www.sesic.de
PSI No. 43660	SESIC Private Label GmbH, GERMANY	www.simplifiers.dk
PSI No. 43684	Simplifiers IVS, DENMARK	www.packmotion.de
PSI No. 43847	Sitbox - Pack Motion Julia Fellner, GERMANY	www.stahls.com
PSI No. 43692	Stahls Inc., UNITED STATES	www.stryve.de
PSI No. 43825	Star Werbemittel GmbH, GERMANY	www.styleammain.de
PSI No. 43658	Stryve GmbH, GERMANY	www.tastimage.com
PSI No. 43732	style am main GmbH, GERMANY	www.texprolab.com
PSI No. 43709	Tastimage Confectionery Limited, UNITED KINGDOM	www.themarketears.com
PSI No. 43720	Texpro Solutions Sp. Z o.o., POLAND	www.tgs-xmas.de
PSI No. 49905	the markeTEars Jurriaan Jansen, THE NETHERLANDS	www.tom-par.com.pl
PSI No. 48730	Thüringer Glasdesign GmbH, GERMANY	www.tryumf.eu
PSI No. 43850	Tiki Talis GmbH, GERMANY	www.undonotebook.com
PSI No. 43723	ToM-PaR Jerzy Rutkowski, POLAND	www.unoferrum.de
PSI No. 48398	Tryumf sp. z o.o., POLAND	www.vicbag.com
PSI No. 43686	UNDO Notebook Gloria Ayuso Garriga, SPAIN	www.waterdrop.com
PSI No. 49678	Uniglorry GmbH & Co. KG, GERMANY	www.mastertent.com
PSI No. 43782	unoferrum UG, GERMANY	www.nostaljikradyo.com
PSI No. 43829	Vicbag SAS, FRANCE	
PSI No. 43698	WAI GmbH, GERMANY	
PSI No. 43762	waterdrop microdrink GmbH, AUSTRIA	
PSI No. 48916	Zingerle AG, ITALY	
PSI No. 43840	Zirve Grup Elektronik Reklam San. ve Tic Ltd. Sti, TURKEY	

## PSI Sustainability Awards 2019 | Erneuerter Konzept

Jeder zweite Lieferant setzt auf Nachhaltigkeit. Bei den Händlern ist es jeder Dritte, der konkrete Maßnahmen ergreift, um seine Tätigkeit zu zertifizieren oder Nachweise der Nachhaltigkeit zu erhalten. Mit den PSI Sustainability Awards sorgt das PSI für mehr Transparenz, wenn es um einen zuverlässigen Nachweis über die Nachhaltigkeit der Branche geht. In diesem Jahr gehen die Awards bereits in die fünfte Runde – und das mit einer konzeptionellen Änderung: einem **erweiterten Teilnahmeverfahren** und **266 Unternehmen**, die **vom PSI** aufgrund ihres bisherigen nachhaltigen Einsatzes **vornominiert** wurden. Grundlage dafür waren bisherige Initiativen, Kampagnen, Produkte oder Unternehmensstrukturen, die dem Regelwerk des Awards entsprechen. Diese Vornominierten setzen sich aus Mitgliedern der PSI Sustainable League und im PSI Supplier Finder, dem offiziellen Lieferantenverzeichnis des PSI, als nachhaltig gelisteten Unternehmen zusammen. „Indem wir Unternehmen in dem neuen Verfahren aktiv im Vorfeld nominieren, machen wir darauf aufmerksam, dass Nachhaltigkeit längst vielfältig Einzug in die Produktion und Nutzung von Werbeartikeln gehalten hat“, erklärt Michael Freter, Managing Director des PSI. „Im nächsten Schritt liegt es nun bei den Nominierten, das Ausmaß ihrer Aktivitäten zu dokumentieren und ihre Nominierung durch eine Anmeldung zu den Awards zu bestätigen.“ Diese wie auch alle anderen in der Werbeartikelwirtschaft tätigen Unternehmen, die ihre nachhaltigen Aktivitäten belegen können, können sich bis **spätestens 19. April 2019** zu den PSI Sustainability Awards **anmelden**.

my > PSI

### Kategorien und Teilnahmebedingungen

Vergeben werden die PSI Sustainability Awards in den acht Kategorien:

- > Ökonomie
- > Ökologie
- > Soziales
- > Ökologische Initiative
- > Soziale Initiative
- > Produkt
- > Kampagne
- > PSI Sustainable Company of the Year 2019.



Teilnehmen können alle Unternehmen der Werbeartikelwirtschaft aus dem In- und Ausland, ob PSI-Mitglied oder nicht. Hersteller, Importeure, Werbeartikelagenturen und -händler können sich dabei für alle Kategorien online anmelden. Für die Kategorien Produkt und Kampagne können sich zusätzlich auch Anwender und Designer bewerben. Weitere Informationen zur Anmeldung und zum Ablauf gibt es unter: **www.psi-awards.de**.

## PSI Supplier Finder 1/2019 | Jetzt registrieren

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

### Neue Ausgabe in Arbeit

Zurzeit wird die Ausgabe 1/2019 erstellt. Beste Gelegenheit für alle interessierten PSI Hersteller und Lieferanten, sich jetzt zu registrieren. Und das ganz neu, einfach und bequem im Online-Service-Center. Wie immer gilt: Wer früh bucht, spart. Noch **bis zum 29. März 2019** gelten die **Early-Bird-Konditionen** von **5 Prozent Ermäßigung**. <https://www.psi-messe.com/de/3090/>





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

# Verkehrsfähigkeit



ürzlich habe ich im Fernsehen einen Bericht über Kindergeschirr und Kaffeebecher gesehen. Alle Produkte waren angeblich nachhaltig, da mit Bambus produziert. Von einigen Produkten wurde explizit gesagt, dass keine anderen Inhaltsstoffe außer Bambus und pflanzlicher Stärke verarbeitet worden sind. Die Produkte wurden getestet. Surprise, surprise... 80 Prozent der Artikel waren nicht verkehrsfähig, sie dürfen also nicht verkauft werden. Denn sie enthielten Kunststoffe, die, etwa bei Trinkgefäßen, in das heiße Getränk übergehen. Also eine klare Kundentäuschung, Irreführung des Verbrauchers und auch der Händler, die sich mit dieser Produktkategorie nicht auskennen. Zumal markige Werbesprüche wie „Natur pur“, „Ökologisch abbaubar“ oder „100 Prozent nachhaltig“ suggerieren, dass die Produkte nicht nur einwandfrei und unbedenklich sind, sondern sogar verantwortungsbewusst produziert wurden.

In den Jurysitzungen der ersten Sustainability Awards haben wir mehrfach Bambusprodukte aussortiert, genau aus diesen Gründen. Auch auf der PSI waren solche Produkte zu finden, teilweise mit Zertifikaten versehen. Ich frage mich, wo das noch hinführen soll. Wir werden uns im März in einer Diskussionsrunde mit Herstellern mit diesem Thema befassen – wieder einmal. Und mit unfairer Wettbewerb. Die drängendsten Fragen sind: Wie können wir als Branche unser Image verbessern? Wie schaffen wir es, gesetzeskonform zu werden? An einem Strang zu ziehen und europaweit Initiativen zu ergreifen? Im ersten Schritt gilt es, aufzuklären und Wissen zu vermitteln. Wir müssen aber auch „best practises“ zeigen, die zur Nachahmung animieren. Grundsätzlich können wir das.

Auf der PSI wurden Vorbilder gezeigt, die mit gutem Beispiel vorangehen. Ich wurde von Händlern angesprochen, die mit Stolz von ihren Projekten erzählt haben. Das sind gute Signale. Wir haben für die PSI Sustainability Awards 2019 bereits über 250 Unternehmen, Initiativen und Produkte nominiert. Ein Rekord im Vorfeld. All das nützt aber nur, wenn die Branchenteilnehmer und die Verbände aktiv mitmachen, was bisher nur rudimentär der Fall ist. Nur gemeinsam sind wir stark. Dafür stehen wir. Engagieren auch Sie sich.

Es grüßt Sie

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



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



## Mit Schreiben bleibend werben

Über Schreibgeräte als Werbeträger braucht man eigentlich nicht mehr viele Worte zu verlieren. Der sprichwörtliche „Kuli“ gilt als der Prototyp des Werbeatikels und wird es auch künftig bleiben. Denn auch im digitalen Zeitalter sind der Kugelschreiber und mit ihm alle Schreibgerätevarianten unerlässliche Helfer beim schnellen Notieren zu allen möglichen Gelegenheiten. Frappierend nach wie vor ist die große Bandbreite unterschiedlicher Modelle. Und die Branchenspezialisten legen eine anhaltend hohe Kreativität an den Tag, wenn es sich um Variationen oder Neuentwicklungen werbestärkerer Stifte dreht. Diesem Thema zugeordnet sind die Bereiche „Büro und Schule“. Ein weiterer Produktkreis zeigt Neuheiten für „Messen, Festivals und Events“.

**Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktthemen der Ausgabe Mai 2019 mit den Themengruppen „Fitness, Sport und Spiel“ sowie „Marken- und Designprodukte, Uhren“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 15. März 2019 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de**

## GWW NEWSWEEK und Mitgliederversammlung



Deutlich früher als in den Jahren zuvor startete die NEWSWEEK 2019 bereits am 19. und 20. Februar. Für die Auftaktveranstaltung fanden die Organisatoren beim GWW (Gesamtverband der Werbeatikel-Wirtschaft e.V.) mit der Historischen Stadthalle in Wuppertal einen stillvollen Rahmen. Dem ersten Industriekundentag folgte direkt ein Handelstag, den der GWW gleichzeitig für seine Jahreshauptversammlung nutzte. Wir berichten über die Sitzung und den Beginn der Tour. Das Gros der NEWSWEEK-Termine findet dann wie angekündigt im Mai statt.

## Unternehmen, Ereignisse, Märkte



Die Branche ist lebendiger denn je und zeigt sich stets auf der Höhe der Zeit. Schon der wichtigste Event zu Beginn des Werbeatikeljahres, die neue Welt des Werbens und Verkaufens mit den drei sich ergänzenden Messen PSI, PromoTex Expo und viscom, setzte deutlich zukunftsweisende Signale. In unserer Rubrik „Unternehmen, Ereignisse, Märkte“ halten wir Sie über die weiteren Entwicklungen und Geschehnisse des Frühjahrs auf dem Laufenden.

## Impressum

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

**Herausgeber:** Michael Freter

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

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

**Chefredakteur:** Manfred Schlösser

**Leitende Redakteurin:** Ursula Geppert

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

**Chef vom Dienst:** Martin Höchemer

**Head of Publishing:** Anja Heidbüchel

**Anzeigenverkaufsleitung:** Lars Kessler

### Key Account Kunden

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

### Cross Media Sales

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

**Sales Manager:** Martin Metz,  
martin.metz@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:** Istepo  
Ismail Sezen,  
ismail@istexpo.com

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

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

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

**Fotos:** Lars Behrendt, Ursula Geppert, Martin Höchemer,  
Anke Zimmermann u.a. Titelmotiv und redaktionelle Beiträge  
teilweise unter Verwendung von Fotos von Adobe Stock.

**Übersetzungen:** Translanguage, D-40885 Ratingen

**Druck:** Kössinger AG  
D-84069 Schierling

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 51 vom 1. Januar 2019.  
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.

**INTERNATIONALE  
FACHMESSE  
FÜR PROMOTION-,  
SPORTS-UND  
WORKWEAR**

**SAVE THE DATE**

7 – 9

Januar 2020  
Düsseldorf

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

# Clipy

Advertising  
Carsunshades  
Manufacturers  
since 1987

Wir stellen alle  
Modelle seit 1987



Winter  
Shield  
produced by Clipy



Jumbo



Compact



Textil



Pop Up Fan

Sedex Member

PSI member

eurofins

Intertek

+34 913 605 650 | info@clipy.com | clipy.com