

PSI JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbetexte

März 2020

59. Jahrgang

-Anzeige-

**myrtle
beach**

**JAMES &
NICHOLSON**



SPORTS

 **RECYCLED
POLYESTER**

UNSERE ERSTE KOLLEKTION AUS RECYCELTEM POLYESTER

HOTLINE +49 7432 7016-800 | WWW.DAIBER.DE

PRODUCT FINDER

NEU!

TEILEN SIE
INDIVIDUALISIERTE
PRODUKTLISTEN
MIT IHREN KUNDEN!

**FINDEN STATT
SUCHEN**

**ERFRISCHEND NEUE
WERBEARTIKEL IM
NETZWERK!**

WWW.PSIPRODUCTFINDER.DE/TRENDIGES

PSI JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

März 2020

59. Jahrgang



Trends & Brands

Auf der PSI gesehen

Marktforschung aktuell

Zahlen und Fakten

Product Guide

Marken- und Design-
produkte, Fair Trade
Taschen und Reisegepäck,
Lederwaren

Branche

Unternehmen, Ereignisse,
Märkte

PSI 2020

MESSE

SPECIAL



PRODUCT FINDER

NEU!

TEILEN SIE
INDIVIDUALISIERTE
PRODUKTLISTEN
MIT IHREN KUNDEN!



**ICH SEH' SCHWARZ...
ROT, GOLD!**

**QUALITÄTSWERBEMITTEL
AUS DEUTSCHLAND!**

WWW.PSIPRODUCTFINDER.DE/DEUTSCH



Editorial

Jetzt hat die Welt ein Problem

Die Lage in China spitzt sich zu. Täglich steigt die Zahl der Infizierten sprunghaft. Kein Zweifel, dass sich dies auf Konsum, Produktion und Handel auswirkt. Der SARS-Virus kostete die chinesische Wirtschaft vor 17 Jahren gut ein Prozent Wachstum. Die zweitgrößte Volkswirtschaft und größte Werkbank der Welt dürfte diesmal weit aus mehr einbüßen. Viel größer als damals sind heute die weltweiten Verflechtungen. China ist inzwischen der größte Handelspartner Deutschlands und vieler Länder Europas, auch der europäischen Werbeartikelwirtschaft.

Wenn dem Coronavirus nicht schnell Einhalt geboten wird, werden sich auch Bremsspuren in unserer Branche zeigen. Viele Reisen zu Messen ins Land der Mitte dürften dann storniert oder gar nicht erst gebucht werden. Hört man sich bei Importeuren um, so ist die Verunsicherung groß. Sicher kann man in der digitalen Ära eine gewisse Zeit auch ohne den direkten Kontakt auskommen, aber für Sourcing wie für neue Beziehungen gilt: Am Anfang stehen persönliche Eindrücke und Begegnungen. Warum sonst lassen es sich die Chefs der großen Importeure nie nehmen, selbst in Hongkong und anderswo vor Ort zu sein.

Erneut hat ein Virus gezeigt, dass China in weiten Teilen noch Entwicklungsland ist. Seine kapitalistisch-kommunistischen Führungsstrukturen sind im Krisenfall extrem hinderlich. Erst kann nicht sein, was nicht sein darf, dann werden rigorose Maßnahmen ergriffen, die jedes Wirtschaften zum Erliegen bringen. Angst bestimmt das Handeln, war aber noch nie ein guter Ratgeber. Neben politischen Unruhen, wie etwa in Hongkong, kann es auch ein Virus sein, der die Herrschaftsstrukturen wanken lässt. Seit der SARS-Virus-Krise hat das Wachstum in China schon mächtig an Tempo verloren. Der Staat ist stärker verschuldet und kann nicht mehr pausenlos Liquidität in den Markt pumpen. Wenn Inflation und Arbeitslosigkeit steigen, wird Xi Jinping ein Problem haben.

Alle großen Handelsnationen haben jetzt schon ihre Erwartungen an das Wachstum des Welthandels gesenkt. Die Canton Fair ist auf unbestimmte Zeit verschoben. Allein dort wurden im vergangenen Jahr Geschäfte im Wert von 29,7 Milliarden Dollar getätigt. Auch in Shanghai wurden Messen ohne Grund und neuen Termin abgesagt. Wenn der Virus nicht schnell gestoppt wird, werden auch die Werbeartikelmessen abgesagt – oder ohne Besucher stattfinden.

Hoffen wir also, dass die internationale Medizin bald fündig wird und den Virus besiegt, damit nicht noch mehr Menschen zu Tode kommen. Bei allen Problemen für die Wirtschaft – ihnen gilt unsere größte Sorge.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

New QS40 Air



Prodir is a brand of Pagani Pens SA.



PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2020

prodir®

Personality pens.
Swiss made.

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 00

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich
T +43 2622 40301

www.prodir.com
open.prodir.com



New Stuff

N° 2347

Renata

[re'na:ta]

Der Name kommt aus dem Lateinischen und bedeutet „die Wiedergeborene“.

Renata ist eine ganz besondere Tasche, da sie aus 70% Baumwollresten und 30% rPET hergestellt wird. Sie hat somit einen ganz besonderen Auftrag, nämlich Gutes für unsere Umwelt zu tun.

TRENDS & BRANDS

4

DIE NEUE WELT DES WERBENS UND VERKAUFENS 2020

PSI 2020:

Einzigartiger internationaler Treffpunkt

8

PRODUCT GUIDE

Marken- und Designprodukte, Fair Trade

42

BRANCHE

Unternehmen, Ereignisse, Märkte

58

wmm 2020:

Haptische Werbung für alle Sinne

62

ipm | gruppe: Stärken vereint

64

PRODUCT GUIDE

Taschen, Reisegepäck, Lederwaren

66

UNTERNEHMEN

JUNG since 1828:

Klimaschutz, der allen schmeckt

80

Karl Knauer:

Nachhaltigkeit und Weitblick

82

Reflects:

Neue Markenstrategie vorgestellt

84

PRODUCT GUIDE

Innovative Produkte

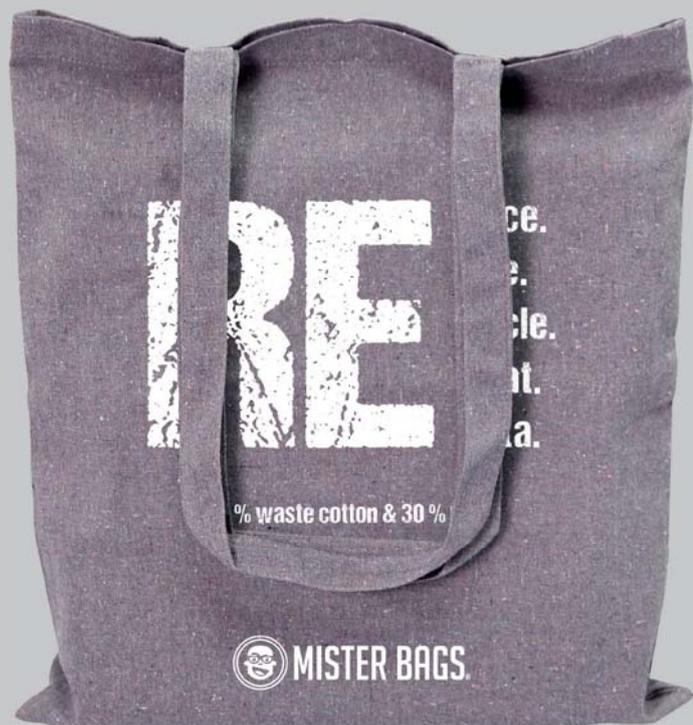
86

MEINUNG

94

VORSCHAU – IMPRESSUM

96



www.misterbags.de



PSI 2020: Hier zeigt die Branche, was sie kann 8

Auf Europas bedeutendster Messe für haptische Werbung präsentiert sich die Branche in ihrer ganzen Vielfalt, Farbigkeit und Kreativität. Hier ist zu sehen und zu spüren, was Werbetartikel sind und was sie leisten. Wir waren in Düsseldorf dabei und haben für Sie besondere Momente eingefangen, Informationen gesammelt und Neues entdeckt.

Marken- und Designprodukte, Fair Trade 42



Marken geben Impulse, wecken Gefühle, besetzen Positionen. Auch als Werbeträger schaffen sie Vertrauen und vermitteln Werte, lassen dadurch glaubwürdige Identitäten entstehen und ermöglichen dauerhafte Kundenbeziehungen. Wir zeigen neue und schöne Produkte aus der Markenwerbewelt und dem Fair Trade Bereich.

Neues aus der Branche 58

Die Branche ist lebendiger denn je und zeigt sich stets auf der Höhe ihrer Zeit. Unter „Unternehmen, Ereignisse, Märkte“ halten wir Sie über die weiteren Entwicklungen und Geschehnisse auf dem Laufenden. Dazu zählen auch Kundenevents, personelle Veränderungen und weitere bemerkenswerte News unserer Mitgliedsunternehmen.



Unternehmen unterwegs in die Zukunft 80

Nichts ist beständiger als der Wechsel. Diese Erkenntnis gilt auch für die Unternehmen der Branche, die den stets neuen Anforderungen des Marktes mit neuen Strategien, Konzepten, Ideen und Zielen begegnen, um den Werbetartikel in eine erfolgreiche wie nachhaltige Zukunft zu führen. In unserer aktuellen Ausgabe stellen wir drei aussagekräftige Beispiele vor.



Fußball ist das **Ballett** der **Massen**, lautet eine **Redewendung**.

Branchenbezogen könnte man sagen: **Werbeartikel** sind das **Ballett** der **Werbung** – **kreativ, ausdrucksstark, faszinierend und formvollendet.**

Die ersten **fünf Positionen** im **Ballett** der am häufigsten eingesetzten **Werbeartikel** sind:

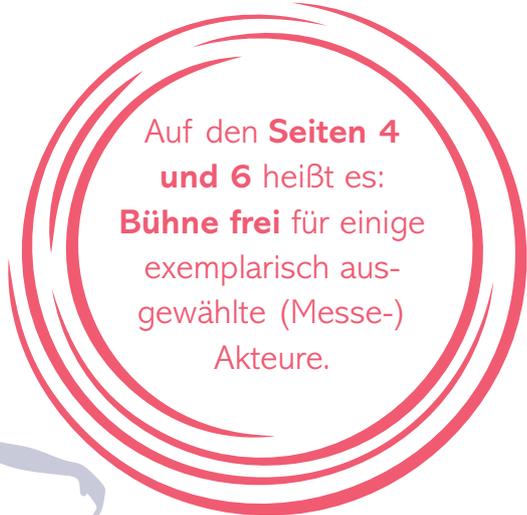
Schreibgeräte, Notizbücher, Taschen, Kalender, Tassen und Süßigkeiten*.

*Werbeartikel-Monitor 2019 des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft e. V. (GWW)

Position 1



Schreibgeräte –
der unangefochtene Spitzenreiter
unter den werbenden Lieblingen.



Auf den **Seiten 4 und 6** heißt es:
Bühne frei für einige
exemplarisch aus-
gewählte (Messe-)
Akteure.



Position 2

Notizbücher –
analoge Gedächtnisstützen
sind nach wie vor gefragt.

**myrtle
beach**

**JAMES &
NICHOLSON**



 **RECYCLED
POLYESTER**

SPORTS

UNSERE ERSTE KOLLEKTION AUS RECYCELTEM POLYESTER

HOTLINE +49 7432 7016-800 | WWW.DAIBER.DE



Position 3



Taschen –
tragende Elemente der
haptischen Werbung.

Kalender –
zeitlos in Sachen
Terminkoordinierung.

Position 4



Aufmerksamkeitsstarke und
ansprechende Beispiele aus diesen
Top 5 gab es auch auf der **PSI 2020**
zu sehen. Die **europäische Leitmesse** der
Werbeartikelwirtschaft hatte eine gewohnt
breite Palette **neuer Kollektionen** fürs
kommende Jahr und jede Menge
innovative Trends und Brands zu bieten.

Position 5

Tassen und Süßigkeiten –
der Pas de deux für
Auge und Gaumen.





PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2020

Bayamo Corporate

Innovativ, individuell, immer wieder anders – unser Lieblings Thermobecher ist nun in schier endlosen Varianten konfigurierbar, das mix and match Prinzip macht es möglich. Zusätzlich kann der doppelwandige Thermobecher nun auch nach Ihren Vorstellungen gestaltet werden.

Mit dem **BAYAMO CORPORATE** stehen Ihnen drei Korpusse zur Auswahl. Zusätzlich sind Ringe und Manschetten in 15 attraktiven Farben in Köln lagernd verfügbar. So können Sie gemäß Ihres CI einen Wunschbecher konfigurieren und schon kleine Serien (ab 1 Stück) realisieren !



1

Becher wählen



2

Ringfarbe wählen



3

Sleeve-farbe wählen



4

Logo

IHR WUNSCHLOGO



5

Verpackung

gegen Aufpreis



reflects.

REFLECTS GmbH
Toyota-Allee 54 | 50858 Köln
Germany

+49 2234 9900-0
info@reflects.com
reflects.com



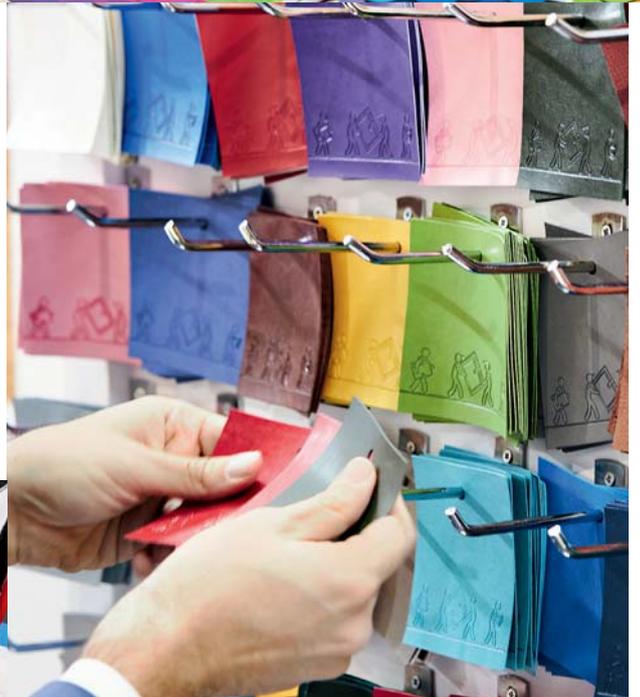
PSI 2020: Einzigartiger internationaler Treffpunkt

Hier zeigt die Branche, was sie kann





Werbeartikel haben Zukunft. Daran lassen die traditionell auf der PSI vorgestellten Branchendaten auch dieses Jahr wieder keine Zweifel aufkommen: Allein in Deutschland wurden im Vorjahr 3,65 Milliarden Euro mit Werbeartikeln umgesetzt, europaweit waren es knapp 15 Milliarden. Damit konnte der nachweislich reichweitenstärkste Werbeträger seine wachsende Bedeutung im Marketing-Mix weiter festigen. Was Werbeartikel jenseits erfassbarer Größen wie etwa optimalem Preis-Leistungsverhältnis und zielgenauer Wirkung so attraktiv macht, das wird nirgends so eindrucksvoll deutlich wie auf der PSI. Denn hier, auf Europas bedeutendster Messe für haptische Werbung, präsentiert sich die Branche in ihrer ganzen Vielfalt, Farbigkeit und Kreativität. Hier ist zu sehen und zu spüren, was Werbeartikel sind und was sie leisten. Das inzwischen durch die PromoTex Expo und die viscom erweiterte Portfolio machte diese Plattform nochmals spannender. Wir waren in Düsseldorf dabei und haben für Sie besondere Momente eingefangen, Informationen gesammelt und Neues entdeckt.





PSI Welcome-Dinner

Launiges Vorglühen

Das „riva“ im Düsseldorfer Medienhafen gilt als eine gute Adresse, um in den Abend zu starten oder ihn geschmeidig ausklingen zu lassen. Gleich beides traf auf das von PSI initiierte und organisierte Welcome-Dinner zu. Der Einladung waren zahlreiche europäische und außereuropäische Verbandsrepräsentanten gefolgt. „Zu Gast bei Freunden“ hieß es an diesem Abend in der angesagten Location der Rhein-Metropole, an dem bei mehreren Gläsern guten Weines in entspannter Atmosphäre über die neuesten Trends und Branchentendenzen gesprochen, aber auch viel miteinander gelacht wurde. Und auch Lukullus ließ mit sehr schmackhaften internationalen Köstlichkeiten grüßen. Networking at its best, noch bevor sich die Tore zur 58. PSI als der Branchenplattform öffneten.



Reisten aus Kanada an: Heidi Reimer-Epp (Botanical PaperWorks und Chair-Elect des PPPC National Board) und Kayla Thiessen (v. l.)

Schulterschluss in Sachen Werbeartikel: Jon Birrell (l.), CEO British Promotional Merchandise Association, und John Michael Swaab, Het Portaal Uitgevers.



Starke amerikanische Präsenz: Wie sehr sich die amerikanische Werbeartikelbranche mit Europa verbunden fühlt, war auch an diesem Abend deutlich zu spüren. PSI Managing Director Michael Freter mit Jonathan Isaacson (l.), Paul Bellantone und dem PSI Urgestein Charlie Taublieb (r.).

Kjell Harbom, SBPR (Schwedischer Werbeartikelverband)

„Die PSI ist Treffpunkt aller wichtigen Leute“



Die PSI ist seit jeher die größte Werbeartikelmesse Europas und der große Treffpunkt aller in der Branche wichtigen Leute. Für mich und sicher für viele Kollegen ein sehr schöner Termin, zu dem ich gern komme. Für Schweden und ganz Skandinavien gilt, dass wir ausländische Kontakte besonders schätzen und brauchen, und dafür bietet die PSI ein hervorragendes Umfeld.



Mit Optimismus ins neue Werbeartikeljahr: Entspannt stellten sich die Gäste des Abends zum Gruppenfoto auf und präsentierten sich in Einigkeit.



Bewies echtes Sängertalent und Entertainerqualitäten: Paul Belantone (l.), CEO Promotional Products Association International.

Rod Brown, MadeToOrder

„PSI bietet viele Facetten“



Die PSI ist ein guter Start ins Jahr. Sie hat so viele Facetten: Sie ist Netzwerk, sie ist eine Lernplattform, sie bietet jede Menge Trends und Fashion – und damit meine ich nicht nur Mode. Es geht darum, ein Markenbewusstsein zu schaffen, über den Tellerrand hinauszuschauen und Erfahrungen zu sammeln. Wenn ich zur PSI komme, möchte ich sehen, was geht. Außerdem habe ich hier wirklich gute Freunde gewonnen. Ich kann nur sagen: Kommt zur PSI, weil ihr sonst nicht wisst, was ihr verpasst und vermisst.

BPMA und PromZ-Reception

Internationale Connections

In Halle 11 versammelte sich die internationale Werbeartikel-Kompetenz. Paul Bellantone, Präsident des amerikanischen Verbandes Promotional Products Association International, stand mit seinen Kollegen für beratende Gespräche und Insights aus dem amerikanischen Markt zur Verfügung. Auch die europäischen Verbände und Handelszusammenschlüsse zeigten, dass die Werbeartikelbranche europaweit und auch global stark vernetzt ist. Auf der International Partners Area trafen sich Werbeartikelhersteller und -Händler unter dem Schirm der Verbände AIMFAP, AVIRSU, BPMA, FYVAR, IAPP, SBPR, um sich über die dortigen Bestimmungen, Trends und Entwicklungen zu informieren. Auch die Niederlande, die zu den Top 10 der europäischen Werbeartikelindustrie zählt, waren erneut mit einem eigenen Stand vertreten. Auf der PSI waren sie am PromZ Pavillon von Het Portaal mit Mitgliedern ihres Verbandes Platform Promotional Products vertreten. Natürlich kam in einer kommunikativen, international vernetzten Branche auch Networking – nicht zu kurz. Auf den Arealen von BPMA und PromZ traf man sich zum lockeren Ausklang des ersten Messtags auf das eine oder andere Bier oder Glas Wein.



Auf den Arealen von BPMA und PromZ traf man sich zum lockeren Ausklang des ersten Messtags auf das eine oder andere Bier oder Glas Wein.



Jon Birrell, BPMA (britischer Branchenverband) „Hauptplattform der Branche“



Die PSI ist die Hauptplattform für die Werbeartikelbranche. Hier treffen sich viele Fachleute. Ich bin viele Jahre als Händler zur PSI gekommen, weil ich hier die neuesten Produkte und Trends gefunden habe. Als CEO bei BPMA möchte ich unsere Mitglieder voranbringen, britische Aussteller mit europäischen Händlern zusammenbringen. Auch dafür ist die PSI der ideale Ort. Sie ist der erste Termin im Werbeartikeljahr und liegt damit super für die Branche.



Logolini® Präsente

Gesundes aus der Chicoreewurzel

Auch beim Team von Logolini® Präsente, einem Geschäftsbereich von Fickenschers Backhaus, freute man sich auf die Besucher am Messestand in Halle 9. Denn das Familienunternehmen mit der mehr als 300-jährigen Geschichte und entsprechender Expertise in der



Geschäftsführer Florian Fickenschers präsentiert den neuen Müsliriegel mit Ballaststoffsirup.

Herstellung von Backwaren, Gebäck, Pralinen, (Werbe-)Süßigkeiten kam mit vielen neuen Ideen auf die PSI, darunter: Kekse in kompostierbarer Folie aus Zellulose. Diese plastikfreie Alternative zu herkömmlichen Verpackungen bietet die gleichen Vorteile wie eine herkömmliche Folie und ist zudem industriell und heimkompostierbar. Weiterhin: Müsliriegel und Kugeln mit Ballaststoffsirup statt Zuckersirup, der mit Bestandteilen aus der Chicoreewurzel hergestellt wird. Dabei sinkt der Zuckergehalt auf ca. nur noch 3,5g/Riegel und der Ballaststoffanteil steigt auf ca. 20 Prozent. Eben-

falls neu: Ein Partnerprogramm bringt Händlern neben vielen Vorteilen beispielsweise Infos über neue Produkte noch vor Veröffentlichung sowie Verkaufshilfen und weitere Benefits. Ein zentrales Feature ist außerdem die Händlerdatenbank und die Auszeichnung als logolini-Premium-Partner auf der Unternehmens-Webseite. Am Stand war auch der brandneue Katalog 2020 mit allen Infos, Produkten und vielen Innovationen erhältlich. „Den Katalog stellen wir ebenfalls als neutrale Version oder als Blätterkatalog mit dem Händler-Logo (als Premium-Partner) zur Verfügung. Entsprechend zum Katalog erhalten Handelskunden eine neutrale Preisliste mit Industriepreisen“, so Geschäftsführer Florian Fickenschers. www.logolini.com

Jens Ackermann, Ja Werbeartikel

„Die PSI ist eine schöne Messe und eine Bereicherung für die Branche.“



Die PSI gehört einfach dazu. Zur Information, Inspiration und auch als Treffpunkt für Small Talk. Alle unsere Lieferanten sind da, man sieht die Neuheiten und kann mit neuen Ideen ins Jahr starten. Es ist eine schöne Messe und eine Bereicherung für die Branche. Ich kann die Schwarzmalerei mancher Händler nicht begreifen, ich sehe jedenfalls keinen Grund dafür.

Premiere auf der PSI

Die CHOICE Experience

Auf der PSI präsentierte sich die Unternehmensgruppe CHOICE in Halle 12 auf einem neuen Messestand. Unter dem Motto CHOICE Experience machte er das gemeinsame Markenverständnis nicht nur sichtbar, sondern auch erlebbar. Die fünf Schwestern der CHOICE-Familie – Daiber, FARE, Halfar, mbw und SND – zeigen sich bereits seit Jahren zusammen auf der PSI. Von Caps über Promotion-Textilien, Schirmen, Taschen, Kuscheltieren, Quetsche-Entchen bis hin zu Porzellan konnten die Neuheiten und Bestseller der Werbemittelexperten nun im neuen Ambiente erlebt werden: Klar und geradlinig das Design des Standes. Außen dominiert die Farbe weiß. So gibt der großzügige Stand auf rund 650 Quadratmetern fünf eigenständigen Auftritten der Unternehmen einen einheitlichen Rahmen. Das Signal: Die CHOICE Familie agiert unter einem gemeinsamen Dach – und das nicht nur sinnbildlich, sondern auch ganz konkret.

Jeder Partner hat seinen eigenen Bereich, den er individuell mit Produkten und Botschaften bespielt. Dabei gibt es überall Verbindungen zu den anderen, Durchgänge und Durchblicke öffnen den Stand. Der weite Eingangsbereich jeder Unternehmensfläche lädt die Messebesucher ein und heißt sie willkommen. Dennoch erscheint alles aus einem Guss: Themeninseln und Präsenter sind in einer einheitlichen Formensprache produktspezifisch konzipiert.

Im Inneren dann der Kern der CHOICE Gruppe: Hier fließen alle Positionen der sonst so facettenreichen Werbemittelexperten zu einer großen Wertegemeinschaft zusammen. Die Lounge in der Mitte des Standes ist darum auch bewusst anders gestaltet als die Produktbereiche außen – in warmen Farben schafft sie ein Wohlfühl-Ambiente für Pausen und Gesprä-



Fast schon Tradition: Der CHOICE-Schwesternabend in der Brauerei „Zum Schiffchen“ sorgt für regen und gutgelaunten Austausch zwischen internationalen Kunden und den Firmen-Teams.

Andreas Schumann, FARE

„Wir bekennen uns zur PSI.“



Die Choice Gruppe kann sich nur auf der PSI so geschlossen und umfassend präsentieren. Nur hier können wir die geballte Kompetenz unserer Spezialisten aufzeigen und den Kunden die Vorteile demonstrieren, die wir ihnen bieten können. Auch die Themen Innovation, Qualität und Nachhaltigkeit können wir hier den Kunden näherbringen. Wir bekennen uns zur PSI.



che. Nachhaltigkeit, Qualität, Innovation, Service, Partnerschaft – das sind einige der CHOICE Werte, die hier auch in den Statements der jeweiligen Unternehmens-Persönlichkeiten und in Produkten- und Imagefotos augenfällig sichtbar wurden.

So schlug der neue Messestand gekonnt die Brücke zwischen eigenständigen Produkten und gemeinsamen Werten. Vor allem aber löst er das ein, was gute Werbemittel versprechen: Ein haptisches Erlebnis, eine CHOICE Experience.

Zum Wohl auf die gemeinsamen Werte der CHOICE Gruppe (v.l.): Rolf Daiber, Armin Halfar, Kathrin Stühmeyer-Halfar, Silke Eckstein, Jan Breuer, Kai Gminder, Volker Griesel.

Achim Halfar, Halfar

„Die unangefochtene Hauptmesse und entscheidend für den Export.“



Die PSI ist die unangefochtene Hauptmesse für uns. Hier kommen alle europäischen Auslandsvertretungen zusammen, die zusammen in 12 Sprachen kommunizieren. Durch ihren internationalen Charakter spielt die PSI für den Export eine ganz entscheidende Rolle, und zwar nicht nur für uns, sondern für die ganze Choice-Gruppe.



Werner und Oliver Gebhart, McGreen Textil

„Die PSI steht für ein riesiges Angebot, Trends, Ideen und Kontakte.“



Ein solch riesiges Angebot gibt es nirgendwo sonst. Hier suche und finde ich Trends und Ideen, Inspiration und Orientierung. Zudem ist die PSI eine hervorragende Kontakt-Plattform. Deswegen bin ich seit 2007 regelmäßig hier, Oliver auch schon seit sieben Jahren. Für uns als Textilspezialisten ist natürlich auch die PromoTex Expo interessant. Ich meine: Wer die Möglichkeiten der PSI und der Textilmesse nicht nutzt, ist selbst schuld!



elasto

Grün und gesellig

Der Stand von elasto, Spezialist für originelle und werbestarke Kunststoffartikel aus Sulzbach-Rosenberg, war auch während der 58. Auflage der PSI Messe ein Anlaufpunkt der besonderen Art. Auf dem Präsentationsareal im bewährten Stadl-Stil fanden die Artikel der neuen Kollektion aus Bio-Kunststoff, die so genannte Do it Green-Produktlinie im Mittelpunkt gesteigerte Beachtung. „Die Belastung unserer Umwelt durch den unachtsamen Gebrauch und die suboptimale Entsorgung von Einwegplastik ist mittlerweile nicht mehr zu verharmlosen, geschweige denn zu ignorieren. elasto sagt diesem Problem den Kampf an und beteiligt sich mit der neuen Do it Green-Produktlinie aktiv am Schutz unserer Umwelt“, so Geschäftsführer Marcus Sperber. Mit ihrem Anteil an nachwachsenden Rohstoffen stehen die Mehrweg-Artikel für mehr Nachhaltigkeit. Die Linie mit aktuell 10 Artikeln ist in den Naturfarben Minze, Haselnuss, Flieder und Schiefer erhältlich und wird stetig um weitere Produkte erweitert. Alle werden in Deutschland hergestellt und veredelt. Sie sind zu 100 Prozent recyclebar, ohne Weichmacher und BPA-frei. Dass es beim bayrischen Produzenten während des intensiven geschäftlichen Austauschs auch sehr gesellig zugeht, zeigte sich zum wiederholten Male bei den zünftigen abendlichen Standpartys, die sich auch bei den vielen Gästen aus dem Ausland großer Beliebtheit erfreuen. www.elasto.de





Mahlwerck Porzellan

Nachhaltig genießen

Auffällig und anziehend auch diesmal: der Auftritt von Mahlwerck Porzellan, deutscher Premium-Hersteller für bedrucktes Porzellan. Auch auf der jüngsten PSI erhielten die Besucher umfassenden Einblick in den wortwörtlich „anfassbaren“ Mahlwerck Kosmos, in dem es immer wieder neue Formen, Farben und Veredelungsmethoden mit dauerhaftem Marken-Effekt zu entdecken gibt. Bei Unternehmen in ganz Europa gefragt, erzielten die individuell bedruckbaren Coffee to Go Becher, Tassen und Geschirr beim internationalen Standpublikum große Beachtung. Auf der einen Seite des zweigeteilten Standes war genügend Platz für Bewährtes und Neues aus dem Sortiment der unverzichtbaren Werbeträger Tassen. Die andere Seite bot Raum für Gespräche an Tischen, an dem Gäste ein ausgezeichnetes Catering mit sehr schmackhaften kleinen Gerichten, serviert in hauseigenen Porzellanerzeugnissen, genießen durften: Die Liebe zu schönen wie nachhaltigen Produkten geht oftmals auch durch den Magen. www.mahlwerck.de



Tobias Köckert, Mahlwerck

„Elementar ist die PSI vor allem, um den Export zu fördern.“



Die PSI ist die umfangreichste Kontaktplattform für uns – um Kunden, potenzielle Neukunden, aber auch alte Freunde zu treffen. Elementare Bedeutung hat die PSI hinsichtlich der Wachstumsmöglichkeiten im Export. Deswegen liegt unser Fokus hier auf der PSI auch wieder auf der Akquise ausländischer Neukunden. Das hat bisher auf jeder Messe gut funktioniert, denn wir bekommen jedes Jahr nach der PSI gute Aufträge aus dem Ausland. Unsere neue Standkonzeption spiegelt auch die Zweiteilung unseres Sortiments wider: Auf der einen Seite Tassen, auf der anderen Seite gebrandetes Geschirr für Unternehmen. Vor allem das Segment Branded Catering wird wichtiger, denn jede Firma braucht repräsentatives und praktisches Geschirr zur Bewirtung von Kunden oder für Konferenzen.

100 Jahre meterex

Grund zu feiern

Unter dem Motto „1920-2020 – 100 Jahre messbare Erfolge“ startete meterex, Experte auf dem Gebiet von Bandmaßen und Gliedermaßstäben, in sein Jubiläumsjahr. Anlässlich eines Säkulums an Firmengeschichte gibt es natürlich allen Grund zu feiern. Das 1920 als Galvanisierungsbetrieb für die Veredelung von Bestecken und Stahlmaßbändern durch Karl Kuntze in Solingen gegründete Unternehmen entwickelte sich kontinuierlich weiter zu einem heute international operierenden und angesehenen Player der Branche. Die Maßspezialisten verfügen auf ihrem Kerngebiet über eines der größten Sortimente in Europa und punkten mit stets neuen Produktinterpretationen. Die hohen Ansprüche an Qualität, Verarbeitung, Gebrauchsnutzen und Individualisierbarkeit machen die meterex-Erzeugnisse in ihrem Segment zu passgenauen und lange wirksamen Werbeatikeln.

Zur PSI, bei der die Gäste zum Jubiläum mit einem Glas Sekt empfangen wurden, wurden vier neue Zollstock-Modelle sowie die Europa-Neuheit, ein Laserdistanz-Messer, vorgestellt. Außerdem erhielten die Standbesucher das „Jahrhundertwerk“, einen Gliedermaßstab mit der Unternehmenshistorie, als Gastgeschenk. Auch PSI Managing Director Michael Freter und Messedirektorin Petra Lassahn ließen es sich nicht nehmen, ihre Glückwünsche zum 100sten direkt am Stand zu übermitteln. Als weiteres Highlight gibt es in diesem Jahr eine Jubiläumsveranstaltung am 19. Juni mit einem „Tag der offenen Tür“, bei dem die Besucher die Produktion live erleben können und auf einer „Museumsmeile“ durch 100 Jahre Zeit- und Produktgeschichte geführt werden. Daran schließt sich eine große Feier mit Programm und Show an.



Messehighlight bei den Messeexperten war die Übergabe der Geburtstagstorte (v.l.): Oliver Kuntze, Ralf Uwe Schneider (Head of Distributor Sales PSI), Messedirektorin Petra Lassahn, meterex Seniorchef Richard Kuntze.

Jürgen T. Lücke, Hörsteler Interior Design

„Seit vielen Jahren präsent“



Wir sind seit vielen Jahren auf der PSI präsent, um nationale und internationale Kontakte zu knüpfen und den Besuchern einen unmittelbaren Überblick über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten unserer Logo- und Werbematten zu vermitteln. So dienen diese nicht nur als Schmutzfang, sondern geben im Eingangsbereich einen repräsentativen Willkommensgruß. In Fanshops oder auf Events dienen Matten als Merchandisingartikel. Teppiche in Sonderformen und individuellen Farben unterstützen die CI eines Unternehmens oder einer Marke. Kundenindividuelle Produkte sind auch schon als Einzelstücke zu realisieren. Neuer Schwerpunkt unseres Sortiments sind nachhaltige Fußmatten aus Kokos, die hier bereits großes Interesse wecken konnten.

Dagmar Kornhaas, Maxx Factory

„Wer nicht kommt, schadet nur sich selbst.“



Seit 13 Jahren sind wir überzeugter Aussteller der PSI. Wir treffen hier fast alle unsere Händler und erfahren, wie sie das Jahr abgeschlossen haben. Das ist wie ein Leitfaden für uns, der uns bei der Planung des neuen Jahres hilft. Und hier können wir den Kunden alles auf einmal zeigen. Wer nicht kommt, schadet sich selbst und macht es sich unnötig schwer. Ich sehe auch immer wieder: Zufriedene Kunden bleiben uns treu. Ich erwarte von PSI aber auch eine schöne Standfläche und hoffe, dass wir die auch wieder bekommen.

Promoswiss Apéro

Kommunikativer Austausch

Fast nicht mehr wegzudenken im Reigen der internationalen Empfänge auf der PSI ist der Apéro des Verbandes der Schweizerischen Werbeartikelindustrie Promoswiss. Diesmal jedoch baten die Schweizer ihre Gäste nicht an den Stand eines Lieferanten-Partners, sondern in die neue PSI Members Only Lounge. Bei feinen Getränken und Fingerfood stand der kommunikative Austausch im Vordergrund. Für den Promoswiss-Verband hieß Vorstandsmitglied Nadine Schneider die wieder zahlreich erschienenen Gäste willkommen und verkündete die Verlegung des PSF Forums – der traditionellen Jahresmesse des Promoswiss – auf den 23. September 2020. Erneut wird der Austragungsort die Umweltarena Spreitenbach nahe Zürich sein. An gleicher Stelle findet tags zuvor die Schweizer Ausgabe der Newsweek des GWW (Gesamtverband der Deutschen Werbeartikelwirtschaft) statt. Stellvertretend für den Gastgeber PSI begrüßte Head of Distributor Sales Ralf Uwe Schneider die Anwesenden, die ihm ein spontanes Geburtstagsständchen brachten. www.promoswiss.ch



Nadine Schneider für Promoswiss und Ralf Uwe Schneider fürs PSI begrüßten die Gäste.



Beste Laune herrschte in der PSI Members Only Lounge.

Xavier Canton, burger pen

„Ideales Forum, sich seriös zu präsentieren“



Die PSI ist die einzige Fachmesse ihrer Art mit einer derartig internationalen Klientel. Für uns ist sie als Treffpunkt unserer europaweiten Kundschaft enorm wichtig, denn sie entbindet uns vom auch zeitlich großen Aufwand, unsere ausländischen Handelspartner aus der Werbemittelbranche einzeln zu besuchen. Außerdem bietet sie mit ihrer bewährten guten Organisation ein ebenso ideales wie unverwechselbares Forum, Unternehmen und Produkte seriös zu präsentieren. Wir sind bereits zum 27. Mal dabei und freuen uns darauf, auch in den kommenden Jahren wieder dabei zu sein.

testme

Alkoholtester mit (Werbe-)Wirkung

Neues Mitglied im PSI Netzwerk ist das Berliner Unternehmen testme, das hochwertige (Rest-)Alkoholtester für alle Verkehrsteilnehmer herstellt und deren Wirksamkeit nun auch erstmals auf der PSI demonstrierte. Die Idee entstand bei einem Aufenthalt in Frankreich, wo der heutige Geschäftsführer von testme erstmals mit Einweg-Alkoholtestern in Berührung kam, die dort seit 2012 von Fahrzeugführer*innen mitgeführt werden müssen. Die dortigen Tester waren weder sehr genau, noch einfach zu handhaben. Mit dem Ziel, sichere und qualitative (Rest-)Alkoholtester zu entwickeln, die einfach, schnell und jederzeit eine Selbstkontrolle ermöglichen, gründete sich 2017 die testme GmbH. Alle Produktkomponenten der neuen Tester werden innerhalb der EU produziert und jährlich durch den TÜV Rheinland überprüft. So gewährleistet testme eine gleichbleibende und hohe Produktqualität sowie eine Genauigkeit der Testergebnisse von über 98 Prozent. Neben der Qualität stehen auch Fairness und Nachhaltigkeit im Vordergrund. So arbeitet testme von Beginn an mit Werkstätten für

Menschen mit Behinderungen zusammen, die die Endmontage, Konfektionierung und Lagerung realisieren. Die auffälligen, bereits mit zwei Branchenawards ausgezeichneten Tester eignen sich hervorragend als Werbemittel für Unternehmen und Verbände, die ihre Werbe- und Markenbotschaften individuell gestalten möchten. <https://testme.de>



Auffällig und nützlich: Die Tester eignen sich hervorragend als Werbemittel für Unternehmen und Verbände, die ihre Werbe- und Markenbotschaften individuell gestalten möchten.

Matthias Huff, Macma

„Wir bleiben dabei auf der PSI.“



Wir sehen hier auf der PSI aufs Neue, dass die werbende Industrie unvermindert auf Werbemittel setzt: Bei uns sind alle Arbeitsplätze belegt, die Stimmung wie immer gut und ich mache mir keine Sorgen. Wir bleiben jedenfalls dabei auf der PSI. Ich meine, wer nicht zur Messe kommt, schießt sich ein Eigentor!

Klaus Dittkrist, Cargo Seal und Michael Maday, Keller Medien

„Auf der PSI können wir unsere Beratungs- und Lösungskompetenz zeigen.“



Als professioneller Logistikpartner bieten wir der Werbemittelbranche schon seit über 15 Jahren optimierte Versandlogistik an. Dank fundierter Beratungskompetenz und über 40jähriger Erfahrung können wir individuell auf die Probleme des Kunden eingehen und maßgeschneiderte Lösungen erarbeiten. Unterstützt werden wir dabei von unserem Kooperationspartner Keller Medien, Spezialist für Kartonen und Verpackungen. So finden wir etwa die optimale Platzierung der Kartons auf der Euro-Palette ebenso wie das passende Verpackungsmaterial und die geschickteste Transportlösung, wie etwa Ship and Truck. Es gibt viele Möglichkeiten, seine Ware sicherer, schneller und preisgünstiger zu transportieren. Das können wir auf der PSI erläutern, ebenso wie unser Engagement für das Sozialprojekt „Die Arche“: Pro verladenem Kubikmeter Fracht gehen zwei Euro als Spende an das Jugendhilfe-Projekt, das wir noch zusätzlich durch unsere Aktivitäten im Billard unterstützen. Neben der Messe gefällt mir auch die Netzwerkarbeit des PSI.

Nestler-matho

„We go green“

Dass das große Umdenken bezüglich einer ökologisch und sozial verantwortbaren Zukunft nach und nach die Branche erfasst, war auf der PSI deutlich zu spüren und zu sehen. Große Player in ihrem Segment gehen mit gutem Beispiel voran, so auch Nestler-matho. „Wir haben diskutiert und uns entschieden, dass wir etwas tun wollen. Aber nicht nur hier und da ein wenig nachhaltiger drucken oder veredeln, das alles möglichst öffentlichkeitswirksam, sondern umfassend und konsequent“, so die Geschäftsführer Karin und Peter Pfrommer. Die Spezialisten für elektronische Werbeartikel „mussten erkennen, dass die Natur unserer Artikel und ihr Weg zum Beschenkten eine aktive Reduktion des CO₂-Ausstoßes nahezu unmöglich macht. Auf der Suche nach Möglichkeiten sind wir auf natureOffice gestoßen.“ Über naturOffice investiert das Unternehmen nun weltweit in Projekte, welche die Klimabilanz nachhaltig positiv beeinflussen, darunter Wiederaufforstungsprogramme sowie Projekte alternativer Energiegewinnung. Und noch mehr: „Unsere Neuheiten werden weitestgehend ohne Kunststoffe verpackt. Wir überprüfen alle unsere Artikel dahingehend und werden unnötige Kunststoffe direkt an der Quelle vermeiden“, erklären die Pfrommers weiter. Ab sofort ist jeder einzelne Artikel von Nestler-matho 100 Prozent klimaneutral – zertifiziert und nachvollziehbar. Auch jeder einzelne Schritt der Veredelung wie beispielsweise Druck oder Lasergravur ist klimaneutral. Zudem werden die Kataloge auf FSC-zertifiziertem Papier klimaneutral gedruckt. „Wir sehen Klimaschutz als Verpflichtung und würden uns freuen, wenn sich unsere Kunden von uns inspirieren ließen und mit uns zusammen die Welt des Handels nachhaltig veränderten, damit unsere Fußabdrücke, die wir unseren Nachkommen hinterlassen, groß und grün sein werden“, so der Wunsch der Geschäftsführer. Das große Interesse an den Produkten von Nestler-matho auf der PSI war ein Indiz dafür, dass die Kunden diesen Wunsch und die damit verbundene Einsicht teilen. www.nestler-matho.de



Karin Pfrommer, Nestler-matho

„Die PSI ist wichtig zur Neukunden-Akquise, auch international.“



Die PSI ist wie immer ganz wichtig zur Neukunden-Akquise: Wir können hier Kontakte knüpfen und auch solchen Händlern unsere neuen Produkte zeigen, die uns noch nicht kennen. Daneben freuen wir uns, bekannte Kunden hier zu haben, die wir ausführlich beraten. Auch unsere ausländischen Agenturen bringen Händler mit, die wir hier persönlich kennenlernen können. Wir bleiben positiv!



**Gerlinde Thelen und Dr. Corinna Schreieck,
Gutting Pfalznudel**

**„Die PSI vermittelt einfach
ein besonderes Feeling.“**



Seit 18 Jahren pflegen wir hier gute Kontakte zum Handel und gewinnen immer wieder Neukunden hinzu. Wir freuen uns jedes Mal darüber, Kunden persönlich zu treffen, die wir bisher nur von Mails oder vom Telefon her kennen. Die

PSI ist in Ordnung, sie vermittelt einfach ein besonderes Feeling. Wir sind der Messe sehr verbunden und haben aktuell auch Nudeln zum 60. PSI Jubiläum kreiert. Den Stand möchten wir sehr gern behalten, denn die Kunden verorten uns hier.

Ralf Fehrenbacher, Karl Knauer

„Die PSI ist für uns ein Muss“



Die PSI ist die Leitmesse im Werbeartikelbereich. Hier treffen wir nationale und internationale Kunden und haben einen unmittelbaren Vergleich mit unseren Wettbewerbern. Als Spezialist für Werbemittel aus Papier ist die Messe für uns eine ideale Präsentationsplattform, weshalb wir auch regelmäßig hier sind. Mit anderen Worten: die PSI ist für uns ein Muss. Doch sind wir stets aufs Neue überrascht, wie international das Publikum hier ist. Natürlich sind wir als deutscher Hersteller auch dankbar darum, dass die Messe ihren Standort zentral in Deutschland hat.

Edeltraut Syllwasschy, Klio-Eterna

**„Einzigartige Plattform, um ausländische
Kunden zu treffen.“**



Die PSI ist für uns der optimale Start ins neue Jahr: Hier können wir Kunden gleich alle Neuheiten zeigen und sie kompakt über alles Wichtige informieren. Auch für intensivere Beratung nehmen wir uns die Zeit. Ebenso unerlässlich ist die PSI als Leitmesse für unsere ausländischen Kunden, das sind immerhin rund 55 Prozent.

Diese internationalen Kunden können wir sonst nirgends treffen, von daher ist die PSI eine einzigartige Plattform, um ausländische Kontakte zu pflegen und zu generieren. Bemerkenswert ist in diesem Jahr der signifikante Anstieg an Neukunden und Interessenten, die sogar konkrete Anfragen gestellt haben. Insgesamt wird auf der PSI der Grundstein gelegt für viele Kontakte und Geschäfte, die wir übers Jahr hinweg entwickeln und ausbauen können. Für uns gehört die PSI einfach dazu!

ASI Reception

Ein Hoch auf die Verbundenheit

Die PSI Messe als Forum der europäischen Werbeartikelwirtschaft ist traditionell auch ein Treffpunkt der internationalen Verbandslandschaft. Dieser exponierte Rahmen ist auch immer ein willkommener Anlass für Neujahrsempfänge. Ein zur lieben Tradition während der PSI gewordener Termin im Reception-Kalender war der Empfang des amerikanischen Branchendienstleisters ASI (Advertising Specialty Institute). Zusammen mit dem britischen Dienstleister Sourcing City und dem PSI bildet er seit knapp einer Dekade die PromoAlliance. Der Empfang bot auch in diesem Jahr wieder eine ideale Plattform, um sich unter Branchenkollegen auszutauschen. Im PSI Wohnzimmer innerhalb der PSI Members Only Lounge trafen sich Freunde und Partner, um das aktuelle Marktumfeld näher zu beleuchten, Messegesehnisse Revue passieren zu lassen und den Tag in entspannter und geselliger Runde ausklingen zu lassen. Die zahlreichen Gäste des späten Nachmittags waren ein klares Statement, wie gut und eng ASI, Sourcing City und PSI miteinander verknüpft sind.



Katharina Staudacher, Foodloose

„Die PSI wurde uns empfohlen und wir sind sehr zufrieden.“



Als Erstaussteller in der Gusto-Zone stellen wir hier vegane, zuckerfreie Bio-Snacks und Fruchtgummis aus natürlichen, hochwertigen Zutaten vor. Unsere Nuß-Fruchtriegel punkten mit Qualität und phantasievollen Rezepturen unter dem Motto „Natürlich kostbar“. Ob zum Beispiel mit Mandeln Physalis, Drachenfrüchten und Ingwer oder etwa Cashews, Pflaumen, Mohn und Zitrone – unsere Riegel kommen sehr gut an. Immer öfter kamen auch Anfragen, ob wir unsere Produkte auch individualisieren können. Auf die Empfehlung einer anderen Firma kamen wir zum PSI und zur Messe. Wir sind hier sehr zufrieden, denn wir treffen auf begeisterte Interessenten, die mit gesunden, außergewöhnlichen und leckeren Bio-Produkten werben möchten.

Jubilare

Ehrennadel für langjährige Mitglieder

Die PSI ist Jahr für Jahr ein echter Magnet – für Aussteller und Besucher. Dass auch das PSI selbst für viele Mitglieder nichts an seiner Attraktivität verloren hat, beweist eine eindeutige Zahl: Im Jahr 2019 begingen insgesamt 153 Mitglieder mehrjährige Jubiläen. Davon feierten insgesamt 66 Hersteller und Händler ihre 25-jährige Zugehörigkeit zum PSI, 56 Hersteller und Händler sind seit 30 Jahren fester Bestandteil des internationalen Netzwerks der Werbeartikelwirtschaft. 19 Hersteller und Händler blicken bereits auf 40 Jahre zurück und immerhin elf Mitglieder sind seit einem halben Jahrhundert nicht mehr aus dem



Herausragendes Jubiläum: John C. Vermeulen besuchte in diesem Jahr die PSI bereits zum 50. Mal.



Die Jubilare, die vor Ort sein konnten, erhielten am ersten Messttag eine Ehrennadel aus der Hand von PSI Managing Director Michael Freter.



Jubiläumstorte der besonderen Art: Das PSI feiert in diesem Jahr sein 60-jähriges Bestehen. Aus diesem Grund gab es, wie es sich für das internationale Netzwerk der Werbeartikelwirtschaft gehört, eine Torte aus Werbeartikeln – ganz haptisch und für alle Sinne.

PSI wegzudenken. Diese Treue wurde im Rahmen einer kleinen Feierstunde mit Sektempfang auf der Leitmesse der europäischen Werbeartikelwirtschaft honoriert. Zwar waren nicht alle Jubilare vor Ort. Doch diejenigen, die entweder als Aussteller oder Händler-Fachbesucher in Düsseldorf waren, wurden entsprechend gewürdigt. Und dafür hätte das PSI keinen passenderen Rahmen als die PSI Members Only Lounge wählen können. Zum einen war dieser Bereich, wie der Name schon zum Ausdruck bringt, exklusiv den PSI Mitgliedern vorbehalten. Zum anderen stand er auch ganz im Zeichen eines weiteren Jubiläums: 60 Jahre PSI. Auf dieser in diesem Jahr völlig neu gestalteten Sonderfläche in Halle 9 überreichte PSI Managing Director Michael Freter am ersten Messttag gleich mehrfach Ehrennadeln. Eine Ehrennadel der besonderen Art gab es für John C. Vermeulen (Sir Price Promotions). Der Niederländer besuchte in diesem Jahr bereits zum 50. Mal die PSI.

Frank Jansen, Niederegger

„Ein Must, zu dem es keine Alternative gibt.“



Die PSI ist ein Must für Niederegger und die perfekte Bühne, um uns mit einem markengerechten Auftritt vorzustellen und zu zeigen, was wir können. Daher ist die PSI ein exklusiver Jahresauftakt, zu dem es keine Alternative gibt. Zudem ist sie der Main Meeting Point der Branche mit hohem Networking-Faktor und die wirksamste PR für den Werbeartikel, die man sich wünschen kann.

EWIMA

Geballte Schreibgerätekompetenz

Alle Jahre wieder treffen sich die auf der PSI versammelten Mitglieder der „Sektion Werbeartikel“ der European Writing Instrument Manufacturer's Association (EWIMA) im Industrieverband Schreiben, Zeichnen, Kreatives Gestalten e.V. (ISZ) auf der PSI zu einem lockeren Branchen-Austausch. Erneut fand die informelle Zusammenkunft am Stand der Schweizer burger pen AG statt. Eingeladen hatte ISZ-Geschäftsführer Manfred Meller, der die geballte Kompetenz der internationalen Player im Rahmen der Messe traditionell zu einer gemeinsamen Rückschau aufs vergangene Geschäftsjahr und einem Ausblick auf die künftigen Entwicklungsprognosen der Werbeschreibgerätebranche nutzt. Die EWIMA vertritt die Interessen von rund 60 führenden Schreibgeräteproduzenten in 10 europäischen Ländern. <https://ewima-isz.de>



Geballte Schreibgerätekompetenz am Tisch (v.l.): Harry Saffer (Schwan-STABILO), Alexander Pfeuffer, Oliver Leykam (beide STAEDTLER Mars), Xavier Canton (burger pen), Manfred Meller (EWIMA), Dirk Peppmüller (A.W. Faber-Castell).

GSE

Soziales Engagement, das wirbt

Hier stimmt die Corporate Social Responsibility, und dies schon lange Zeit. Die Ursprünge der GSE gGmbH gehen auf den 1884 gegründeten Essener „Lokalverein wider die Vagabundennoth“ zurück. Als führender Essener Anbieter vielfältiger sozialer Dienste, der unter anderem auch 1.700 Menschen mit Handicap beschäftigt, bietet das Unternehmen auf seinen 18.000 qm Produktions- und Lagerflächen auch für die Werbearbeitelbranche nützliche Dienstleistungen. Schon zum achten Mal war man nun mit einem Stand auf der PSI vertreten, diesmal mit einem sechsköpfigen Standteam, darunter Näherinnen aus dem Werkstättenbereich, die ihre Fertigkeiten live demonstrierten. Der Auftritt der GSE erfuhr auch diesmal viel Zuspruch und erntete „reichlich Anfragen“. So warb man nicht nur mit sozialem Engagement, sondern präsentierte auch soziales Engagement, das wirbt. Die PSI ist für die GSE hierfür ein idealer Platz, weshalb man auch schon fürs nächste Jahr gebucht hat. www.gse-essen.de



Eine Näherin der GSE Werkstätten demonstriert ihre Fertigkeiten.

Quartier 63

Mülltonnen zu Strandkörben

In Halle 9 tummelten sich um die PSI Members Only Lounge wieder viele unterschiedliche Stände mit teilweise kuriosen Werbeartikel-Ideen. Dazu zählten auch die Vertreter der Herforder Werkstätten, die unter dem Label Quartier 63 eine ganze Menge schöner Dinge versammelt hatten. Die Form, das Material, das Design und manchmal nur ein kleines Extra machen hier aus Alltagsgegenständen etwas Außergewöhnliches. Blickfang waren etwa ein Lounge-Sofa und ein Strandkorb, die beide aus Müllcontainern gefertigt werden, und dies schon ab einem Stück im Kundendesign. Die kuriosen Produkte entstehen in enger Zusammenarbeit mit den Herforder Werkstätten, in denen behinderte Menschen die Arbeit als eine Quelle der Selbstbestätigung, der sozialen Kontakte und der Integration in die Gesellschaft erfahren. www.quartier63.de



Sönke Hinrichs, Inspirion

„Die PSI ist eine tolle Veranstaltung, die ich nicht missen möchte.“



Auf der PSI „wird die Welt klein“: Hier trifft man so viele Bekannte aus der ganzen Welt wie sonst nur in Hongkong. Die PSI ist eine tolle Veranstaltung, die ich nicht missen möchte. Wir spüren zwar die Auswirkungen der Digitalisierung, aber ich bin trotzdem zufrieden. Denn nichts kann das persönliche Gespräch und die Beratung ersetzen. Deshalb ist die PSI auch für Mitarbeiter die beste Plattform, um Kunden persönlich kennenzulernen und ihre eigene Beratungskompetenz zu entfalten.

Inkcups

Nachhaltige Bedruckungslösungen

Das US-amerikanische Unternehmen Inkcups präsentierte auf der PSI 2020 vielseitig nutzbare digitale und analoge Drucklösungen für die Werbeartikelproduktion. Inkcups beteiligt sich schon zum vierten Mal in Folge als Aussteller an der PSI, um seine Präsenz auf dem europäischen Markt weiter auszubauen. Im Zuge der intensivierten Europa-Aktivitäten vergrößert Inkcups gegenwärtig auch sein Servicetechniker-Team in Deutschland. Auf dem Stand in Halle 11 zeigte das Unternehmen fortschrittliche Lösungen zum direkten Bedrucken von Werbeartikeln. Die Inkcups Technologien zeichnen sich laut Unternehmen gegenüber anderen Druckverfahren wie Siebdruck und Sublimationsdruck durch eine höhere Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung aus.

Mit dem Helix® und dem X360 bringt Inkcups zwei leistungsfähige industrielle Inkjet-Digitaldrucksysteme für den 360°-Rundum-Druck auf zylindrischen (geradwandigen) und konischen Objekten aus Kunststoff, Metall, Glas und anderen Materialien nach Düsseldorf. Beide Systeme arbeiten mit UV-LED-Härtung der Tinten und sind mit einem Neigemechanismus für einstellbare Winkel beim Bedrucken konischer Teile ausgestattet. Damit lassen sich Trinkgläser, Trinkbecher aus Kunststoff und Metall, Glas- und Kunststoffflaschen, Kerzenhalter, Vasen und vieles mehr bedrucken.

Als weitere hochproduktive Digitaldrucklösung, die eine perfekte Vielseitigkeit und Flexibilität bietet, war das Flachbett-UV-Inkjetsystem X5 für vollfarbiges Bedrucken von Objekten und Produkten bis zu einer Höhe von 152 mm zu sehen. Mit dem X5 kann ein Format von 1.100 x 610 mm in zwei Minuten bedruckt werden. Aus seinem umfangreichen Programm an Tampondruckmaschinen stellte Inkcups die Modelle 2200-PS und B100 aus. Die 2200-PS ist eine Zweifarbenmaschine mit geschlossenem Farbsystem, die die Anzahl der Druckvorgänge im Vergleich zu einer typischen Tampondruckmaschine dieser Art auf fast das Doppelte steigert. Die B100 ist eine schnelle Einfarben-Tampondruckmaschine, die sich für das Bedrucken von Tagless-Kleidungsstücken wie T-Shirts und Sportkleidung eignet. Die B100 bedruckt auch Werbeartikel wie Silikon-Armbänder, Servietten und Süßwarendosen. Außerdem demonstrierte Inkcups auf der PSI Messe die Herstellung von Klischees für den Tampondruck mit dem Lasergravursystem Cobalt 2000.

Alle ausgestellten Inkcups Drucksysteme waren live in Aktion zu sehen und produzierten verschiedene typische Werbeartikel-Anwendungen. www.inkcups.com



Wilhelm Meyer und Alexander Hoyer, Dankebox

„Schon als Start-up war uns schnell klar:
Die PSI ist das Richtige für uns.“



Wir haben schon in der Startphase unseres Unternehmens gemerkt, dass die PSI die richtige Messe für uns ist, auch unter dem Aspekt der Internationalität. Schon letztes Jahr – noch in der Erfinderzone der PSI – hatten wir sehr gute Resonanz auf unsere hochwertigen, personalisierbaren Geschenkboxen, die wir in vielen Varianten komplett mit Inhalt und Karte anbieten. Auch dieses Mal freuen wir uns über die sehr guten, auch internationalen

Kontakte. Dafür haben wir auch ordentlich vorgearbeitet und eigene sowie die im Rahmen des PSI Netzwerks verfügbaren Marketingtools genutzt und bereits im Vorfeld der PSI Messetermine vereinbart. Ich persönlich (Hoyer) mag das Messefeeling sehr und es macht mir viel Spaß, unsere exklusiven Produkte hier vorzustellen.



Großes Interesse brachten die Besucher den Drucksystemen von Inkcups entgegen. Im Vordergrund das Flachbett-UV-Inkjetsystem X5.

Heidi Reimer-Epp, Botanical PaperWorks

„Aufeinandertreffen der Besten“



Auf der PSI kommen Europa und die Welt zusammen. Hier treffen die Besten der Werbeartikelwirtschaft aufeinander. In einer hektischen und digitalen Welt wie der heutigen schätzen wir es bei Botanical PaperWorks sehr, bestehende und auch neue Kunden mit Zeit von Angesicht zu Angesicht zu treffen. E-Mails und Telefon sind super im Alltag, aber einmal im Jahr ist es auch wunderbar, alle persönlich zu treffen. Nicht zuletzt zeichnet sich die Branche durch Beziehungen, Kontakte und tolle Produkte aus, die man einfach haptisch erleben muss. Und als kanadisches Unternehmen ist es für uns die Gelegenheit, unsere europäischen Kunden zu sehen. Darüber hinaus hilft uns eine so hochwertige Veranstaltung wie die PSI, unser Geschäft auszuweiten, neue Kunden zu finden, den Wettbewerb zu beobachten sowie Trends kennenzulernen und zu verstehen. Wir haben im vergangenen Jahr das erste Mal auf der PSI ausgestellt und waren überrascht von der Größe der Messe, der Qualität der Aussteller und dem Interesse der Besucher. Für uns ist die PSI ein echter Gewinn.

Mobile Massage

Relaxen im Messetrubel

Drei Tage Messe: da können für den eifrigen Besucher schon mal etliche Kilometer zusammenkommen. Das ständige Stop-and-go, konzentrierte Gespräche über wirksame Werbekampagnen, womöglich immer schwerer werdende Messetaschen – da kommt ein wenig Innehalten bisweilen gerade recht. Für Entspannung sorgten hier die kundigen Hände eines mobilen Renuova Physiotherapie-Teams, die jede Massage individuell den Bedürfnissen der Linderung suchenden Besucher anpassten. Die Services der Renuova Massage sind weltweit verfügbar. www.renuovamassage.com



Entspannung tanken für die nächste Messerrunde.

Meinhard und Marc Mombauer

„Ideal, um Neues kommunizieren.“



Die PSI ist die ideale Plattform, um Neues zu kommunizieren. Und Neuigkeiten gibt es bei uns jede Menge: Nach einer gründlichen Analyse haben wir im letzten Jahr eine neue Unternehmensstrategie formuliert, die wir nun umsetzen. Neue Produkte und Subbrands, geänderte Positionierung, neues Erscheinungsbild, neu konzipiertes Marketing und Vertriebskonzept sowie Veränderungen im Managementsystem – so wollen wir

unser Unternehmen weiterentwickeln und noch leistungsfähiger machen. Das alles können wir unseren Kunden hier auf der PSI vorstellen. Auch sonst sind wir mit der Messe zufrieden.

Kalfany Süße Werbung

Fruchtgummi-Tasting

Neben vielen neuen und bewährten süßen Werbeköstlichkeiten gab's am Stand von Süße Werbung noch weiteren „Input“ für die Besucher. Ein gestandener Konditormeister demonstrierte beispielsweise, wie die Fruchtgummis hergestellt werden. Doch auch die Besucher waren gefragt: Bei einer Verkostung galt es nämlich unter 10 verschiedenen Sorten das Fruchtgummi des Jahres 2020 zu küren. Mit dem Votum nahm man an einer Verlosung teil, bei der als Hauptgewinn 500 Werbetütchen des Sieger-Fruchtgummis mit Eigenwerbung ausgelobt waren. Entsprechend groß der Andrang der Teilnehmer*innen, die den Versuch der Versuchung sichtlich genossen. www.ksw24.com



Fritz Haasen, Kalfany Süße Werbung

„Nachhaltigkeit ist eines unserer aktuellen Themen.“



Bei unserem Messeauftritt legen wir den Fokus aktuell auf das Thema Nachhaltigkeit: Das bedeutet konkret den Einsatz von Papierverpackungen, recyclingfähigen Folien und Metalldosen. Wir zeigen aber auch, dass wir als Produzent und Verpackungsspezialist einem sehr hohen Qualitätsstandard verpflichtet sind: Wir werden jedes Jahr nach IFS (International Food Standard) zertifiziert, und das bedeutet nicht unerhebliche Investitionen für Audits, Kontrollen und Personaleinsatz. Nur zertifizierte Unternehmen dürfen unverpackte Ware von Markenherstellern abfüllen. Das dritte aktuelle Thema ist unser neues kostenfreies Angebot „Web2Print“: Damit können Kunden Fruchtgummipackungen und Bonbondosen online selbst gestalten. Wenn es um kleine Mengen geht, ist das ein schneller, einfacher und kostengünstiger Bestellweg für den Händler: Die Lieferzeit verkürzt sich um sechs Tage und die Druckkosten entfallen. Wie man sieht, ist das alles für die Messebesucher interessant.

Mid Ocean Brands: Aktion zum Launch von Festibax

Berühmte Gäste präsentieren exklusives Bodybag

Gleich zwei Celebrities konnten Besucher am zweiten Messetag am Stand von Mid Ocean Brands treffen: Bobby Burns, bekannt als vielseitiger Musik- und Videoproduzent, und Rahima Dirkse, Miss Universe Netherlands, präsentierten gemeinsam das innovative Bodybag Festibax. Die hochwertige Umhängetasche mit ihrem eigenwilligen Design und vielen funktionalen und trendigen Details ist für Festivalbesucher und alle, die gern feiern, ein ebenso stylisches wie nützliches Accessoire. Der Ursprung des Top-Produkts liegt in der Musik- und Festivalszene selbst und wurde von Designern namhafter Brands kreiert. Exklusiv-Vertrieb: Mid Ocean Brands.



Christof Achhammer, Mid Ocean Brands

„Für uns hat sich die PSI gelohnt.“



Die PSI ist die wichtigste Messe für Europa. Dass wir hier so viele Besucher haben, zeigt mir, dass Werbeartikel für viele Branchen ungebrochen attraktiv sind. Für uns hat sich die Messe auf jeden Fall gelohnt. Die Diskussionen, die zeitweise aufgekommen sind, tangieren uns nicht, wir haben kein Problem.



Großes Thema Nachhaltigkeit Grün ist Trumpf

Damit Nachhaltigkeit kein Lippenbekenntnis bleibt, braucht es Wissen, Können und Phantasie, um den Anspruch an Umweltverträglichkeit in marktfähige Produkte umzusetzen. Auf der PSI ebenso wie auf der PromoTex Expo präsentierten Aussteller unzählige Ideen und Initiativen, die in diese Richtung führen: Stoffe, Plüsch und Füllmaterial aus recycelten PET-Flaschen, Textilien aus Altkleidern, neuartige Materialien aus wiederverwerteten Rohstoffen, nachhaltige Druck- und Veredelungsprozesse und vieles mehr war in Düsseldorf zu sehen. Wer sich also ernsthaft mit diesem Themenkreis beschäftigt, konnte sich auf der Messe umfassend informieren.



Jung since 1828

Süßes am laufenden Band

Treuer und bei den Besuchern stets gefragter Aussteller auf der PSI ist der traditionsreiche Werbesüßigkeitenproduzent Jung since 1828. Einen besonderen Akzent setzte das Unternehmen diesmal mit nachhaltigen Werbeinnovationen – augenfällig auch in der Gestaltung des Standareals, bei dem die Farbe Grün dominierte. Denn seit Beginn des Jahres hat Jung seine gesamte Prozesskette und sein komplettes Produktsortiment an Sweets, Snacks & more in vollem Umfang auf klimaneutral umgestellt (wir berichten in dieser Ausgabe). Das grüne, süße Angebot stieß auf große Nachfrage, doch auch gestaltungstechnisch hatte man sich einiges einfallen lassen. Besonders verlockend kreiste an einer Ecke der Präsentation das etwas andere Sushi-Laufband mit einer leckeren, süßen und individuellen Auswahl aus der breiten Kollektion des Vaihinger Unternehmens. www.jung-europe.de



PSI Händlertreffen

Stimmungsvoller Abend

Eines der Attribute, das die PSI im Wesentlichen kennzeichnet, ist die Internationalität – auf Aussteller- wie auf Besucherseite. Und dieser Aspekt blieb auch in diesem Jahr keineswegs auf die Messeöffnungszeiten von 9 bis 18 Uhr begrenzt. Auch nach dem allgemeinen Messetrubel gab es zahlreiche Gelegenheiten, am Tag geknüpfte Kontakte am Abend zu intensivieren oder gar ganz neue zu finden, die tagsüber so vielleicht nicht entstanden wären. Ein Paradebeispiel dafür war das von PSI initiierte und organisierte Treffen deutscher und internationaler Händlermitglieder in der Traditionsbrauerei Schumacher in der Düsseldorfer Altstadt, das selbst schon zu so etwas wie einer liebgewonnenen Tradition geworden ist. Im rustikalen Ambiente des Stammhauses der Familienbrauerei ließ es sich bei herzhaften Speisen, kalorienreichen süßen Verführungen und standesgemäßem Altbier entspannt genießen. Es ging vor allem auch darum, einfach einmal „Danke zu sagen“, wie es Gastgeber Ralf Uwe Schneider, Head of PSI Distributor Sales, in Richtung seiner Gäste tat, und fernab vom alltäglichen Termindruck Zeit miteinander zu verbringen. Und die wurde bei bester Laune hervorragend zum Netzwerken genutzt. Es fanden sich immer wieder gemeinsame Themen, über die angeregt miteinander gesprochen wurden und natürlich kam der Spaßfaktor nicht zu kurz. Mit Voranschreiten des Abends stieg der Stimmungs- und Gute-Laune-Pegel der Gruppe unüberhörbar an. Und auch die zufriedenen, strahlenden Gesichter sowie das positive Feedback bestätigten: Es war für alle Beteiligten ein rundum gelungenes Get-together.



**Jeroen Sölner, Arne Meerman,
The Proud Company, Niederlande**

„Wer nicht kommt, macht einen Fehler“



Die Frage ist nicht so sehr, warum man die PSI besucht, sondern vielmehr, warum kommen andere nicht? Es ist ein Fehler, nicht zu kommen. Die PSI ist eine wunderbare Eröffnung des Jahres. Man trifft jede Menge interessanter Leute. Wie könnte man eine solche Messe verpassen. Besonders gut ist es, dass es mittlerweile so viele nachhaltige Produkte gibt. Man kann einfach nur jedem sagen: Kommt zur PSI.

**Lars Michaelsen,
CALLAS, Dänemark**

„Eine überwältigende Messe“



Ich komme seit über zwanzig Jahren zur PSI. Es ist eine überwältigende Messe mit vielen wirklich interessanten Ausstellern. Es ist prima, dass so viele von ihnen nachhaltig aufgestellt sind. Man kann wirklich sagen, dass das Thema in der Branche angekommen ist. Das Business hat die Zeichen der Zeit erkannt und das ist gut zu sehen. Die PSI ist ganz klar der Beweis dafür.



Bei Senator: Get-together zum 100-jährigen

Kommunikativer After Work Event

Zum Auftakt des Jubiläumsjahrs zum hundertjährigen Bestehen hatte Senator am Mittwochabend seine Kunden zum Get-together an den Stand eingeladen. Schon vor Messeende war kein Plätzchen mehr frei, so zahlreich waren die Partner erschienen. Kein Wunder, denn es gab nicht nur das runde Firmenjubiläum zu feiern, sondern auch die gelungene, ganzheitliche Entwicklung, die das Unternehmen verzeichnen kann, seit Daniel Jeschonowski vor rund vier Jahren die Geschäftsführung übernommen hat. Jeschonowski, seit rund einem Jahr auch Inhaber von Senator, stellte in seiner Ansprache an die Gäste die drei Aspekte Respekt, Dankbarkeit und Selbstbewusstsein in den Fokus: Respekt für die Leistung der Mitarbeiter, der Partner und Agenturen, die viel bewegt und den Erfolg ermöglicht haben. Dankbarkeit für die Offenheit und Bereitschaft aller Marktteilnehmer und des Teams, die den damaligen „Branchen-Neuling“ sofort gut aufgenommen haben. Ein großes Dankeschön adressierte er an seine Frau Stefanie Jeschonowski, die bei Senator den Bereich Online und E-Commerce verantwortet. Und schließlich darf Senator auch stolz sein – auf seine Leistungen und das partnerschaftliche Miteinander innerhalb wie außerhalb des Unternehmens, so der Geschäftsführer. Insgesamt ein kommunikativer Kunden-Event mit bester Laune und guten Gesprächen. Wie zu hören war, wird es im Sommer eine große Jubiläumsfeier geben.



Daniel und Stefanie Jeschonowski schneiden die dreistöckige Torte zum 100jährigen Firmenjubiläum an.

Daniel Jeschonowski, Senator

„Die PSI ist mit Abstand die wichtigste Messe für uns.“



Die PSI ist mit Abstand die wichtigste Messe für uns. Sie erlaubt uns einen Markenauftritt, mit dem wir uns optimal darstellen können. Mit unserem neuen Stand ist das sehr gut gelungen. Zudem unterstützt die Messe unsere vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Handel. Wir können nur gemeinsam mit dem Händler erfolgreich sein und dafür möchten wir eine Beziehung auf Augenhöhe aufbauen. So müssen sich beide Seiten fragen: „Wie können wir zum Erfolg beitragen und was müssen wir dafür tun?“ Auch für unsere Mitarbeiter ist die PSI Ansporn und Anerkennung zugleich: Sie erleben selbst, dass der Markt begeistert auf unsere Produkte reagiert und das ist für uns alle ein Grund zur Freude und motiviert uns, noch besser zu werden.

Weiterbildungsangebote und Mitmachaktionen

Wissensplattform Messe

Das inhaltliche Rahmenprogramm der PSI hat schon Tradition und wurde im Zuge des dreiteiligen Messekonzepts thematisch auf die verschiedenen Zielgruppen zugeschnitten. Auf der Neuen Welt des Werbens und Verkaufens 2020 vermittelten wieder zahlreiche Experten diverser Fachrichtungen an allen drei Messetagen wertvolles Praxis-Wissen: Exklusiv an PSI Mitglieder richtete sich ein Vortragsprogramm unter dem Stichwort „Merchandising und Special Markets“, das in der Members Only Lounge in Halle 9 über die Bühne ging. Im Forum 13 ging es um Themen wie Nachhaltigkeit in der Textilindustrie, neue Lösungen im Digital- und Textildruck sowie Anwendungen in Werbetechnik und Lichtwerbung. Zahlreiche Mitmach-Aktionen rundeten das Angebot ab.



Immer wieder ein gern gesehener Gast: Charlie Taublieb, der schon PSI-erfahrene Experte für Siebdruck und Textilveredlung, demonstrierte, wie Motive aufs Shirt kommen – inklusive Anleitung zum selbst ausprobieren.



QTRADO Versandstation

Sammeln, verpacken, schicken

Nicht mehr wegzudenken aus der PSI ist die Versandstation des Logistikexperten QTRADO Logistics. Seit 2014 ist das Unternehmen (ehemals ztv Logistik) offizieller Partner der PSI und versieht seine Serviceleistungen zum Dank der Messebesucher mit Akkuratessse. Denn auf der Messe gibt es in der Regel viele Muster und Kataloge zu sammeln, die es ins heimische Unternehmen zu expedieren gilt. Die große Internationalität auf Besucherseite legt nahe, von weither Angereisten den Transport schweren Muster- und Kataloggepäcks abzunehmen und dieses direkt ins heimische Office zu senden. Genau diesen Job übernimmt zuverlässig die QTRADO Logistics. Wenn die gesammelten Materialien schon während des Messerundgangs zu schwer geworden sind, übernimmt das Unternehmen auch die Zwischenlagerung an der PSI Versandstation. Natürlich steht QTRADO Logistics den PSI Mitgliedsunternehmen auch über die Messe hinaus mit seiner umfangreichen Expertise auf dem Gebiet nachhaltiger Werbemittellogistik zur Verfügung. www.qtrado-logistics.de



Immer eine gefragte Anlaufstelle: die PSI Versandstation der QTRADO Logistics.

Blätterpost mit Neuigkeiten und Neuheiten aus dem Unternehmen.



Ritter-Pen

Post für Schreibgerätefreaks

Wer schreibt, der bleibt – so ein altbekanntes Diktum, das auch in digitalen Zeiten seine Gültigkeit behält. Nach wie vor ist der Kugelschreiber der Klassiker unter den Werbemitteln. Und er wird es auch bleiben. Davon zeugen auch die zahlreichen Schreibgerätehersteller, die sich Jahr für Jahr auf der PSI präsentieren. Einer der renommiertesten darunter ist Ritter-Pen. Das in Deutschland produzierende Unternehmen verbindet Tradition und Innovation, spricht mit seinen Erzeugnissen eine klare Formensprache und zeigt sich seinen Kunden gegenüber seit jeher flexibel und verlässlich. Neben bewährten, neuen und nachhaltigen Schreibgeräteideen gab es bei Ritter-Pen am Stand auch Post für Schreibgerätefreaks: Die „Ritter-Pen Post“, eine firmeneigene Gazette, die Neuigkeiten und Neuheiten aus dem Unternehmen bündig zusammenfasste und in dem Besucher sich auch gerne einmal „fest blättern“. www.ritter-pen.de

Textildruck Europa

Attraktives Gewinnspiel

Im wahren Wortsinn anziehend war die Wohlfühlatmosphäre auf dem Stand der erfahrenen Experten für Textilveredelung, Textildruck Europa. Die Kunden Standbesucher nahmen sich viel Zeit, die vielfältigen Möglichkeiten, Qualitäten und Leistungen des Unternehmens aus Halle an der Saale zu begutachten. Besonderes Interesse fand dabei ein eigens für Demonstrationszwecke entworfener Schubler mit vier Ordnern, welche anhand von Beispielen die zahlreichen Optionen, Techniken und Kombinationsvarianten der textilen Individualisierung anschaulich und fühlbar illustrieren. Zudem hatten die Veredelungsspezialisten ein Gewinnspiel initiiert, das auf rege Teilnahme stieß. Zu ergattern gab's attraktive Preise wie eine „OnDemand Online Shop Erstellung“ im Wert von 5.000 Euro sowie weitere Druckdienstleistungen. www.textildruck-europa.de

Bei der Gewinnziehung aktiv (v.l.): Sandra Schmidt (Vertriebsmanagement Textildruck Europa), Ralf Uwe Schneider und Viola Proietti vom PSI.



Willkommene Inspirationsquelle und Ideenfinder: die Veredelungs-Enzyklopädie von Textildruck Europa.

Sandra Schmidt, Textildruck Europa

„Der ideale Platz.“



Zwar stehen wir mit unserem Angebot, den vielfältigen Möglichkeiten der Textilveredelung, auf dem Areal der PromoTex Expo, doch profitieren wir als PSI-Mitglied auch spürbar von den Synergien der benachbarten PSI und ihrer Händlerklientel.

Die Präsentation unseres Standes mit seiner Wohnzimmeratmosphäre kommt sehr gut an. Die Besucher nehmen sich entsprechend Zeit, unsere Kollektion und Services kennenzulernen. Für uns als Full-Service-Anbieter im Bereich Textilien ist diese Messe deshalb auch der ideale Platz.

4,5
 auf einer
 Skala von 1
 (bedrohlich)
 bis 8 (ausge-
 zeichnet) er-

hält die aktuelle Stimmung in der Werbe-
 branche. Zu diesem Ergebnis kommt die
 ZAW-Trendumfrage unter 45 Mitgliedsor-
 ganisationen und -verbänden. zaw.de

70%

.....
 ihrer Werbeausgaben möchte die Onlineplattform
 MyHammer künftig in klassische Offlinewerbung
 investieren und stockt damit das Offlinebudget enorm
 auf (aktuell 50 Prozent). wuv.de

85 Prozent

.....
 der Marketing-Manager bewerten die Bedeutung von Customer Experience Management der Zukunft mit hoch. Das
 ergab eine Umfrage der Quadriga Hochschule Berlin unter
 rund 1.250 Marketing-Managern. absatzwirtschaft.de

8,3

.....
 E-Mails versenden Marketingabteilungen
 durchschnittlich pro Monat an ihre Kunden.
 14,5 Prozent davon werden laut einer
 Twilio-Studie geöffnet. horizont.net

795 Millionen

.....
 Dollar werden Unternehmen in diesem Jahr für Sponsoring im E-Sports-Bereich
 ausgeben, so eine Prognose der Werbeforscher WARC. horizont.net

59%

.....
 der in einer Trend-Sonderumfrage anlässlich der
 Europawahl 2019 befragten EU-Mitglieder sind
 der Meinung, dass die EU die Wettbewerbsfähig-
 keit europäischer Unternehmen nicht stärken
 wird. zaw.de

Dreizehn

.....
 Ideen für grünere Werbeartikel, die im
 Gedächtnis bleiben und nicht gleich in der
 Tonne landen sollen, hat das Magazin
 impulse gelistet. impulse.de

TIPP



CD LUX



Süße
Werbemittel mit
Augenleuchten
Garantie!

www.cd-lux.de





Marken geben **Impulse**,
wecken **Gefühle**, besetzen
Positionen. Auch als
Werbeträger schaffen sie
Vertrauen und vermitteln
Werte, lassen dadurch
glaubwürdige **Identitäten**
entstehen und ermöglichen
dauerhafte **Kunden-
beziehungen**.



PSI 48277 • Green Earth Products
Tel +31 88 7739339
info@greearthproducts.eu
www.greearthproducts.eu

Tragfähiges Gewissen

Die originellen Schultertaschen aus dem Sortiment von Werbeartikelspezialist Green Earth Products werden von einem Guaranteed Fairtrade-Mitglied der World Fair Trade Organisation (WFTO) in Kambodscha produziert: nachhaltig und umweltfreundlich aus recycelten Polypropylen Säcken von Zementfabriken und Fischfarmen. Die zu 100 Prozent Fairtrade Schultertaschen eignen sich ideal als Werbegeschenk, weil die Transportbegleiter häufig benutzt werden. Die Taschen sind aus strapazierfähigem Material und werden nachweislich auf eine ehrliche, verantwortungsvolle Weise produziert.



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

Genussvoll Teilen

Für eine bessere Welt: Mit der neuen Bio-Vollmilchschokolade der nachhaltigen Marke Share bietet Jung since 1828 ein umweltfreundliches und faires Werbemittel an, das viele Menschen glücklich macht. Denn die zartschmelzende Leckerei, köstliches Beispiel Schweizer Schokoladenkunst aus hochwertigen, natürlichen Bio-Zutaten sowie ohne klimakritisches Palmöl, kommt nicht nur dem Beschenkten zugute: Mit jeder verschenkten Tafel wird eine Mahlzeit für einen Menschen in Not gespendet. Dieses Wissen versüßt den Naschgenuss für die Beschenkten zusätzlich mit dem wohltuenden Gefühl, Gutes zu tun. Share ist eine bekannte Qualitätsmarke, die für soziale Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit steht. Mit diesem Werbemittel demonstrieren Unternehmen auf eindrucksvolle Weise, dass ihnen eine ökologisch und sozial bessere Welt am Herzen liegt.

Frühlings Produkte

... aus dem Schwarzwald
ef
emotion
factory

Samentütchen

Gras-, Recycling-, Natronkraftpapier



Samenpapier



Green-Mix Box





PSI 48309 • Manufacturas Arpe, S.L.
Tel +34 937 937677
info@arpe.es
www.arpebarcelona.com

Neues aus Spanien

ARPE Barcelona lanciert eine neue nachhaltige Produktlinie im Sektor: Die Serie enthält kundenindividuell gestaltbare, umweltfreundlich hergestellte Mikrofaser-Produkte, zertifiziert nach Oeko-Tex Standard und GRS, die sich im Vierfarbdruck gestalten lassen. Die Werbemöglichkeiten zur aufmerksamkeitsstarken Inszenierung von Kundenbotschaften sind durch die Veredelung per Digitaldruck in Fotoqualität schier grenzenlos. Arpe Barcelona liefert mit seiner kreativen Designabteilung eine Vielzahl von Ideen für Wiederverkäufer, etwa Handtücher für Marathon-Veranstaltungen, Kosmetik-Taschen für die Pharma-Industrie, Hüllen für Tablet, Smartphone und Co. oder auch Reinigungsbekleidung für Automobilfirmen. Während des gesamten Produktionsprozesses ihrer Produkte legen die Spanier größten Wert auf den Schutz von Umweltressourcen, belegt durch einen verringerten CO₂-Fußabdruck.

Unwiderstehlich

Das Dreier-Pralinenset von Ferrero Rocher erinnert stets an den faszinierenden Glanz des Goldes. Es ist weltweit das Symbol für unvergängliche Werte. Jung since 1828 sorgt mit seinem neuen Produkt-Angebot, seinen drei edlen, goldumhüllten Ferrero Rocher Kugeln, für ganz persönliche, goldene Genussmomente. Die knusprig-leckeren Nuss-Pralinen sind gefüllt mit feinsten Haselnusscreme in bester Milkschokolade und die nachhaltige FSC-zertifizierte Kartonverpackung bietet viele Möglichkeiten für unwiderstehliche Werbemomente. So lassen sich die Beziehungen zu den eigenen Zielgruppen mit einem Werbemittel vergolden, dessen zauberhafter Wirkung sich niemand entziehen kann.



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

Alles. Hase.

Ostern ist am 12. April

NEU



OSTER DOSE TEAM

Lindt    **Climate neutral**
Product
ClimatePartner.com/13255-1904-1001



OSTER SIXPACK LINDT

Lindt   **Climate neutral**
Product
ClimatePartner.com/13255-1904-1001

NEU



KINDER SCHOKOLADE
OSTERHASE MINI

Kinder  **SCHOKOLADE**   **Climate neutral**
Product
ClimatePartner.com/13255-1904-1001



PSI 49025
 Porzellanfabriken Christian Seltmann GmbH
 Tel +49 961 204141
 n.lehner@seltmann.com
 www.seltmann.com

Wohlgeformtes Trinkgefäß

In der Rubrik Marken- und Designprodukte ist der neue Henkelbecher to go der Porzellanfabriken Christian Seltmann GmbH zu Hause. Der Becher aus Markenporzellan ist zu 100 Prozent Made in Germany, spülmaschinenfest und rundum bedruckbar. Zudem überzeugt das Trinkgefäß mit einem Fassungsvermögen von 0,45 Litern durch eine moderne Formensprache.



PSI 46596 • Polyclean International GmbH
 Tel +49 2561 865580
 psi@polyclean.com
 www.polyclean.com

Schlierenfreie Sauberkeit

Mit dem neuen HFX®-Displayschwamm präsentiert Polyclean, Spezialist für innovative P-9000® Mikrofaser-Produkte, ein neues Produkt zur Displayreinigung. Im Zuge der Digitalisierung verfügen immer mehr Autos über digitale Cockpits. Die Steuerung und Bedienung von Navigation, Klimaanlage, Telefon und Soundsystem erfolgt meist über speziell beschichtete, hoch empfindliche Touchscreens. Folgeerscheinungen der Bedienung: Fingerabdrücke und Schlieren. Diese Hinterlassenschaften lassen sich mit Hilfe des HFX®-Displayschwamms zuverlässig beseitigen. Ohne Wasser und chemische Reinigungsmittel. Damit ist für einwandfreie Menüfunktionen und einen klaren Blick auf das Display gesorgt. Das elegante Design, die hochwertige Verarbeitung aus Echtleder und die Reinigungsleistung der P-9000® Mikrofaser zeichnen das Produkt Made in Germany aus. Ab einer Mindestmenge von 50 Stück ist es inklusive einer stilvollen Logoprägung lieferbar.



PSI 2043 • Kaldenbach GmbH
Tel +49 9151 817850
info@kaldenbach.com
www.kaldenbach.com

Smart beleuchtet

Die schnurlose und faltbare LED-Leuchte camar[®] Transformer von Kaldenbach kann als Wand- und Tischlampe sowie als Mobiltelefonhalter verwendet werden. Sie besitzt ein massives Aluminiumgestell und einen um 360 Grad drehbaren Lampenkopf. Die wieder aufladbare Lithium-Polymer Batterie sorgt je nach Helligkeitsstufe für bis zu acht Stunden Betriebszeit. Die LEDs haben einen geringen Blauanteil, um die Gefahr für die Augen des Anwenders zu minimieren. Es kann zwischen verschiedenen Helligkeitsstufen gewählt werden.



NEU

SKEYE BIO

TOP- DESIGN IN BIO- KUNSTSTOFF.

- Schaft aus hochwertigem, biobasiertem Kunststoff
- Basierend auf nachwachsenden Rohstoffen (PLA auf Zuckerrohrbasis)
- Produziert mit Ökostrom und zertifizierten Prozessen nach der Umweltnorm ISO 14001
- Auswechselbare, senator[®] G2 Magic Flow Mine für lang anhaltendes, angenehmes Schreiben



www.senator.com

100 JAHRE **senator**[®]
Extramoreordinary. Since 1920.



PSI 41108
 Staedtler Mars GmbH & Co. KG
 Tel +49 911 9365514
 Promotional.products@staedtler.com
 www.staedtler-promotional.de

Must have für Designliebhaber

Bleistifte sind das Aushängeschild beim Schreibgerätehersteller Staedtler. Keine Überraschung also, dass nun ein echter Hingucker das Sortiment bereichert: der Designbleistift aus Wopex® Material. Das im Holzwerkstoff verwendete Holzmehl ist ein Nebenprodukt der Holzwirtschaft, welches beim Sägen und Hobeln entsteht. Dabei werden auch kleine Teile des Baumes verarbeitet, die bei der traditionellen Bleistiftproduktion nicht verwendet werden können. Der Holzanteil stammt aus PEFC-zertifizierten deutschen Wäldern. Aufgrund des speziellen Produktionsverfahrens sowie der kurzen Transportwege wird ein Beitrag zum Umweltschutz geleistet. Der edle Bleistift besticht durch seine klare Formsprache und die charakteristischen Designlinien. Die Veredelung erfolgt mittels Lasergravur ab 1.000 Stück.



PSI 40865
 A. W. Faber-Castell Vertrieb GmbH
 Tel +49 911 99655324
 corporategift@faber-castell.de
 www.faber-castell.com

Schreiben mit Stil

Für alle Fans des traditionellen, von Hand geschriebenen Worts und persönlicher Zeilen an geschätzte Freunde gibt es mit der Grip Edition All Black und Gold von Faber Castell jetzt eine neue stylische Schreibgeräte-Serie. Die Grip Edition umfasst Grip Füller und Grip Kugelschreiber mit matter Oberfläche und stabilem Edelstahlclip in angesagtem Gold beziehungsweise in Mattschwarz. Beide Schreibgeräte punkten mit schickem Design und liegen zugleich komfortabel in der Hand. Der Füller verfügt über die charakteristische Soft-Griffzone. Seine Feder gleitet dank ausgefeilter Tinte-Feder-Kombination butterweich über das Papier. Optisches Highlight: Die Edelstahlfeder ist bei beiden Farbvarianten in Schwarz ausgeführt. Der Grip Kugelschreiber ist mit dokumentenechter, nachfüllbarer Großraummine XB ausgestattet und bewältigt selbst intensive Schreibphasen ebenfalls mühelos. Die edlen Schreibgeräte gibt es auch als Duo im schicken Metall-Etui, das sehr dezent und wirkungsvoll mit einer Lasergravur veredelt werden kann.

PSI 40823
 Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co. KG
 Tel +49 7834 973-0
 klio@klio.com
 www.klio.com

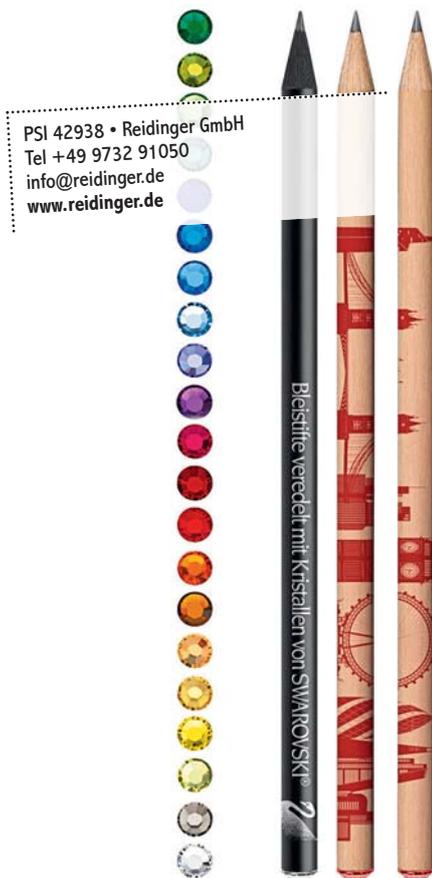
Außergewöhnliches Design

Die mehr als 30 Produktfamilien, bestehend aus insgesamt 180 Modellvarianten, die in 5 eigenständige Marken gegliedert sind, stehen bei Klio Eterna für außergewöhnliches und funktionales Design in Sachen Schreibgeräte. Und das seit 120 Jahren. Die Palette reicht vom klassischen Kunststoffschreibgerät und Bestseller Boa high gloss Mn oder dem vielseitigen Zeno über nachhaltige Modelle für einen grünen Fußabdruck bis hin zum innovativen und dreifach ausgezeichneten Multitalent Turnus, das neben dem Kernnutzen Schreiben auch einen USB-Stick zum Speichern von Daten beinhaltet. Zu den diesjährigen Produktneuheiten gehört das Design-Highlight Shape mit sechs harmonisch geschwungenen Schaftflächen und einer ästhetischen Formgebung. Glänzende und matte Bereiche auf dem Grundkörper verbinden sich zu einem anmutigen Schreibgerät. Besonders ins Auge fällt der moderne Manschettenklipp, der den Schaft sanft umschließt. Den Abschluss bildet ein Drücker in geometrischer Dreiecksform.



Natürlich und edel

Bleistifte mit Kristallen von Swarovski®: Das natürliche und zugleich so besondere Accessoire gibt es bei Reidinger. Die Kombination aus Holz und Glas macht den Bleistift, zumal veredelt mit Kristallen von Swarovski®, zu einem ganz besonderen Werbebleistift. Ob auf schwarz durchgefärbten, farbig lackierten oder naturbelassenen Stiften: Die funkelnden Kristalle setzen den klimafreundlichen Stift und damit auch die aufgedruckte Werbebotschaft perfekt in Szene und versprühen eine natürliche und dezente Form von Luxus. Die individuelle Schmuck-Kreation lässt sich einfach im Konfigurator zusammenstellen. Artikel und Preise werden in Echtzeit angezeigt. Über den „Händler-Anfrage-Button“ kann schließlich ein individuelles Angebot angefordert werden.



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

-Anzeige-



Gifts with Impact

SUSTAINABLE GIFTS WITH A UNIQUE STORY

Gifts with Impact wants to make the (promotional) world a bit more beautiful and create impact. Not adding plastics but offering products that add value. Therefore we are a Dutch agency for sustainable brands for the promotional industry. We exclusively offer products from suppliers who work with people with poor job prospects, helping to combat poverty or ensuring that children can go back to school. There is more attention and care for the products and products are handmade.

WE WORK WITH ONLY RECYCLED, ORGANIC OR NATURAL MATERIALS. THIS MEANS THAT IMPACT FIRST IS THE HIGHEST PRIORITY FOR OUR SUPPLIERS.

INFO@GIFTSWITHIMPACT.NL | T +31 (0) 627 071 560

WWW.GIFTSWITHIMPACT.NL



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

Süßer Umweltbotschafter

Werbetütchen aus 99,9 Prozent FSC®-zertifiziertem, lebensmittelkonformem Papier, befüllt mit Kaugummi, mentos oder mentos Gum, gibt's bei Kalfany Süße Werbung. Mit diesem Werbetütchen-Highlight setzt der Besteller auch in Sachen Werbetütchen auf „ecological correctness“ und stellt sein Umweltbewusstsein unter Beweis. Die neu entwickelten Papiertütchen aus nachwachsenden Rohstoffen können über den Papiermüll entsorgt werden und werden so dem Recyclingkreislauf zur Gewinnung von Altpapier zugeführt. In IFS-zertifizierter Herstellung wird aus Papier mit einer sehr dünnen, heißsiegelfähigen Beschichtung, die eine Verarbeitung auf konventionellen Abpackanlagen ermöglicht, ein kleines Werbetütchen im Format 85 x 60 Millimeter. Befüllt mit köstlichem Inhalt wie Kaugummi, mentos oder mentos Gum Kaugummi entsteht ein Werbemittel, das schmeckt und gleichzeitig einen Beitrag zum Umweltschutz leistet. Die Tütchen verfügen über eine hohe Barriere-Eigenschaft, weshalb eine Haltbarkeit von neun Monaten gewährleistet werden kann.



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

Fairtrade Lippenpflege

Eine nachhaltige Alternative zum klassischen Lippenpflegestift ist Lipcare Recycled Plastic vom Spezialisten KHK: Die Hülle des Lippenpflegestifts wird mit recyceltem Kunststoff hergestellt, der Inhalt ist zu 100 Prozent pflanzlich respektive vegan und enthält einen hohen Fairtrade Rohstoffanteil von 58 Prozent. Die hochwertige Rezeptur LipNature Fair wird im hauseigenen Labor gemäß den hohen Anforderungen des anerkannten Naturkosmetik-Siegels Nature produziert. Das Fairtrade-Siegel kann auf Wunsch in Schwarz-Weiß aufgedruckt werden. Lipcare Recycled Plastic ist ab 300 Stück in den Farben Weiß, Sand, Naturgrün und Schwarz bestellbar, mit Fairtrade-Rezeptur ab 1.000 Stück. Alle Lippenpflegeprodukte werden in Deutschland gemäß der neuen Kosmetikverordnung sowie Kosmetik GMP produziert und im CPNP Portal gemeldet. Das Institut Fresenius führt eine kontinuierliche Rezepturprüfung nach europäischen Richtlinien durch.

Der Einzige mit Blauem Engel



www.blauer-engel.de/uz154

Sehr hoher Lagerbestand

Bedruckbare Rückseite



0,99 /Stk.
PSI-Händlerpreis

Aus 100 % Baumwolle (Bio)

Mit eingenähtem Labelflag

Kostenloses Muster anfordern

Kontaktdaten
memo AG
Am Biotop 6 · 97259 Greußenheim
Tel. +49 9369 905-410 · info@memo-promotion.de
www.memo-promotion.de

memo
promotion



PSI 42487 • Reflects GmbH
Tel +49 2234 9900-0
info@reflects.de
www.reflects.de

Der Besser-Becher

Mit seinem Bayamo Corporate führt der Kölner Werbeartikelhersteller Reflects® dank des einzigartigen Mix 'n' Match-Prinzips laut Unternehmen „den ersten CI-Thermobecher der Werbeartikelbranche“ in den Markt ein. Denn der Kunde kann aus einer Vielzahl von Gestaltungsmöglichkeiten wählen. So stehen ihm 3 Korpusfarben sowie je 15 Farben für Ringe und Griffmanschetten zur Verfügung. Vielfältige Möglichkeiten also, um den eigenen Wunschbecher zu kreieren. Der Thermobecher ist fester Bestandteil des Sortiments der Drinkware Marke Retumbler. Doppelwandig ausgeführt, hält der Vakuum-Becher Flüssigkeiten von vier bis acht Stunden warm. Ein Deckel mit praktischem Flip-Verschluss verhindert das Auslaufen des Inhalts. Über einen interaktiven Online-Konfigurator lässt sich das Trinkgefäß individuell nach den eigenen Wünschen zusammenstellen. Der Korpus ist in Edelstahl Silber mit Anti-Fingerprint-Beschichtung, pulverbeschichtet in Matt Weiß sowie in Schwarz zu haben. Bei den Ringen und Manschetten sind 15 Farben möglich, von Weiß und Schwarz über verschiedene Blautöne bis hin zu Pink und Violett. Weitere Sonderfarben, eine individuelle Griffmanschette sowie eine individuelle Verpackung sind ab einer Stückzahl von 500 realisierbar.

Musikalische Mütze

Die Earebel Bluetooth®-Kopfhörer mit Sound by JBL® bieten puren Sound und lassen sich ganz einfach in alle Earebel Kopfbedeckungen integrieren. Die spritzwassergeschützten Kopfhörer sind bei Heka Werbeartikel erhältlich und verfügen über Bluetooth®-Konnektivität: Damit lassen sie sich mit allen Smartphones, MP3-Playern oder anderen Bluetooth®-fähigen Geräten verbinden. Das Soft-Touch-Bedienfeld auf dem linken Kopfhörer passt die Lautstärke an, wählt Songs aus und nimmt Anrufe an. Das integrierte Mikrofon hat Freisprechfunktion und funktioniert als Bluetooth®-Headset. In Kombination mit der stylischen Earebel Slim Beanie aus 100 Prozent weichem Acryl genießt der Anwender ein einmaliges Klangerlebnis und höchsten Tragekomfort.



PSI 43064 • Heka Werbeartikel GmbH
Tel +49 7139 484812
he@heka-werbeartikel.de
www.heka-werbeartikel.de



Meister des Moments

Exklusiv für Werbemittelhändler bei Living Bytes erhältlich sind die kompakten, stylischen Sofortbild-Kameras von Fujifilm Instax, gefragte Accessoires bei Instagram und Fashion-Liebhabern. Sie bieten im Alltag große Freiräume für Kreativität, lustige Schnappschüsse, die sich in Szene setzen lassen. Ein Sofortbild liefert den puren Moment, ist spannend und überraschend zugleich. Die Modell-Vielfalt der Kameras überzeugt durch schicke Farben, liebevolle Details und angenehme Oberflächenstrukturen und wird durch zahlreiche kreative wie spielerische Funktionen ergänzt. Zur Auswahl stehen ein Retro-Modell wie die Instax Mini 90 Neo Classic sowie die hybride Instax Mini LiPlay: Letztere ist die erste Sofortbildkamera mit innovativer Soundfunktion. Beide Modelle sind perfekte Instrumente als Maßnahmen zur Kundenbindung und Verkaufsförderung in einer jungen Zielgruppe, die das Analoge wieder sehr zu schätzen weiß.



LET'S SCORE TOGETHER !

DISCOVER OUR SPECIAL PRODUCTS FOR EURO 2020

NEW! BIO QUALITY

BWS
FOAMWORLD

B.W.S. sprl
EUPEN / BELGIUM
Tel : +32 (0) 87 66 08 45
info@bws.be
www.bwsfoam.com

MADE IN EUROPE
PREMIUM QUALITY

PSI 44519

UPCYCLING! meets Promotion

Der OGeB® ObstundGemüseBeutel

Ein perfektes Beispiel für nachhaltiges Upcycling. Aus alten PET-Flaschen wird ein OGeB®, der im Bio-, Super- oder Wochenmarkt viele Wegwerfbeutel (egal aus welchem Material) ersetzen kann. Individuell gestaltbar, 4c bedruckbar, einfach wunderbar.





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

Einkaufen mit gutem Gewissen

Für den Wocheneinkauf ist das kleine Einkaufsnetz NET von Inspirion ideal geeignet. Erhältlich ist das mit zwei Tragegriffen ausgestattete Produkt in drei Größen. Obst, Gemüse, Brot und vieles mehr können fortan ohne überflüssige Verpackung nach Hause transportiert werden. Das schont nicht nur die Umwelt, sondern sorgt auch für ein steigendes Bewusstsein bei den Mitmenschen. Die Werbeanbringung findet auf dem Etikett innerhalb des Beutels Platz.

Stylischer Transporthelfer

Der Turnbeutel von Jute statt Plastik ist aus starker 220 GSM Fairtrade Baumwolle gefertigt, ausgeführt in einem schönen, hellen Naturweißton in harmonischer Kombination mit feinem Jutegewebe und Baumwollschürung in Jutefarbe. Das Produkt ist mehr als nur ein Werbemittel, aktuell ein echter Trendsetter. Der Turnbeutel besticht durch den schönen Materialkontrast und ist durch die beschichtete Jute im unteren Bereich auch besonders formstabil.



PSI 47998 • Jute statt Plastik e. K.
Tel +49 431 97997510
info@jute-statt-plastik.de
www.jute-statt-plastik.de

Schriller Wächter

Der Alarm-Türstopper TS01 von Indexa sorgt auf simple, aber effektive Weise für Sicherheit an jeder Tür. Das keilförmige Produkt mit Anti-Rutsch-Beschichtung wird einfach hinter die zu sichernde Tür gelegt. Beim Versuch, die Tür zu öffnen, ertönt ein schriller Alarm-Ton mit 100 dB(A). Einbrecher werden so in die Flucht geschlagen und Nachbarn gewarnt. Zusätzlich verhindert der Keil das Öffnen der Tür. Der Alarm-Türstopper eignet sich perfekt für den Einsatz zuhause und auch auf Reisen, beispielsweise im Hotel. Die einfache Installation macht ihn in Sekundenschnelle einsatzbereit. Das Gehäuse kann mit einem individuellen Aufdruck versehen werden.



PSI 44531 • Indexa GmbH
Tel +49 7136 98100
info@indexa.de
www.indexa.de



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

Süßer Volltreffer

Inmitten eines stressigen Arbeitstags oder während einer verdienten Pause ist Schokolade die perfekte Stärkung für Nerven und Muskeln. Noch besser schmeckt Schokolade, wenn sie fair produziert wurde, wie im Falle der Gubor Schokolade mit Fairtrade-zertifiziertem Kakao, die von Kalfany Süße Werbung frisch zu Werbetafeln gegossen wird. Fairtrade fördert bessere Arbeits- und Lebensbedingungen für zertifizierte Produzenten sowie den Umweltschutz. Die 40 Gramm feinsten, vegetarischer Vollmilchschokolade kommt verpackt im MAXI-Werbeflowpack beim Kunden an. Auf dem Flowpack aus alubedampfter, transparenter oder weißer Folie im Format von circa 133 x 65 x 10 Millimetern ist Raum für individuell gestaltete Werbung.

TRAMONTINA

Der Spezialist für hochwertige Schneidwaren seit über 100 Jahren.

DAS PERFEKTE PRÄSENT



SPÜLMASCHINENFEST

ECHT HOLZ
 - FSC ZERTIFIZIERT -

NIETEN AUS EDELSTAHL

+ GARANTIE + FÜNF JAHRE

BBQ-KOFFER-SET, 16-TLG.



PAMPAS STEAKBESTECK-SET, 4-TLG.



TRAMONTINA GERMANY GMBH
 info@tramontina.de · www.tramontina.de



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

Zeitreise durch die Braukunst

Bier ist eines der ältesten kulinarischen Kulturgüter der Menschheitsgeschichte. Der Gerstensaft inspirierte zur goldenen Zeit der Plakatkunst Plakatmaler und Künstler zu faszinierend vielseitigen, teils mit Humor gewürzten Entwürfen und hat dabei nicht wenige Ikonen der Werbegeschichte hervorgebracht. Der Kalender von Ackermann Kunstverlag zeigt zwölf historische Bierplakate aus aller Welt, vom bayerischen Oktoberfestbier über den Klassiker aus Irland bis hin zum Tjap Kembang aus Japan. Er ist wie alle Ackermann Kalender ausschließlich in Deutschland produziert und in Kooperation mit NatureOffice klimaneutral auf Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft gedruckt. Werbeeindrücke sind ab 50 Stück möglich.



PSI 49747 • Cookie Cutter
Tel +49 7721 6809150
info@cookiecutter.de
www.cookiecutter.de

Automatische Strohalm-Reinigung

Die maschinelle Reinigung wiederverwendbarer Trinkhalme aus Edelstahl, Glas oder anderen spülmaschineneigneten Materialien war bisher nahezu unmöglich. Eine Reinigung von Hand ist zudem mit erheblichem Aufwand verbunden. Cookie Cutter®, Spezialist für Edelstahl-Trinkhalme, hat dazu eine smarte Lösung entwickelt. Der gebrauchsmusterrechtlich geschützte Halter aus Silikon sorgt für eine aufrechte und somit ideale Position in jeder Spülmaschine ohne rotierende Teile zu blockieren. Die Strohhalme werden auch von innen durchgespült. Beschädigung oder Verkratzen der Trinkhalme ist laut Hersteller ausgeschlossen. Aktuell wird das Modell für bis zu vier Strohhalme angeboten, kann aber nach Bedarf mit mehr Aufnahmen produziert werden.

Nachhaltige Kosmetik

Öko-Lippenpflege „Made in Germany“



PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2018



Lipcare Recycled Plastics
Hülle wird mit recyceltem
Kunststoff hergestellt



Lipcare Eco
Aus FSC-zertifiziertem,
umweltfreundlichem Karton



LipJar Bio
Bio-basiert, CO₂-arm,
zu über 90% aus nach-
wachsenden Rohstoffen

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



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



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



Für alle Rezepturen gilt:

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

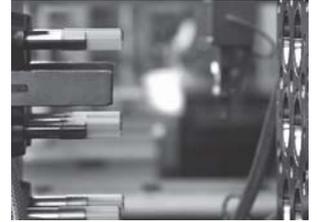
www.lipcare.de

Jetzt Muster anfordern

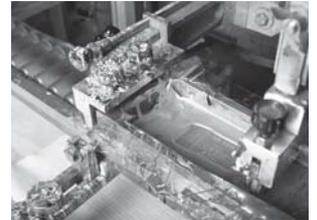


LIPCARE BY KHK

Kunststoffproduktion



Druckerei



Labor



Bulkproduktion



Abfüllung



IKKW
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 - formulations

KHK GmbH

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

PF Concept

Moleskine exklusiv bei PF Concept DACH

Zum Februarbeginn 2020 hat PF Concept International B.V. den B2B Werbemittel-Exklusivvertrieb von hochwertigen Produkten der Marke Moleskine für die DACH-Region übernommen. Als offizieller Repräsentant von Moleskine wird PF Concept ein umfangreiches B2B-Werbemittel-Sortiment der Marke anbieten. Dazu zählen neben den ikonischen schwarzen Notizbüchern des Mailänder Traditionsunternehmens auch viele Variationen des Klassikers, in einer großen Auswahl an Farben, Größen und Formen.

Zudem gehört auch eine vielseitige Kollektion von Schreibgeräten, Taschen und Accessoires zum Portfolio. In einer von Digitalisierung geprägten Zeit setzen immer mehr Menschen neben Smartphone, Laptop und Co. wieder auf analoge Produkte, mit denen sie ihre Persönlichkeit zum Ausdruck bringen können. Dafür eignet sich die zeitlose und langlebige Produktpalette von Moleskine hervorragend. Ein State of the Art-Branding, aus dem hauseigenen Veredelungszentrum PF Logo Express, verleiht den Artikeln den individuellen Feinschliff und macht sie zu einem attraktiven Begleiter für jede Gelegenheit, der perfekt zum Zeitgeist passt. www.pfconcept.com



team-d

Johannes Horstmann

Neu im Verkaufsteam

Seit Januar 2020 verstärkt Johannes Horstmann als Vertriebsleiter Nord die team-d GmbH. Der neue Gebietsverkaufsleiter für die Postleitzahlengebiete 0-6, 98 und 99 ist ein Kenner der Branche. Horstmann hat bei Creativ Werbemittel Bielefeld seine Ausbildung als Werbemittelkaufmann erfolgreich absolviert und war anschließend u.a. auch für Promostore Greven im Vertrieb tätig. „Wir freuen uns, mit Johannes Horstmann einen Profi gewonnen zu haben“, so Harald Väh, Geschäftsführer der team-d GmbH. www.team-d.de



Brands Fashion

Mathias Diestelmann

Diestelmann neuer CEO

Der europäische Lieferant für nachhaltige Arbeitskleidung und Merchandisingartikel, die Brands Fashion GmbH mit Sitz in Buchholz, startete mit einem Wechsel in der Geschäftsleitung ins Jahr 2020. Mathias Diestelmann, der bereits seit drei Jahren beim Textilspezialisten als COO aktiv ist, folgt als CEO auf den Mit-Gründer Dr. Ulrich Hofmann, der als Vorsitzender in den Beirat wechselt. Diestelmann verfügt über eine umfassende Textil-expertise. Hofmann war seit der Gründung als CEO tätig. www.brands-fashion.com

Mypromo wird eigenständige AG



Mypromo

Der Vorstand der Mypromo AG:
Heike Lübeck und Jürgen Geiger.

Mypromo, gestartet als Tochter der Geiger-Notes AG, ist nun eine eigenständige Aktiengesellschaft. So wächst die Unabhängigkeit vom Hersteller von Kalendern, Haftnotizen und Notizbüchern aus Mainz-Kastel. Damit bündelt die neu gegründete Mypromo AG als Muttergesellschaft alle Mypromo-Aktivitäten der beiden Tochter-GmbHs in Deutschland und Luxemburg. „War Mypromo anfangs lediglich ein ‚Projekt‘ von Geiger-Notes, wird daraus mit Gründung der Mypromo AG ein unabhängiges Unternehmen mit eigenständigen und ambitionierten Zielen im Werbeartikelmarkt“, erklärt Jürgen Geiger, Vorstand von Geiger-Notes und der neuen Mypromo AG, die Entwicklung, Gesellschaftsrechtliche Unabhängigkeit, aber mit dem bewährten Führungsteam, so lässt sich die Quintessenz der AG-Gründung beschreiben. Jürgen Geiger und Heike Lübeck, bereits als Geschäftsführer in den GmbHs tätig, bilden den Vorstand der neuen Aktiengesellschaft. Neu ist, dass Heike Lübeck nun auch als Aktionärin am Unternehmen beteiligt ist. „Die neue Struktur bildet das schnelle Wachstum von Mypromo und die immer neuen Einsatzmöglichkeiten unserer Vernetzungstechnologie optimal ab“, erklärt Heike Lübeck. „Und gleichzeitig stellen wir sicher, dass unsere ursprüngliche Vision der digitalen Vernetzungsplattform für die Werbeartikelwirtschaft im Alltag jederzeit präsent ist und sich mit Leben füllt.“ Was sich nicht ändern wird: Natürlich gibt es auch weiterhin viele Gemeinsamkeiten mit und enge Bande zu Geiger-Notes.

www.mypromo.com

Imagefilm zum 120sten

Bilder sagen mehr als Worte – sie transportieren Emotionen – sie berühren Menschen. Aus diesem Grund produzierte der Schreibgerätehersteller Klio-Eterna zu seinem 120. Firmengeburtstag ein aussagestarkes fünfminütiges Imagevideo, das auf der jüngsten PSI in Düsseldorf auf dem Messestand des Unternehmens seine Premiere hatte und von den Besuchern mit Begeisterung und viel positivem Feedback aufgenommen wurde. Auch in den digitalen Medien begeistert der „Streifen“. Innerhalb einer Woche haben über 200 User das Video in den sozialen Medien gesehen. „Das ist ein toller Erfolg und zeigt, dass wir mit dem Film richtig liegen“,

freut sich Marketingmitarbeiterin Jessica Richter. „Zum 120-Jährigen haben wir nach einer passenden Möglichkeit gesucht, um einem breiten Publikum einen Einblick in unsere lange Unternehmensgeschichte zu geben und gleichzeitig die Marke Klio-Eterna in den digitalen Medien zeitgemäß und dennoch traditionell zu präsentieren. Was bietet sich im digitalen Zeitalter also besser an, als diese Informationen mit emotionalen Bewegtbildern zu transportieren“, so Prokurist und Vertriebsleiter Ralf Richter zur Idee hinter dem Filmprojekt. Auch die Klio-Belegschaft erinnert sich oft und gerne an die aufregenden Drehtage im vergangenen Jahr. Es war ein tolles Erlebnis für alle Beteiligten und hat riesigen Spaß gemacht, so die eindeutige Meinung unter Mitarbeitern und Management. Den neuen Klio-Eterna Image-Film gibt es auf der Unternehmenswebseite zu sehen. Zudem ist er bei Facebook, auf dem Klio-Eterna YouTube-Channel, Pinterest und dem Business-Netzwerk XING zu finden. Für alle internationalen Zuschauer ist bereits auch eine englische Version in Arbeit.

www.klio.com



Bäume pflanzen beim Werbemittelkauf

Aktiv etwas für unsere Umwelt tun, damit auch unsere Kinder, Enkel und Ur-Enkel noch etwas von unserer Erde haben – das ist die Vision von Crimex. Seit dem 15. Januar 2020 ist „Plant for the Planet“ Kooperationspartner und unterstützt Crimex bei ihrem Vorhaben. Denn ab sofort wird für jede Werbemittelbestellung ein Baum gepflanzt. Dank der steigenden Anzahl an lokal produzierenden Lieferanten können immer mehr Werbemittel aus der Region angeboten werden. Crimex achtet bei der Auswahl seiner Lieferanten nicht nur auf kurze Wege, auch die Arbeitsbedingungen werden genau unter die Lupe genommen. Dies wird auch durch die Sedex-Zertifizierung seiner Lieferanten bestätigt. Schon heute kann Crimex Werbemittel aus nachhaltigem Kunststoff und biologisch abbaubare Kugelschreiber anbieten. Dennoch kann zum heutigen Zeitpunkt nicht gänzlich ausgeschlossen werden, dass ein Werbemittel auch mal einen längeren Weg zurücklegt.

Um das zu kompensieren, will Crimex der Umwelt etwas zurückgeben und für jede eingehende Bestellung einen Baum pflanzen.

www.crimex.com



[kuadra:t] 2020: Continuous use!

Das Motto „continuous use!“ war das große Thema am 20. Januar 2020 in Hersbruck zur traditionellen Hausmesse [kuadra:t] der Kaldenbach Group. Erneut platziert in den außergewöhnlichen Räumlichkeiten des Dauphin Speed Event, Heimstätte zahlreicher Oldtimer, präsentierten die erfahrenen Werbemittelberater die potentielle Langlebigkeit der gezeigten Promotionsprodukte in einer Kundenschau par excellence. 28 Importeure, Hersteller und Marken hatten wieder zahlreiche inspirierende Neuheiten an ihren Ständen für die Kunden des kreativen Hersbrucker Werbemittelexperten arrangiert. Nach offiziellen Angaben folgten 106 Besucher von knapp 70 Unternehmen der Einladung zur mittlerweile 19. Ausgabe der Veranstaltung. Die Gäste kamen aus dem gesamten Bundesgebiet, vorrangig jedoch aus Bayern. „In der gigantischen Oldtimerlocation wurden viele interessante Gespräche mit Marketingprofis geführt, und die Stimmung war sehr gut“, resümierten Marco Kaldenbach und Christoph Bauer, beide Geschäftsführer der Kaldenbach Group. Besucher wie auch Aussteller hätten sich neben der beeindruckenden Produktschau einmal mehr von den stündlichen Führungen durch die größte private Oldtimersammlung Europas begeistert gezeigt. Auch das ausgezeichnete Fingerfood sei bestens angekommen, so die Veranstalter. Probefahrten mit dem neuen Model X von Tesla machten spürbar, wie dynamisch und zukunftsorientiert „klimaneutral“ sein kann.



Probefahrten mit dem neuen Model X von Tesla machten spürbar, wie dynamisch und zukunftsorientiert „klimaneutral“ sein kann.

orientiert „klimaneutral“ sein kann – eine von vielen Maßnahmen, mit denen sich die Kaldenbach Group als Vorreiter in Sachen Ökologie und Ethik positionieren will. Seit 2017 arbeitet das Unternehmen komplett klimaneutral und seit 2019 auch mit GOTS-Zertifizierung, um ökologisch und ethisch einwandfreie Textilien anbieten zu können. www.kaldenbach.com

Erneut in unmittelbarer Nachbarschaft der größten privaten Oldtimersammlung Europas wurden die Neuheiten wirkungsvoll in Szene gesetzt.



Kaldenbach Group

Geschäftsbetrieb wird zugunsten von Mister Bags eingestellt

Die goprom Handelsgesellschaft mbH mit Sitz in Bochum wird ab sofort ihren Geschäftsbetrieb auslaufen lassen. Anlass dafür ist die Verlagerung der Geschäftstätigkeiten auf die 2019 gegründete Schwestergesellschaft Mister Bags GmbH und die damit einhergehende neue strategische Ausrichtung, wie aus einer Mitteilung der Geschäftsführung an die Kunden hervorgeht. „Mister Bags ist Ihr Spezialist und Experte für alle Belange im Bereich Werbetaschen, unserem Kerngeschäft. Hierauf möchten wir uns weiter fokussieren, vollen Einsatz leisten und weiter wachsen“, heißt es dort. „Alle bestehenden (goprom) Aufträge werden zuverlässig weiter betreut und ausgeliefert. Neue Aufträge werden ab sofort nicht mehr angenommen“, so die Mitteilung weiter.

goprom

Seit 2009 beschafft und organisiert goprom per Direktimport Werbeartikel für namhafte Werbemittelhändler. Mit eigenem Einkaufsbüro in Asien sowie einem Sourcing- und Design-Team hatte sich das Importunternehmen in den letzten Jahren auf die Produktfindung und -entwicklung fokussiert und pflegt mit allen Lieferanten und Partnern einen Verhaltenskodex, der für die Beschäftigten Fairness, Sicherheit und eine unbedenkliche Arbeitsumgebung innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette gewährleistet. „Wir konnten tolle Projekte realisieren, gute Partnerschaften aufbauen und gemeinsam wachsen“, so das Resümee der Geschäftsführung. www.goprom.de

Die Umwelt im Blick

DreamPen, polnischer Hersteller von Werbeschreibgeräten, legt großen Wert auf Entwicklung und Perfektion. In der Produktion sowie bei der Personalisierung der Stifte nutzt das Unternehmen modernste Technologien, mit denen es seinen Kunden Services und Werbeatikel von höchster Qualität bieten kann. Im Jahr 2019 wurde der neu errichtete Hauptsitz von DreamPen mit Sonnenkollektoren ausgestattet. Dies ist die bislang größte Installation dieser Art in Zielona Góra. Die Solarfarm verfügt über 315 Solarmodule mit einer Leistung von jeweils 320 W auf einer Gesamtfläche von 1200 m². Dies ist jedoch erst die erste Investitionsphase. Für die nächste Phase sind weitere 100 kW geplant, die dann zusammen 90 % des jährlichen Stromverbrauchs von DreamPen decken werden. Da DreamPen immer schon großen Wert auf eine umweltfreundliche Produktion gelegt hat, erfolgen alle Vorgänge abfall- und emissionsfrei. Die Installation der Solarmodule ist der nächste Schritt in diese Richtung. www.dreampen.com



DreamPen

Der neu errichtete Hauptsitz von DreamPen wurde mit Sonnenkollektoren ausgestattet.



marke[ding] Wien

Die imposante Kulisse der Wiener Hofburg bietet den idealen Rahmen für die marke[ding]. Foto: Christoph Endt

Jubiläumsveranstaltung in der Wiener Hofburg

Am 2. April 2020 feiert die marke[ding] Wien Jubiläum: Österreichs größte B2B-Werbemittelmesse findet bereits zum zehnten Mal in der Wiener Hofburg statt. Auch diesmal setzt die Fachmesse auf den bewährten Mix aus Werbemittel-Ausstellung und hochkarätigen Vorträgen. Für kulinarischen Genuss sorgt ganztägig das Catering von Motto. Die marke[ding] Wien als die Messeplattform für haptische Werbung und visuelle Kommunikation wird von sieben Trägeragenturen aus dem Werbeatikelbereich gestützt. Führungskräfte und Fachbesucher aus den Bereichen Einkauf, Marketing und Kommunikation können sich hier über die neuesten Trends und Innovationen sowie Bestseller aus der Welt der Werbemittel informieren. Ausführliche Infos unter: <http://wien.marketing.at>

Hörsteler ist umgezogen

Die Spezialisten für Logo- und Werbematten, die Hörsteler Interior Design GmbH, sind umgezogen und ab sofort unter neuer Adresse und neuer Telefonnummer zu erreichen. Die jahrzehntelange Erfahrung im Teppichgeschäft nutzt Hörsteler auch im Angebot von Werbematten. Kundenindividuelle Matten können schon als Einzelstück produziert werden. Im Eingangsbereich dienen sie als Schmutzfang und überraschen die Gäste als repräsentativer Willkommensgruß. Außerdem sind sie für Werbeaktionen als Incentive-Artikel interessant. In Fanshops oder auf Events werden sie als Merchandising-Artikel verkauft. Hier arbeitet Hörsteler intensiv mit den Werbeatikel-Fachhandel zusammen. www.hoersteler.de

Hörsteler

Die neuen Adressdaten: Hörsteler Interior Design GmbH, Birkenweg 57, D- 48477 Hörstel, Tel. +49 5459 805380

hörsteler
INTERIOR Design

Am 22. und 23. Januar 2020 präsentierte die Promo Event Veranstaltung GmbH im Namen der fünf Trägeragenturen – der Hagemanngruppe, admixx, AmedeA, CD Werbemittel und Eidex – die bereits 22. Auflage der Werbemittelmesse München (wmm) in Halle 4 des M,O,C München.

Werbemittelmesse München 2020

Haptische Werbung für alle Sinne



Das Nachhaltigkeitsareal gab erneut einen besonderen Blickfang ab.

Auf einer Fläche von 4.000 qm zeigten rund 120 Lieferantenpartner über 1.200 Besuchern, darunter Führungskräfte und Marketingentscheidern aus Industrie und Mittelstand, kreative und innovative Werbeartikel der neusten Generation. Außer Trends und Neuheiten der Branche sowie kreativen und innovativen Werbeartikel-Ideen bot die Fachmesse noch ein zusätzliches Rahmenprogramm, das als Aktionsfläche ein Nachhaltigkeitsareal mit umweltkonformen Promotionsprodukten und Hintergrundinformationen sowie ein Vortragsforum beinhaltet, auf dem vier Top-Referenten aktuelle Themen aus den Bereichen künstliche Intelligenz und Digitalisierung behandelten.

Kreative Ansätze und professionelle Beratung

Einmal mehr überzeugte die Traditionsveranstaltung ihre Besucher mit kreativen Ansätzen und professioneller Bera-

tung. Die Promo Event GmbH aus Eichenau gestaltete im Namen der Trägeragenturen auf dem Ausstellungsareal eine ideale Plattform für das Medium „Werbeartikel“ und schuf damit beste Voraussetzungen für einen konstruktiven Austausch zwischen Kunden, Werbemittelagenturen und Lieferanten-Partnern. Die attraktiven Stände luden förmlich zum Erkunden der Neuheiten ein und die schöne Location mit ihren vielen Servicedetails und einem leckeren Catering bot den adäquaten Wohlfühl-Rahmen dazu.

Nachhaltigkeit im Blick

Das zum zweiten Mal auf einem wiederverwendbaren Messeboden installierte Nachhaltigkeitsareal gab erneut einen besonderen Blickfang ab. Die Steckbriefe der Artikel mit dem Grad ihrer Nachhaltigkeit wurden mit Interesse „studiert“ und die dazugehörigen umweltfreundlichen Produkte fanden große Beachtung. Mehr als 30 Aussteller zeigten hier, dass Werbemittel, Nachhaltigkeit und Um-



Intensiv und ergebnisorientiert verliefen die Gespräche an den Ständen der knapp 120 Aussteller.



Die „grünen“ Vorteile eines jeden der nachhaltigen Produkte wurden mittels „Steckbrief“ erläutert.



Kennzeichen während der wmm war die allgegenwärtige gute Laune.



Auch diesmal ein lehrreicher wie gut besuchter Anziehungspunkt: das Vortragsforum mit seinen hochkarätigen Referenten.

weltschutz längst keinen Widerspruch mehr darstellen und machten auf Werte aufmerksam, ohne die es keine lebenswerte Zukunft geben wird. Ein Ergebnis der Besucherbefragung war der Wunsch, das Nachhaltigkeitsareal künftig noch zu erweitern.

Hochkarätige Referenten

Auch das stets gut besuchte Vortragsforum – veranstaltet in Kooperation mit Speakers Excellence – überzeugte als weiteres Highlight mit vier Vorträgen hochkarätiger Referenten. Neue Perspektiven auf ihrem Fachgebiet der angewandten Gehirnforschung zeigte Dr. Katharina Turecek auf und begeisterte durch „eine etwas andere Art“ der Wissensvermittlung. Weitere bemerkenswerte Vorträge steuerten Raumfahrt-techniker Christoph Holz, Markus Petzl (Gründer der Strategieberatung „disruptive – beyond your strategy“) und Christian Zepter mit dem Forschungsstand zum Thema „Künstliche Intelligenz für Sales, Marketing und Service“ bei.

Weniger Besucher – mehr Qualität

Zwar zählten die Veranstalter etwa 100 Besucher weniger als im Vorjahr, doch die Aussteller sprachen dennoch von „großen Erfolgen und sehr intensiven Gesprächen“. Dies

zeigt sich auch in der Anzahl der Anfragen: 19.000 generierten Anfragen bedeuten ein Plus von 8 Prozent gegenüber 2019. „Auch dieses Mal war die wmm für die Besucher ein fester Bestandteil in ihrer Jahresplanung und ein spannendes Event, wenn es um außergewöhnliche Give-aways, Werbeträger und Präsente geht. Auch für die Aussteller ist das Feedback der Industriekunden zu seinen Produkten und Neuheiten äußerst wichtig. Und für die Trägeragenturen mag es erst eine Menge Arbeit sein, die vielen Anfragen zu bearbeiten, doch vor allem ist die wmm eine wichtige Veranstaltung und ein Service-Beitrag, der die Professionalität der Werbemittelberater deutlich unterstreicht“, so das Resümee der Veranstalter. <



Anlaufstellen der Gäste waren die Counter der ausrichtenden Werbemittelagenturen.

Bewegt nimmt das Ehepaar Stahl die Standing Ovationen der 340 Teilnehmer des Ausstellerabends entgegen.



Emotionaler Abschied

Wie bereits bekannt, wurde das Unternehmen CD Werbemittel GmbH, Germering, Ende 2019 an die ipm|gruppe, eine durch den Zusammenschluss der Werbemittelgroßhändler Inter Werbung, Präsenta und Mansard entstandene Einheit, verkauft. Der neue Geschäftsführer Vertrieb & Marketing der ipm|gruppe, Peter Beichel, wurde im Rahmen der Ausstellerbesprechung der Werbemittelmesse München den Lieferanten-Partnern vorgestellt. Den Ausstellerabend zur wmm nutzte man, um die bisherigen Inhaber von CD Werbemittel, Christine und Dr. Robert Stahl, seit Beginn tatkräftige Mit-Initiatoren der Messe, feierlich zu verabschieden.

Die bisher eigenständig agierenden Werbemittelgroßhändler Inter Werbung, PräSENTA und Mansard haben sich zur ipm | gruppe zusammengeschlossen. Die Kooperation war in Branchenkreisen schon einige Zeit bekannt. Mit dem Launch der neuen gemeinsamen Internetpräsenz treten die drei Firmenteile nun auch offiziell als eine Gruppe am Markt auf.

ipm | gruppe

Stärken vereint



Das Key
Visual der
ipm | gruppe

Der Zusammenschluss bietet für unsere Kunden und gruppenintern überzeugende Vorteile“, sagt Peter Beichel, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing der ipm | gruppe, und ergänzt: „Die drei Firmen bringen gemeinsam rund 160 Jahre Erfahrung in der Werbemittelbranche mit – das macht sich nicht nur im Tagesgeschäft überaus positiv bemerkbar“. Die finanz- und umsatzstarke ipm | gruppe bildet mit aktuell über 50 Mitarbeitern an den drei zentral gelegenen Standorten Kissing bei Augsburg, Solingen sowie Kronberg im Taunus nach eigener Aussage „nun einen der größten Werbemittelhändler Deutschlands“.

Drei Standorte – drei Kernleistungen

Dass die drei in der Branche etablierten Namen der Traditionshändler Inter Werbung, PräSENTA und Mansard nicht verloren gehen, sei eine der besonderen Herausforderungen im Zuge der Firmenzusammenlegung gewesen, so Peter Beichel: „Mit der Verknüpfung dieser drei Standorte

zu den drei Kernleistungen des neuen Unternehmens ipm | gruppe möchten wir sicherstellen, dass man auch in Zukunft von PräSENTA, Inter Werbung und Mansard spricht, wenn von professionellen Dienstleistungen in der Werbemittelbranche die Rede ist“. So wird der Full-Service-Pionier PräSENTA auch künftig für das Full Service-Angebot der ipm | gruppe stehen und Inter Werbung in Zukunft das Direkt- bzw. Projektgeschäft des Unternehmens repräsentieren. „Mansard, von Beginn an für Exklusivität sowie für eine konsequente Ausrichtung am Kundenwunsch stehend, wird nun Namenspatte für die dritte Kernleistung, unser Incentivierungs- und Prämiensystem“, erklärt Peter Beichel. Alle Dienstleistungen der ipm | gruppe werden gebündelt und stehen an den drei Standorten gleichermaßen zur Verfügung.

Effizientere interne Strukturen

Weitere Vorteile, die sich sowohl für bisherige als auch neu hinzugewonnene Kunden des Unternehmens durch den



Die ipm | gruppe am Standort Kissing



Die ipm | gruppe am Standort Solingen

Zusammenschluss zur ipm | gruppe ergeben, sind effizientere interne Strukturen dank einer Software-Umstellung auf SAP, die Zusammenarbeit mit einem professionellen Logistik-Dienstleister sowie ein bestens praxiserprobtes Onlineshop-System für den Bereich Full Service.

Mehr Freiheit zur Kreativität

Außerdem tritt die ipm | gruppe nun mit einem Produktmanagement-Team als schlagkräftiges Argument den Mitbewerbern gegenüber auf. „Wir freuen uns über die Neuerung in unserem Unternehmen, die uns mehr Freiheit zur Kreativität einräumt und den Kunden die Arbeit erleichtert. Mit regelmäßigen proaktiven Produktvorschlägen halten wir den Dialog und setzen Trends, um möglichst zielgenau Bedürfnisse befriedigen zu können“, erklärt Peter Beichel. „Mit dem offiziellen Zusammenschluss zur ipm | gruppe haben wir nun den entscheidenden Schritt vollzogen, um jetzt und in Zukunft als starker Akteur in Deutschlands Werbemittel-Landschaft auftreten zu können“, so Peter Beichel. <



Peter Beichel,
Geschäftsführer
Vertrieb und
Marketing der
ipm | gruppe



Die ipm | gruppe am Standort Kronberg

ipm | gruppe und CD Werbemittel bündeln Kräfte

Die ipm | gruppe hat vor Kurzem nun auch den Werbemittelhändler CD Werbemittel übernommen und baut damit die Leistungsfähigkeit der Unternehmensgruppe weiter aus. „CD Werbemittel hat über Jahrzehnte bewiesen, die MarkendNA seiner Kunden zu verstehen und in ein perfekt abgestimmtes Werbemittelsortiment zu übersetzen. Deshalb und vor allem wegen seiner erfahrenen und professionell agierenden Mitarbeiter ist CD Werbemittel als verlässlicher und langjähriger Partner für namhafte Kunden bestens bekannt und als starke Marke etabliert“, sagt Peter Beichel, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing der ipm | gruppe, und ergänzt: „Somit liegt es auf der Hand, dass ein Zusammenschluss von ipm | gruppe und CD Werbemittel für beide Unternehmen große Vorteile bringt. So wird CD Werbemittel Teil einer finanzstarken, stark wachsenden Unternehmensgruppe und wird zudem von dem Zugang zum langjährigen Logistikpartner der ipm | gruppe profitieren. Andererseits ermöglicht der Erwerb der CD Werbemittel der ipm | gruppe den Ausbau seiner Marktposition im Süden Deutschlands.“ Für Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten ergeben sich durch die Zusammenführung der ipm | gruppe und der CD Werbemittel keine Änderungen. Die Marke CD Werbemittel bleibt erhalten und wird neben Inter Werbung, Präsenta und Mansard Teil der starken Markenfamilie der ipm | gruppe. Ebenso bleibt die Geschäftsstelle der CD Werbemittel in München bestehen. Kunden und Lieferanten der CD Werbemittel werden weiterhin von den bekannten Ansprechpartnern auf die gewohnt professionelle Art und Weise betreut.





Die Produkte unserer Themenrubrik sind als **schöne** und/oder **praktische Begleiter** ständig unterwegs – und deshalb als **Werbeträger** auch ungemein **effektiv**. Egal, ob als einprägsames **Premium** oder als **prägnant** personalisiertes Accessoire.



PSI 49707 • Loop Nation
Tel +49 32 221096513
info@loop-nation.com
www.loop-nation.com

Wasserdicht nach Maß

So, wie die Gymbags von LoopNation zu Hinguckern werden, haben auch die neuen, stylischen Drybags diesen Anspruch. Sie sind eine praktische und wasserabweisende Alternative zu den herkömmlichen Gymbags und sind mit einem coolen Siebdruck und in vielen Lagerfarben erhältlich. Kompetente Mitarbeiter beraten bei der Gestaltung der mit dem eigenen Logo veredelten Drybags. Verschweißte Nähte und wasserdichte Reißverschlüsse sind weitere Features der in zehn Farben und fünf Größen verfügbaren Bags.



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

Recycling an der Seite

Mit der Collegetasche Roadrunner von team-d Import-Export haben nicht nur Schüler eine Umhängetasche an der Seite, die sich mit einem „guten Gefühl“ ausführen lässt. Die Tasche eignet sich für A4 Unterlagen und hat sechs Einsteckfächer für Schreibgeräte. Das Innenleben und der lange Umhängegurt sind aus 100 Prozent schwarzem Öko-Tex Non-Woven, 80 g/m² stark. Der große Überschlag und die Rückseite aus besonders stabiler 150 g/m² starker Papier-Rohfaser.



VICTORINOX

WERKS PROFESSIONAL 2.0 SMARTE AUFTEILUNG UND LEICHTE MATERIALIEN

Aktentasche oder Rucksack? Beides. Leicht, geräumig, strapazierfähig und smart? Viermal ja! Kurz: Der Werks Professional 2.0 kann einfach alles.

Kontakt: corporatebusiness.hq@victorinox.com



FROM THE MAKERS OF THE
ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™
ESTABLISHED 1884



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

Gut gelaunt in den Urlaub

Das Trolley-Set Orlando von Check.in® by Inspirion besticht durch ein modernes und puristisches Design und ist vielseitig einsetzbar. Familienurlaub, Geschäftsreise oder Kurztrip – Reisende können auf das Handgepäckformat und zwei Trolleys in den Größen L und XL zurückgreifen. Mit dem Leichtlauf-Fahrwerk rollen die Trolleys auch unter Gewicht wie von allein. Das Polycarbonat macht die Trolleys zu einem federleichten Begleiter. Alle Größen verfügen über eine komfortable Innenausstattung mit Raumteilern und Netzfächern und ein TSA-Zahlschloss.

Alarmgesicherte Handtasche

Für einen gellenden Alarmton, sobald jemand versucht, die Handtasche zu stehlen, sorgt der kompakte Taschenalarm PA6 von Indexa. Das Gehäuse wird einfach an der Tasche befestigt, die Handschlaufe in der Hand gehalten oder am Körper befestigt. Beim Versuch, die Tasche zu entwenden, löst sich ein kleiner Stahlstift aus dem Gehäuse, der 115 Dezibel Alarm wird ausgelöst und Taschendiebe verschreckt. In Notsituationen kann der Stift auch selbst gezogen werden, um auf sich aufmerksam zu machen.



PSI 44531 • INDEXA GmbH
Tel +49 7136 98100
info@pentatech.de
www.pentatech.de



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

Schön umweltfreundlich verpackt

Eine praktische und schöne Tasche, die zudem noch stabil ist, kann man immer gebrauchen. Mit einer aus Kunststoffflaschen recycelten RPET-Tasche leisten Anwender zusätzlich einen umweltfreundlichen Beitrag. Die L&S GmbH bietet eine große Bandbreite dieser Taschen an. Auch Kühltaschen, Baumwolltaschen und Sportbeutel können ganz nach Kundenwunsch gestaltet werden. Alle Taschen werden individuell nach Maß und im Wunschdesign produziert. Die Werbebotschaft lässt sich mit vollflächigem Sublimations- oder Siebdruck gestalten. Weitere Features wie Bodenfallen, Henkellängen oder Reißverschlüsse sind realisierbar.

NEU! Immer den perfekten Schleifwinkel mit dem Diamantschleifer. Das perfekte Werbemittel für den anspruchsvollen Kunden.

PSI PREMIERE

Diamantschleifer

Immer den perfekten Schleifwinkel von 15°

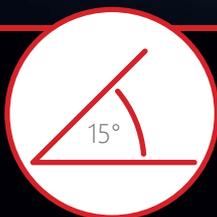


Lasergravur möglich!

VORTEILE

- immer den perfekten Schleifwinkel von 15°
- hochwertiges Edelstahl
- sicherer Griffschutz
- Antibakteriell
- leicht zu reinigen
- ideal für jede Indoor- - Outdoorküche
- Kundenlogo auch als Lasergravur möglich

Besuchen Sie uns auf unserem PSI-Stand: 9H50



Immer den perfekten Schleifwinkel



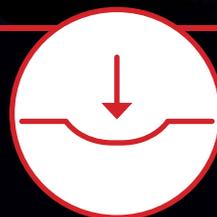
Sicherer Halt der Messer durch Neodym Magnete



Turbinen-Design Entgratungsscheibe



Hochwertiges Edelstahl Antibakteriell!



Griffschutz und sichere Ablage für den Diamantschleifer



Geschenkverpackung

Inkl. edler und hochwertiger Geschenkverpackung

Anwendungsvideo

Einfach den QR Code mit dem Handy scannen und den Messerschleifer in Aktion sehen!



Design Messerschleifer



MOBISET GmbH
Rösrather Str. 333 | 51107 Köln
Tel: 0221 - 98952-0 | kontakt@mobiset.de



PSI 46311 • TROIKA Germany GmbH
Tel +49 2662 95110
info@troika.de
<https://info.troika.de>



Kleiner Entfaltungskünstler

Nur zehn Sekunden dauert es, bis aus ganz klein ganz groß wird. Die Tasche aus der Tasche von Troika verblüfft mit 24 Litern Volumen und smarten Funktionen wie der cleveren Trolley-Halterung. Ideal für Reise, Sport und Freizeit. Lieferbar ist die Tasche in zahlreichen Farbkombinationen, wie Schwarz/Grau, Grau/Rot oder dem trendigen 80er-Jahre-Style Blau/Silber. Sie ist faltbar und platzsparend in der Außentasche verstaubar, verfügt über ein großes Hauptfach mit Reißverschluss, eine kleine Außentasche mit Reißverschluss und reflektierende Streifen.



PSI 43877 • Fairbags GmbH
Tel +49 7141 702260
info@fairbags.de
www.fairbags.de

Nachhaltiger Rucksack

Mit dem Rucksack Miami aus rPET stellt die Fairbags GmbH einen nachhaltig aus ca. zwölf PET-Flaschen produzierten Reisebegleiter der besonders bemerkenswerten Art vor. Er ist zudem mit einer Diebstahlschutzfunktion sowie einem Trolley Aufstecksystem ausgestattet. Das große gepolsterte Innenfach mit Organizer und Laptopfach runden diesen Rucksack ab. Selbstverständlich kann er individuell mit Stick oder Druck veredelt werden und ist wahlweise in den Farben Schwarz/Grau oder Schwarz/Blau lieferbar.



PSI 44064 • Zito Lifestyle
 Tel +49 6106 6394786
 info@zitolifestyle.de
 www.zitolifestyle.de • www.jutamo.de

Klein und markant

Superklein und sehr markant gelingt dem Q-Slim Wallet von Zito Lifestyle ein Aufmerksamkeits-erfolg. Die Minigeldbörse schlägt so jedes Slim Wallet in Sachen Funktionalität, Design und Qualität. Es passt in jede Hosen- oder Anzug-tasche und trägt nicht auf. Ein kleines Münzenfach auf der Rückseite ermöglicht die Aufnahme von Münzen und Banknoten können ohne Falten aufgenommen werden. Selbstverständlich ist das Miniwallet mit RFID Schutz ausgerüstet. Die Kartenslots sind so konstruiert, dass eine schnelle Entnahme mit dem Daumen möglich ist.

reisen^{thel}®

PRESENT YOUR BRAND TO THE WORLD!

NEW



NEW DESIGN
 special edition nautic

SPRING/SUMMER COLLECTION 2020



HAPTICA® live 2020, Bonn
 Stand H, A26



reisen^{thel}.com/corporate-gifts



PSI 46970 • reflAktive Thomas Wassmann
 Tel +49 4971 923312
 thorsten.hueber@reflaktive.de
 www.reflaktive.de

Sicher in den Urlaub und zurück

Schon lange im Programm von reflAktive sind dekorative Kofferanhänger. Diese können am Griff des Koffers befestigt werden und geben die Adresse des Besitzers wieder. Ganz neu ist die Erweiterung der Modelle. Während bislang der Fokus auf verschiedene Motive (Flugzeug, Schiff, Zug, etc.) gerichtet war, ist bei dem neuen Modell ein weiterer Nutzen hinzugefügt worden. In einem Klarsichtfach auf der Rückseite kann 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.



PSI 43877 • Fairbags GmbH
 Tel +49 7141 702260
 info@fairbags.de
 www.fairbags.de

Perfekt für den Kurztrip

Lust auf einen Kurztrip am Wochenende? Dann ist der Weekender New York von Fairbags genau der richtige Reisebegleiter. Aus etwa zwölf PET-Flaschen produziert, bietet er ausreichend Stauraum für einen Kurztrip. Das große Hauptfach mit einem Zweiwege-Reißverschluss garantiert einen komfortablen Zugang zum Inhalt. Stick oder Druck als Veredelungsformen sind machbar, Als Farbe bietet der Hersteller Schwarz/Blau an.



PSI 46311 • TROIKA Germany GmbH
 Tel +49 2662 95110
 info@troika.de
<https://info.troika.de>

Einpacker mit Style

Lässig ins Büro oder in die Stadt? Gern, aber bitte mit Style, sagt man bei Troika. Der neue Business Roll Top sieht gut aus und steckt viel weg. Laptop, Dokumente, Akten und Ordner, gern auch mal oversized. Mit dem Roll Top und der einrollbaren Oberseite mit Reißverschluss und Metall-Steckverschluss bestimmt der Träger selbst, wie viel Rucksack er gerade braucht. Er punktet mit der Fronttasche mit Reißverschluss, zahlreichen praktischen Innenfächern und einem körpernahen Geheimfach auf der Rückseite. Mit einer Kapazität von rund 15 Litern und einer Tragkraft von bis zu 15 Kilogramm ist er ein Universalgenie.



OSTER HIGHLIGHTS 2020

NEU











Mini Promo-Würfel






MIDI-Schoko-Osterhase



Werbewirkung
schmeckt
NACHHALTIG!





PSI 41782 • Reiner Fichtner
Tel +49 921 789510
info@holz-fichtner.de
www.holz-fichtner.de

Aktenplatz in edlem Holz

Einen exklusiven Aktenkoffer, der mit Sicherheit die Blicke auf sich zieht, stellt Holz Fichtner jetzt vor. Die raffinierten Modelle aus eleganten Hölzern direkt aus der Natur bestechen durch ihr ausgefallenes Design, eine hohe Funktionalität und eine sehr lange Lebensdauer. Wer sich für einen Koffer aus Holz entscheidet, erlebt einen einmaligen Auftritt im Büro oder beim Kundenbesuch. Außerdem sind hier Dokumente und Accessoires sicher aufgehoben. Die Originale von Holz-Fichtner gibt es in drei verschiedenen Größen, die allesamt in Deutschland hergestellt werden.

Viel Platz im Hippo

Die Minibörse „Hippo“ aus Rindleder fällt durch ihre abgerundete Form ins Auge. Hippo von Gabriele Bühring bietet Platz für Karten und Geldscheine. Letztere werden durch verdeckte Magnete gehalten. Für besondere Material- und Farbwünsche und auch abweichende Gestaltungsvorstellungen hat das Bühring-Team ein offenes Ohr. Der langjährige indische Lieferantenpartner ist zertifiziert durch SGS gemäß OHSAS 18001:2007. Das kompakte Kartenetui kann außen oder innen mit einer Blindprägung dezent veredelt werden.



PSI 40807 • Gabriele Bühring
Tel +49 4154 795400
vertrieb@buehring-shop.com
www.buehring-shop.com



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

Schuhpflege in Leder für Leder

Das hochwertige Schuhpflegeset 485 aus dem Hause Frank Bürsten kommt im schwarzen Etui aus Rindsleder verpackt zum Kunden. Das Set besteht aus einer Cremebürste und einer exklusiven Glanzbürste, die mit 100 Prozent Rosshaar besteckt sind. Außerdem mit dabei: eine neutrale Schuhcreme im Glastiegel, ein Poliertuch und ein Schuhanzieher. Das Lederetui ist mit einem Druckknopf verschließbar. Bei diesem Schuhpflegeset werden Qualität, Optik und Nutzen zu einer Einheit. Auf Wunsch platziert Frank Bürsten individuelle Firmen- oder Werbelogos auf den Bürsten und/oder den Poliertüchern.

Keine Chance für Langfinger

Der Anti-Diebstahl Rucksack Safe von Vim Solution schützt das Hab und Gut der Reisenden vor ungewolltem Zugriff. Die Reißverschlüsse sind an der Rückseite angebracht und lassen sich über einen dreistelligen Zahlencode an der Oberseite sichern. An der Innenseite ist eine Öffnung angebracht, an der im Rucksackinneren eine Powerbank angeschlossen werden kann. Für einen hohen Tragekomfort sorgen verstellbare Gurte. Innen ist der Rucksack in mehrere Fächer für die entsprechende Ordnung unterteilt.



PSI 47555 • Vim Solution GmbH
 Tel +49 7661 909490
 info@vim-solution.com
 www.trader.vim-solution.com



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

Wandelbarer Kulturbeutel

Der Kosmetikbeutel Inside-Out von team-d Import-Export hat viele Seiten. Außen Schwarz und innen Grau-Weiß gestreift oder doch lieber anders herum? Der Anwender hat die freie Wahl, denn die drei Netzfächer und drei elastische Schlaufen können nach innen oder außen gedreht werden. Der obere Rand kann zudem nach Belieben umgestülpt werden. Inklusiv Zuziehkordel mit Stopper und gefertigt aus wasserabweisendem Polyester kommt der Beutel zum Empfänger.

Unterwegs unbeschwert schlafen

Das Premium Reisekissen TravelFix® von Sandini ist nun auch in einer Hoodie-Ausführung für mehr Privatsphäre lieferbar. Das Kissen verhindert dank seiner stabilisierenden Passform nicht nur das Abkippen des Kopfes und ermöglicht so ein bequemes Schlafen und Anlehnen im Flugzeug, in Bus, Bahn und auch als Beifahrer im Auto, sondern schützt den Schlafenden auch vor neugierigen Blicken und dunkelt gleichzeitig angenehm ab. Inklusiv Tasche mit Befestigungsfunktion sowie in vielen Farben und Ausführungen erhältlich. Eine Logoplatzierung auf der Verschlusslasche oder zusätzliche Bestickung ist möglich.



PSI 49768 • SANDINI GmbH
 Tel +49 7307 5074310
 office@sandini.de
 www.sandini.de



Wertsachen sicher verstaut

Als ein „kleines Raumwunder“ bezeichnet Anbieter Vim Solution seinen Anti-Diebstahl Rucksack Shield. Im Innern ist ausreichend Platz für alles, was unterwegs dabei sein muss. Sowohl im Tragegurt als auch an der Rückseite sind zusätzliche Fächer angebracht, in denen Wertsachen sicher verstaut werden können. Der Rucksack wird wie eine Umhängetasche mit nur einem Gurt, aber trotzdem auf dem Rücken getragen. An der Seite sind Ausgänge für USB und Audiokabel angebracht. So kann das Handy geladen und Musik gehört werden, während Powerbank und MP3 Player sicher im Rucksack verstaut sind.



PSI 47555 • Vim Solution GmbH
Tel +49 7661 909490
info@vim-solution.com
www.trader.vim-solution.com



Souvenir mit individuellem Clip

Speziell auf die Anforderungen touristischer Destinationen abgestimmt sind die neuen Clip4you-Stifte von DreamPen. Als praktisches Werbegadget genießen sie einen großen Aufmerksamkeitswert. Das Reiseziel wird auf dem einzelnen Clip in 3D-Form und Fotoqualität dargestellt. Das kann sowohl ein Denkmal oder ein Transportmittel, aber auch ein charakteristisches Element eines bestimmten Ortes sein. Im Transferdruck um den gesamten Schaft kann gleichzeitig eine Landschaft dargestellt werden.

PSI 45720
DreamPen Producer of ballpens
Tel +48 477 22 32
sales@dreampen.com • www.dreampen.com
www.clip4you.com

Pünktlich unterwegs

Der Urlaub ist komplett durchgeplant und doch kommt es zu Stress, weil man nicht rechtzeitig wach geworden ist. Damit der Zeitplan nicht durcheinanderkommt, hat technoline den Reisebegleiter WT 171 entwickelt. Dieser Funkwecker überzeugt durch kompaktes Design und Stabilität. Die Uhrzeit kann über Funk empfangen oder manuell eingestellt werden. Dank der umfassenden Zeitzoneneinstellung und der kompakten Produktgröße ist er auch ideal für Urlaube und Geschäftsreisen. Zusätzlich werden Datum, Wochentag sowie die Raumtemperatur angezeigt.



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



Spiegelbild im Card-Format

Einen modernen Taschenspiegel mit passendem Etui im Card-Format findet sich ab sofort neu im Sortiment von Römer Wellness. Der elegante Spiegel aus modernem Edelstahl wurde in Form und Größe einer Kreditkarte nachempfunden und passt dem dementsprechend praktisch in jede Geldbörse und Smartphone-Hülle mit Kartenfach. Die glänzende PU-Leder Hülle schützt den Spiegel vor Kratzern oder Staub und wirkt dazu noch besonders edel. Die Hülle führt Römer Wellness in den Standardfarben Silber, Gold und Rosé. Für Werbeanbringungen können Spiegel und Hülle individuell graviert oder geprägt werden. Alternativ kann bei Großmengen ein farbiger Doming angebracht werden.



Leder bekommt zweite Chance

Die Idee, Lederfaserstoff zu verarbeiten, entstand aus Notwendigkeit, Abfälle aus Gerbereien zu entsorgen. Die Lederreste werden bei Boogie Design wiederverwendet und in den Produktionszyklus integriert. Durch das Mahlen von Lederabfällen aus aller Welt und die Zugabe von natürlichem Fett und Latex als Bindemittel wird garantiert, dass der Lederfaserstoff zu über 90% aus natürlichen und nachwachsenden Rohstoffen besteht. Aus diesem Recyclingleder entstehen dann Taschen, Rucksäcke, Kosmetiktaschen, Mappen, Hüllen, Schlüsselanhänger, Organizer und vieles mehr. Sonderfertigungen sind ebenfalls möglich.



Marketing Festival

ADVERTISING AND PRINTING FAIR

9-10th September 2020 | EXPO XXI Warsaw, POLAND

www.FestiwalMarketingu.pl

ORDER BOOTH OR ASK FOR
MORE INFORMATION:
katarzyna@oohmagazine.pl

JUNG since 1828, angesehener Spezialist für geschmackvolle Werbeinnovationen, hat zum 1. Januar 2020 seine gesamte Prozesskette und sein komplettes Produktsortiment an Sweets, Snacks & more in vollem Umfang auf klimaneutral umgestellt.

Zu 100 Prozent klimaneutral

Klimaschutz, der allen schmeckt

Dass wir jetzt zu 100 Prozent klimaneutral arbeiten, ist uns allen hier sehr wichtig. Wir freuen uns, dass wir mit diesem Schritt einen wertvollen Beitrag im Kampf gegen die größte globale Herausforderung leisten können. Gerade weil wir mit Lebensmitteln umgehen, achten wir immer schon darauf, dass man unsere Produkte

mit bestem Gewissen verschenken und mit gutem Gefühl genießen kann“, erläutert Jung-Geschäftsführer Dennis Dennig.



CO2-Fußabdruck

Durch vielfältige Maßnahmen konnte der

CO2-Fußabdruck bei JUNG since 1828 bereits in den letzten Jahren deutlich reduziert werden, und auch weiterhin wird das Traditionsunternehmen konsequent daran arbeiten, Treibhausgase gar nicht erst entstehen zu lassen. Emissionen, die sich dennoch nicht vollständig vermeiden lassen, werden über zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgeglichen. Dieser Ausgleich ist durchaus sinnvoll, da das Erdklima nur als Gesamtsystem funktioniert. Die an einem Ort anfallenden Emissionen können so durch Klimaschutzmaßnahmen in anderen Gebieten der Welt abgebaut werden.

Klimaschutzprojekt wird unterstützt

Dafür fördert JUNG since 1828 beispielsweise ein ausgewähltes Klimaschutzprojekt für den Er-

halt von rund 300.000 Hektar Primär-Regenwald im Amazonasgebiet in Peru. Das Projekt sorgt für den Schutz des Lebensraumes unzähliger Tier- und Pflanzenarten, unterstützt zugleich die Menschen vor Ort, schafft nachhaltige Einkommensquellen und setzt ein Zeichen gegen illegale Abholzung. So trägt Klimaschutz auch zu besseren Lebensverhältnissen und Perspektiven für viele Menschen bei. Der CO2-Ausgleich wird von der unabhängigen Organisation ClimatePartner, einem weltweit anerkannten Klimaschutz-Experten, zertifiziert und ist über eine individuelle ID-Nummer jederzeit transparent einsehbar.

Zeichen setzen

Positiv schlägt auch der Nutzen für die Kunden von JUNG since 1828 zu Buche. Mit den zu 100 Prozent klimaneutralen Werbeideen aus den Bereichen Sweets, Snacks & more können werbetreibende Unternehmen ihre Verantwortung für Umwelt- und Klimaschutz auch beim Einsatz von Werbematerialien künftig wahrnehmen und damit ein Zeichen setzen. So kommen sie auch der wachsenden Zahl der Verbraucher entgegen, die immer mehr Wert auf nachhaltige und umweltschonende Produkte legen.

Gelebte Nachhaltigkeit

Auch den Menschen bei JUNG since 1828 liegt Nachhaltigkeit sehr am Herzen: Sie wird vielfältig gelebt, sei es durch innovative Verpackungslösungen aus biologisch abbaubaren Materialien, Fairtrade-Produkte oder die Nutzung von Ökostrom. Dabei geht man auch gerne ungewöhnliche Wege, etwa der Ansiedelung eigener Bienenstöcke auf dem Firmendach als Beitrag zum Schutz der ökologisch wichtigen Pflanzenbestäuber. „Der aktive Einsatz gegen den Klimawandel ist ein weiterer wichtiger Schritt auf diesem Weg“, ist sich Dennis Dennig sicher. <



Dennis Dennig, Geschäftsführer von JUNG since 1828.

PromoTex
Expo

Internationale Fachmesse
für Promotion-,
Sports- und Workwear

12-14 JANUAR 2021
MESSE DÜSSELDORF

SAVE
THE
DATE

WWW.PROMOTEX-EXPO.COM

Organised by
Reed Exhibitions

DIE WELT
DES WERBENS
UND VERKAUFENS

PSI

PromoTex
Expo

viscom

Als einer von rund 1.000 Ausstellern war auch der Verpackungs- und Werbemittelspezialist Karl Knauer auf der Leitmesse der europäischen Werbeartikelwirtschaft vertreten und präsentierte sein eindrucksvolles Portfolio an Werbemitteln aus nachhaltigen Papier- und Kartonmaterialien.

Beeindruckende Präsentation auf der PSI 2020

Nachhaltigkeit und Weitblick



Notizquader haben nichts von ihrer Anziehungskraft verloren und sind – zum Beispiel in der Design Edition – rundum bedruck- bzw. gestaltbar.

Es ist ganz klar das Fokusthema „Nachhaltigkeit“, das uns dazu bewogen hat, bei der PSI dabei zu sein“, erklärt Richard Kammerer, Sprecher der Geschäftsführung der Karl Knauer KG. „Denn während viele Unternehmen erst in den letzten Jahren die Bedeutung von umwelt- und ressourcenschonenden Lösungen, Produkten und Prozessen erkannt haben, bieten wir seit Jahrzehnten hochwertige Kartonprodukte und Papierwerbemittel an. Indem wir unser Portfolio kontinuierlich intelligent weiterentwickeln, erfüllen wir für unsere Kunden alle Kriterien, die an moderne, verantwortungsvoll produzierte Werbemittel gestellt werden. Dass Papier und Karton die Antwort auf viele Fragen der heutigen Zeit sein können, konnten wir den Messebesuchern an unserem Stand zeigen.“

Vielseitige und moderne Alltagshelfer

Bei dem Wunsch, jeder Zielgruppe Werbemittel zu bieten, die gut ankommen und als positiver Imagerträger funktionieren, kommen permanent neue Produkte auf den Markt. Mit etwas Glück ziehen die Neuheiten für eine kurze Zeitspanne die Aufmerksamkeit auf sich, um dann zunächst kopiert zu werden und anschließend in Vergessenheit zu geraten. Um einiges erfolgreicher sind die Werbemittelklassiker, die zum Beispiel bei Karl Knauer seit Jahrzehnten auf der Bestsellerliste ganz oben stehen: Notizquader sowie Haft- und Hardcover-Sets mit oder ohne Papiermarkern. „Es ist tatsächlich so, dass fast jeder von uns – im Berufs- und im Privatleben – täglich noch mit kleinen Zetteln als Gedächtnisstützen arbeitet. Digitale



Die eco Powerstikkies aus 100 % Altpapier überzeugen auch mit ihren inneren Werten. Das Papier ist mit dem Umweltsiegel „Blauer Engel“ ausgezeichnet.



Bei der Design Edition lassen sich alle gewünschten Oberflächen-designs täuschend echt darstellen. Hier ein Beispiel in Leinen-Optik.

Gimmicks und Apps hin oder her. Das macht unsere Notiz-Produkte so attraktiv. Denn jeder braucht und benutzt sie und damit sind sie alles andere als ein Wegwerfartikel, die zu Recht in Verruf gekommen sind“, freut sich Frederik Zecheus, Key Account Manager bei Karl Knauer. Wie vielseitig und modern die praktischen Alltagshelfer aus Papier heute aussehen können, war auf der PSI zu sehen. Ausgestellt wurde zum Beispiel die „Design Edition“, bei der die Notizquader als täuschend echter Ziegelstein, Betonklotz oder Käsewürfel daherkommen.

Ganz oben auf dem Zettel: Umweltbewusstsein

Dass das Thema Natur und Umwelt für den Verpackungs- und Werbemittelspezialisten aus dem Schwarzwald schon seit jeher eine elementare Rolle spielt, ist schon an dem Unternehmenslogo zu erkennen: Der Firmengründer Karl Knauer wählte bewusst das Reh als heimatliches Waldtier und drückte damit Naturverbundenheit, aber auch Schnelligkeit und Wachsamkeit gegenüber seinen „Verfolgern“, also „Mitbewerbern“, aus. Schnell weitete darum Karl Knauer auch sein Angebot an Produkten aus, die aus besonders nachhaltigem Material produziert werden. So gibt es beispielsweise die Powerstikkies, die extra-stark haftenden Notizzettel, mittlerweile als eco-Variante aus Recyclingpapier und die kleinen schmalen Haftmarker, mit denen sich Textstellen markieren lassen, ohne Plastikanteil. „Kunden haben heute die Wahl, ob sie zu billigen Plastikartikeln aus Fernost oder nachhaltig produzierten Produkten greifen“, beschreibt Frederik Zecheus die Marktsituation. „Wir spüren aber, dass die Sensibilität für Umweltthemen zunimmt und sehen dies auch bei unseren Anfragen. Für immer mehr Kunden ist es ausschlaggebend, dass wir ausschließlich in Europa produzieren. Dies gewährleistet, dass wir auch bei den Transportwegen ein Höchstmaß an Ressourcenschonung und Effizienz bieten können.“

Persönliche Wertschätzung

Parallel zu dem wachsenden Umweltbewusstsein ist noch ein weiterer Trend erkennbar – Werbemittel werden immer individueller. „Ob es um eine hochwertige Präsentverpackung für ein Jubiläum bzw. Kundenpräsent oder um ein Mailing geht, bei dem ein kleines praktisches Notizwerbemittel als Präsent beiliegt, es ist entscheidend, dass sich der Kunde nicht nur direkt angesprochen, sondern auch persönlich wertgeschätzt fühlt“, weiß Frederik Zecheus. „Darum bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, fast alle unsere Standardprodukte zu individualisieren und nach eigenen Vorstellungen zu gestalten und zu veredeln. Dazu haben wir natürlich die Kompetenz und Erfahrung, komplett eigene Produkte für unsere Kunden zu entwickeln und zu realisieren. Ein paar eindrucksvolle Muster und Belege hatten wir auch in unseren Messekoffer gepackt und konnten viele Besucher unseres Standes von den Qualitäten unserer Produkte überzeugen“, so Zecheus.



Frederik Zecheus, Key Account Manager bei Karl Knauer.



Papier statt Plastik – die beliebten Hardcover- und Haftsets werden nun mit Papier anstatt Kunststoffmarkern bestückt.

Mit neuer strategischer Ausrichtung, einem zeitgemäßen Corporate Design samt modernem Logo sowie drei innovativen Sortimentsmarken ist der Kölner Werbeartikelhersteller REFLECTS ins Jahr 2020 gestartet. Dies wurde auch am neugestalteten Stand des namhaften Lieferanten auf der zurückliegenden PSI augenfällig wie buchstäblich greifbar.

Auf dem Weg zum Multispezialisten

Neue Markenstrategie vorgestellt

K

ünftig positioniert sich das Unternehmen mit völlig verändertem Gesicht als „Multispezialist“ – mit reduzierter Produktvielfalt, dafür aber mit neu geschaffenen Eigenmarken: RETUMBLER – Best of drinkware, RETIME – Cool watch concepts und REEVES – Smart electronics.

ne Kernkompetenzen vom Generalisten hin zum Spezialisten erheblich ausbaut und dabei kompetente Schwerpunkte setzt. Ein Aspekt, der z. B. in Form der drei neuen Eigenmarken zu Tage tritt.

Drei Marken – mehr Möglichkeiten

RETUMBLER steht dabei für qualitativ hochwertige Trinkgefäße sowie ein großes Sortiment an passenden Utensilien. RETIME präsentiert sich als klassische und hochwertige Uhrenmarke für zeitlose Werbung. Und REEVES umfasst beispielsweise Powerbanks und USB-Sticks, die sich durch attraktives Design, ihren praktischen Nutzen sowie ideale Werbeanbringungsmöglichkeiten auszeichnen. Ergänzt werden die neuen Eigenmarken durch begleitende Serviceangebote. Eines davon ist z. B. das Prinzip „Bayamo Corporate“ im Bereich RETUMBLER. Damit können die Kunden ihre Trinkbecher individuell nach den eigenen Wünschen zusammenstellen.



Konzentration auf die Kernkompetenzen

Seit der Unternehmensgründung vor 32 Jahren ist der Wandel ein fester Bestandteil von REFLECTS. Kein Wunder, dass man passend zum neuen Jahr auch in punkto Unternehmensstrategie einen neuen Kurs einschlägt. Konkret bedeutet die Neupositionierung, dass REFLECTS zwar sein Sortiment merklich reduziert, im Gegenzug aber sei-

Strukturiertes Managementsystem

Parallel dazu wurde das Marketing rundum neu konzipiert und ein strukturiertes Managementsystem installiert, das eine strenge Administration aller erfolgsrelevanten Faktoren im Unternehmen vorsieht. Geschäftsführer Meinhard Mombauer, Marketingleiter Peter Leseberg und Vertriebsleiter Frank Krüger erläuterten die Neupositionierung auf der PSI 2020 vor der beeindruckenden Kulisse des neuen Messeauftritts. <

www.reflects.com

**12-14 JANUAR 2021
MESSE DÜSSELDORF**

**SAVE
THE
DATE**

WWW.VISCOM-MESSE.COM



Leckere Werbegrüße

Auch für die aktuelle Saison hat Magna sweets wieder Einiges zu bieten. Unwiderstehliches Naschwerk wird mit unvergesslichen Botschaften kombiniert und schafft dadurch optimale Kundenbindung. Eines der Highlights sind die Werbetütchen oder Mini-Tetraeder **gefüllt mit neuen Marken** wie beispielsweise die m&m's Peanuts. Das sind Erdnüsse mit leckerer Milkschokolade kombiniert in einer farbigen Zuckerhülle. Die Produkte im Werbetütchen können auch mit den nachhaltigen Verpackungslösungen von Magna sweets genutzt werden, denn der Lieferant engagiert sich für Nachhaltigkeit und bietet entsprechende Werbemittel, die auch lecker für die Umwelt sind.

PSI 41617 • Magna sweets GmbH
Tel +49 8146 99660 • info@magna-sweets.de
www.magna-sweets.de



Nachhaltige Veränderung

Der Werbemittelhersteller Pins & mehr stellt sich der ökologischen Verantwortung. Ziel ist es, Kunststoff-Verpackungen aus der Lieferkette zu eliminieren und durch umweltfreundliche Alternativen zu ersetzen. Begonnen wird mit Pins und Ansteckern. Um die kleinen metallischen Schmuckstücke beim Transport zu schützen, werden diese momentan in der Produktion einzeln in Polybeutel verpackt. Adäquater Ersatz für die nicht ökologischen Plastiktütchen ist gefunden. Standardmäßig werden ab sofort **kompostierbare Folienbeutel** verwendet, ohne Mehrkosten. Sie schützen den empfindlichen Inhalt mindestens genauso gut wie die transparente Folienverpackung. Die neuen Beutel aus kompostierbarem und umweltfreundlichem Material sind halbdurchsichtig und eine großartige Alternative zu den herkömmlichen umweltbelastenden Plastikbeuteln.

PSI 46925 • Pins & mehr GmbH & Co. KG
Tel +49 8233 793120 • info@pinsundmehr.de
www.pinsundmehr.de



Allzeit sichere Fahrt

Alkohol im Straßenverkehr kann sich gefährlich auswirken, nämlich immer dann, wenn Grenzwerte überschritten werden. Wer auf Nummer sicher gehen will, sollte den **Alkoholtester** der testme GmbH dabei haben. Dieser prämierte und zertifizierte Tester funktioniert auf einfache Weise und liefert zuverlässige Ergebnisse. Dazu eignet er sich bestens als Werbeträger für unterschiedliche Zielgruppen wie Fahranfänger oder alle anderen Verkehrsteilnehmer. Individuelle Werbebotschaften lassen sich nach Kundenwünschen applizieren.

PSI 43407 • testme GmbH
Tel 49 172 4365641 • sales@testme.de
www.testme.de



Genuss in Premium-Qualität

Nachhaltig, individuell und in Premium-Qualität: **süße Werbe-Ideen** für Kunden und Mitarbeiter kommen immer und überall gut an, denn sie sind unaufdringlich, sympathisch und für jedes Budget zu haben. CD-LUX stellt aktuell den neuen Ganzjahres-Katalog vor, randvoll mit exklusiven Neuheiten, innovativen Produkt-Ideen und tollen Produkten für jede Zielgruppe: individuelle Premium-Schokolade, Werbe-Fruchtgummi, neue Produkte zum Thema „Gesund & Fit“, nachhaltige Werbe-Ideen und frische Sommerprodukte warten darauf, entdeckt zu werden.

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

Promotion auf Samtpfoten

Mit der **Liebe der Tierbesitzer** zu ihrer Katze erschließt die emotion factory jetzt eine ganz neue Zielgruppe in der Werbemittelbranche, wie beispielsweise Tierärzte, Tierhandlungen, Katzenzüchter oder Zoofachgeschäfte. Die Produktpalette reicht vom Katzenleckerli im Organzabeutel oder dem Leckerli-Pack über Backförmchen, passend in Katz & Maus-Form, sowie Katzensgras in einer dekorativen Blechdose. Nach der Einführung der Produkte für den Hund vor zwei Jahren, rückt so nun die Katze in den Fokus der Werbemittelbranche.

PSI 41016 • emotion factory - Heri-Rigoni GmbH
Tel +49 7725 93930 • Armin.Rigoni@heri.de
www.emotion-factory.com



Wie funktioniert's?



QR-Code scannen,
Video ansehen und
mehr erfahren.



Für beste EM-Stimmung

Die Fußball-Europameisterschaft 2020 steht unmittelbar vor der Tür! Jetzt heißt es schnell sein beim Fanartikel-Kauf, meinen die Experten von elasto und bieten gleich ein komplettes Sortiment an **selbstaufblasenden Fanartikeln** an. Wie funktionieren diese Stimmungsmacher, die nicht nur im Stadium für Spaß sorgen? Die Produkte enthalten im Inneren ein mit Flüssigkeit gefülltes Säckchen und ein Granulat. Bringt man das Säckchen mit einem leichten Schlag oder durch festes Drücken zum Platzen, bläst sich der jeweilige Artikel in kurzer Zeit durch die Reaktion von Granulat und Flüssigkeit komplett auf. Dieser Effekt hält sogar für mehrere Wochen an und sorgt so für beste EM-Stimmung. Alle Artikel sind chemisch geprüft und gesundheitlich unbedenklich.

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

Fruchtige Sympathieträger

Skittles, das sind kleine Dragees, bunt wie ein Regenbogen, mit süßer Zuckerhülle für den knackigen Biss und fruchtigem Softkern, werden bei Jung als Sympathieträger eingesetzt. Sie überraschen mit einer **wahren Fruchtexplosion** im Mund und sorgen für einzigartigen Kauspaß. Das Alles verspricht einen großen Werbeerfolg, so die Experten von Jung und empfehlen die 10-Gramm-Minitüte aus weißer oder transparenter, auf Wunsch kompostierbarer Folie. Die lässt sich individuell mit erfrischenden Werbebotschaften bedrucken. Gefüllt ist sie mit einer leckeren Skittles-Mischung in den beliebten Geschmacksrichtungen Orange, Limette, Zitrone, Erdbeere und Schwarze Johannisbeere.

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



Fächer als Passion

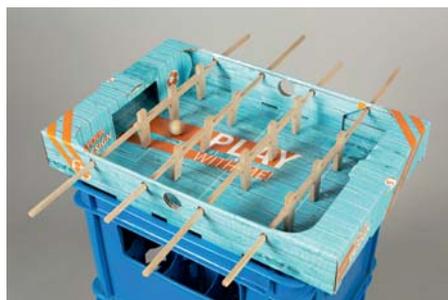
Seit mehr als 60 Jahren stellt das spanische Unternehmen Joseblay **Fächer** her, ein Handwerk, das hier mit viel Liebe zum Detail und in höchster Perfektion ausgeführt wird. Jahr für Jahr werden neue Designs und Farben kreiert. Fächer sind nach wie vor beliebt und eignen sich daher bestens als Werbeträger. Die Botschaften lassen sich auf den Rahmen oder die Lamellen aufdrucken. Bei der farblichen Gestaltung gibt es schier unendlich viele Möglichkeiten.

PSI 47670 • Abanicos JOSEBLAY
Tel +34 961 513097 • info@joseblay.com
www.joseblay.com

Nachhaltig kickern

Kickertische ohne Plastik und ohne Metall in verschiedenen Größen war die Zielsetzung der b+a Vertriebs GmbH, um etwas zum Thema Nachhaltigkeit beizutragen. Entwickelt wurden drei komplett neue Produkte, die schon jetzt auf eine überaus große Resonanz gestoßen sind. Zu haben sind: Der Kickerland **XS Schreibtischkicker**, welcher aus einem Bogen gefaltet und als Teaser in einem C4 Kuvert versendet wird, der Papp-Bierkastenkicker, der stabil und rundum bedruckbar auf jede gängige Bierkiste passt sowie der Kicker ohne Spielfläche im Stecksystem, komplett aus Holz und voll spielbar.

PSI 48898 • b & a Vertriebs GmbH - Promokick
Tel +49 7062 978910 • gauger@b-und-a.com
www.promokick.de



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/-321/-315+++ FAX: +49 211-90191-180 +++ MAIL: VERLAG@PSI-NETWORK.DE

FROTTIERWARE / TERRY CLOTH

HERKA frottier
Wir weben Vielfalt

Stick ab 1 Stück

Jacquard-einwebung ab 100 Stück

100% made in Austria

Bordüren-einwebung ab 40 Stück

herka-frottier.at

f i

PSI No. 46235

www.herkat-frottier.at

LESEZEICHENLUPE / BOOKMARK MAGNIFIER

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.mikrofaserstuch.de

PSI No. 47814

www.lupenmaxx.de

EINKAUFSWAGENAUSLÖSER / KEY CHAIN

Jetzt mit umweltfreundlicher Verpackung

TRIGGI
Der Einkaufswagenauslöser

- ▶ angenehme Haptik
- ▶ große Formenauswahl
- ▶ brillante Farben

ab 300 Stück

Eintracht

POLIZEI Sachsen

Werbeträger · Einkaufswagenauslöser · Flaschenöffner

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

pinsundmehr.de

PSI No. 46925

www.pinsundmehr.de

PSI LOGISTIKPARTNER / PSI LOGISTICS PARTNER

MAKE IT SMART
QTRADO LOGISTICS
FOR ADVERTISING
MATERIAL

QTRADO LOGISTICS

Tel.: 02151 - 529 200
www.qtrado-logistics.de
info@qtrado-logistics.de

PSI No. 80068

www.qtrado-logistics.de

KUNSTSTOFFERZEUGNISSE / PLASTIC PRODUCTS

PROMOWOLSCH
The customer factory

Wolfgang Schmidt e.K.

Grüner Weg 23-25
D-59590 Geseke

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

info@promowolsch.de
www.promowolsch.de

MADE IN GERMANY

Art-Nr. 343/345
Thermo Mug
Costa Rica

BSCI

PSI No. 44742

www.promowolsch.de

SPIELWAREN / TOYS

SEMO Newbies

Großes Standardsortiment mit mehr als 500 SEMO Plüschtieren!

SEMO Plüschtierwelt

Sonderanfertigungen für Promotion, Maskottchen, etc.-nach Ihren Wünschen.

8 verschiedene Tiere im Sortiment. Größe: 13 cm.

TRIGON Deutschland GmbH
Kränkelsweg 28 · D - 41748 Viersen · Tel. 021 62 - 53 008-0
Fax - 53008-20 · E-mail: info@semo.de · www.semo.de

PSI No. 44970

www.semo.de

STELLENANGEBOTE / JOB OFFER



MISSION POSSIBLE

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

WIR SUCHEN: **Kundenberater**
im Innendienst (m/w/d)

IHRE AUFGABEN:

- Kundenorientierter Service
- Betreuung von Bestandskunden
- Lieferantensuche und Angebotseinholung
- Preiskalkulation, Angebotsstellung und Nachverfolgung von Angeboten
- Erkennen von Verkaufschancen
- Produkt- und Lieferantenauswahl sowie -bewertung
- Verhandlung mit Herstellern, Lieferanten und Geschäftspartnern weltweit
- Kosten-, Termin- & Qualitätsüberwachung

IHR PROFIL:

- Sie haben eine abgeschlossene, kaufmännische Ausbildung oder Studium (idealerweise Erfahrung im Vertrieb)
- Sie identifizieren sich mit Ihren Aufgaben und suchen den Erfolg
- Sie haben ein gutes Gefühl für Kunden und Freude daran, individuelle und schnelle Lösungen zu erarbeiten
- Sie sind ein echter Teamplayer
- Kreativität und Zielstrebigkeit
- Sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift

Wir bieten Ihnen einen sicheren Arbeitsplatz in einem großartigen Team mit flachen Hierarchien, sowie ein attraktives Vergütungsmodell und die Möglichkeit sich weiter zu entwickeln. Ein wunderschönes Büro in einem der schönsten Bezirke Berlins mit aufgeschlossenen und hilfsbereiten Kollegen erwarten Sie.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit komplettem Lebenslauf und Zeugnissen unter Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung an: karriere@trik.de

Ihr persönlicher Ansprechpartner: Thomas Hülsmann

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



MISSION POSSIBLE

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

WIR SUCHEN: **Verkäufer**
im Aussendienst (m/w/d)
PLZ 1 oder 2/3 oder 4/5 oder 7/8

IHRE AUFGABEN:

- Kundenberatung
- Akquise von Neukunden
- Ausbau und Entwicklung des Vertriebs
- Betreuung von Bestandskunden
- Reaktivierung ehemaliger Kunden

IHR PROFIL:

- Sie sind ein talentierter Vertriebsprofi mit Berufserfahrung, bevorzugt in der Werbemittelbranche
- Sie haben eine kaufmännische Ausbildung absolviert
- Leidenschaft für den Vertrieb
- Sicheres und repräsentatives Auftreten im B2B-Vertrieb
- Erkennen von Potenzialen für Neugeschäfte
- Hohes Maß an Selbstständigkeit, Ehrgeiz, Engagement, Zuverlässigkeit und Flexibilität
- Ausgeprägte Kommunikations- und Teamfähigkeit
- Kreativität und Zielstrebigkeit
- Sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift

Wenn Sie mit uns zusammen in 2020 durchstarten wollen und eine verantwortungsvolle Aufgabe mit hohem Gestaltungsspielraum in einem großartigen Team suchen, senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe des frühesten Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung an: karriere@trik.de

Ihr persönlicher Ansprechpartner: Thomas Hülsmann

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

TOP-PRODUKTTHEMEN IM PSI JOURNAL

Egal ob grün, weiß, blau oder schwarz – Sie haben den richtigen Riecher für die neuen Fashion-Trendfarben im Jahr 2020? Platzieren Sie Ihre Werbeartikel zum Thema Fashion, Workwear, Caps und Accessoires sowie Kalender und Verpackungen in der April Ausgabe des PSI Journals.

Ausgabe
04
2020

FASHION, WORKWEAR, CAPS UND ACCESSORIES
und **KALENDER UND VERPACKUNGEN**

Redaktionsschluss: 14.02.2020
Anzeigenschluss: 05.03.2020

Ausgabe
05
2020

BÜROBEDARF UND SCHREIBGERÄTE und
GESUNDHEIT, SPORT UND FITNESS

Redaktionsschluss: 16.03.2020
Anzeigenschluss: 06.04.2020

Ausgabe
06
2020

WELLNESS, KOSMETIK UND BEAUTY und
GETRÄNKE, TRINKGEFÄSSE UND TISCHKULTUR

Redaktionsschluss: 17.04.2020
Anzeigenschluss: 05.05.2020

Ausgabe
07
2020

WEIHNACHTEN UND PRÄSENTSETS und
SPIELZEUG UND PLÜSCHPRODUKTE

Redaktionsschluss: 15.05.2020
Anzeigenschluss: 05.06.2020



Das Cross-Media Sales Team des PSI berät Sie jederzeit gerne.

Telefon +49 211 90191-114/-150, Fax +49 211 90191-180, E-Mail verlag@psi-network.de



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 / Distributors

PSI No. 20096	ADL Comunicación SL, SPAIN	www.adlcomunicacion.com
PSI No. 20104	AOI s.a., BELGIUM	www.ecoskoon.com
PSI No. 20106	A.Punkt GmbH, Germany www.a-punkt.de	
PSI No. 20102	ARTEFATTO SAS, ITALY	www.artefatto.com
PSI No. 20109	ARTIMADE design & druck Inh. Christopher Boulkertous, Germany	www.artimade.de
PSI No. 20091	Asialink Worxfly S.L., SPAIN	www.asialink.es
PSI No. 20107	Brandit Marketing Solutions LTD, UNITED STATES	www.branditms.com
PSI No. 20092	Business European Puplicity, S. L., SPAIN	www.bep.es
PSI No. 20115	CG CLEVERGifts e.K Inh. Carmen Grunenberg, Germany	www.clevergifts.de
PSI No. 20084	Comulti - Comércio Multinacional Lda, PORTUGAL	www.comulti.pr
PSI No. 20098	ERTEL Werbung & Marktkommunikation Inh. Markus Ertel, AUSTRIA	www.ertel.at
PSI No. 20103	Euro-T, Nina Sorcan S.P., SLOVENIA	www.euro-t.si
PSI No. 20094	heidoo SARL, SWITZERLAND	www.atelierdubadge.ch
PSI No. 20099	Werbeartikel Kirschbaum. Inh. Adalbert Kirschbaum, Germany	www.werbeartikel.kirschbaum.com
PSI No. 20100	kreatur.werbung, Inh. Christian Aubeck, Germany	www.kreatur-werbung.de
PSI No. 20086	Krüger Medienhaus KG, Germany	www.krueger-medienhaus.de
PSI No. 20114	MB Promo Ltd., UNITED KINGDOM	www.mbpromo.co.uk
PSI No. 20111	Media Hut Universal Services (GB) Ltd., UNITED KINGDOM	
PSI No. 20112	Mitreprize Ltd, UNITED KINGDOM	www.mitreprize.co.uk
PSI No. 20090	Moveo Marketing Promocional, S.L., SPAIN	www.moveomp.com
PSI No. 20113	N2 Group, UNITED KINGDOM	www.n2merchandise.co.uk
PSI No. 20105	OPS Objets Publicitaires Simon Sarl-s, LUXEMBOURG	
PSI No. 20093	Paulo Romino UK Limited, UNITED KINGDOM	www.pauloromino.com
PSI No. 20083	Printed4You Ltd, UNITED KINGDOM	www.printed4you.co.uk
PSI No. 20095	PRINTPROMO SRL, ITALY	
PSI No. 20097	Profilera i Umeå AB Limited Company, SWEDEN	www.profilera.eu
PSI No. 20110	Promo Point doo, SERBIA	www.promopoint.rs
PSI No. 20108	Slap Finland Oy Ab, FINLAND	www.pals.fi
PSI No. 20088	Sourcing Magic closed corporation, SOUTH AFRICA	www.sourcingmagic.co.za
PSI No. 20085	Unlimited Werbeartikel GmbH, Germany	www.unlimited-werbung.de
PSI No. 20087	VANILLA & PEPPER Marketing UG, Germany	www.vanilla-pepper-de
PSI No. 20101	VON STROHBURG GbR Frank Berneburg & Christian Strohmenger, Germany	www.von-strohburg.de
PSI No. 20089	YAFF AB, SWEDEN	www.yaff.se

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 Lieferanten / Suppliers

PSI No. 60127	Ibrahim Allari & Sons Co., SAUDI ARABIA	www.allari.com.sa
PSI No. 60115	BeneTec / W. H. H. Schadenberg, THE NETHERLANDS	www.benetec.eu
PSI No. 60128	BierEx - Die Bierkistenmöbel - Inh. R. Hansen, Germany	www.bierex.de
PSI No. 60116	Cambro Özyay Plastik San. ve Tic AS, TURKEY	www.cambro.com
PSI No. 60109	Eurologo SL, SPAIN	www.creoo.es
PSI No. 60131	Fußball Spielplaner, KLUCK Media Inh. Patrick Kluck, Germany	www.kluck-media.de
PSI No. 60117	Garten Primus GmbH, Germany	www.garten-primus.de
PSI No. 60110	Holiday Golf SL, SPAIN	www.holidaygolf.com
PSI No. 60123	Ideamine International B.V., THE NETHERLANDS	www.truejute.com
PSI No. 60126	Johannes Buchsteiner GmbH & Co. KG, Germany	www.buchsteiner.de
PSI No. 60130	Mepal BV, THE NETHERLANDS	www.mepal.com
PSI No. 60121	MetalicCards UG, Germany	www.metaliccards.com
PSI No. 60112	New Idea Crafts GmbH, Germany	www.newideacrafts.com
PSI No. 60122	Ozbek Ambalaj İç ve Dis Tic. Ltd Sti., TURKEY	www.bezcantalarim.com
PSI No. 60111	Pacific Straws UG, Germany	www.pacificstraws.de
PSI No. 60129	Paper On The Rocks BV, THE NETHERLANDS	www.paperontherocks.com
PSI No. 60118	Sunray Import Ltd. Chili Concept (UK), UNITED KINGDOM	www.chiliconcept.com
PSI No. 60125	UBG Promotional BV, THE NETHERLANDS	www.ubgpromotional.com
PSI No. 60108	ULAS HEDİYELİK ESYA PROMOSYON SAN.İC VE DIS TICARET L.T.D. S.T.I, TURKEY	www.ulaspromosyon.com.tr
PSI No. 60113	Wearable Intelligent German GmbH SWISSDIGITAL DESIGN, Germany	www.swissdigital.de
PSI No. 60114	WOPS GmbH, Germany	www.wops-promotion.de
PSI No. 60124	WOSMANN SPIRAL AMBALAJ VE OFSET MATBAACILIK A.S., TURKEY	www.wosmann.com
PSI No. 60119	Xstyles BV, THE NETHERLANDS	www.xstyles.nl

INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
45428	Asia Pins Direct GmbH	053
44519	B.W.S. SPRL	053
45452	CD-LUX GmbH	041
45619	CLIPY Artur Begin, S.L.	U4
42819	Gustav Daiber GmbH	005, U1/FCP
	FIBO - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	U3/IBC
43492	Gifts with Impact V.O.F.	049
41016	Heri-Rigoni GmbH emotion factory	043
41545	JUNG since 1828 GmbH & Co. KG	045
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	073
46131	KHK GmbH	057
47814	Lupenmaxx GmbH	090
43927	memo AG	051
43410	Mister Bags GmbH	002-003
60104	Mobiset GmbH	069
	OOH Magazine	079
80068	QTRADO Logistics GmbH & Co. KG	090
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	090
43417	Prodir GmbH	001
	PromoTex Expo - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	081
	PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	091, 095, U2/IFC
42487	REFLECTS GmbH	007
47182	Reisenthal Accessoires GmbH & Co. KG	071
41838	SENATOR GmbH	047
48880	Tramontina Germany GmbH	055
44281	VICTORINOX AG	067
	viscom - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	085

Die Epidemie

W

er in den letzten Jahren Hong Kong besucht hat, kennt vielleicht das SARS-Denkmal. Es erinnert vor allem an die tapferen Ärzte und Pfleger, die sich damals während der Behandlung angesteckt haben und gestorben sind. Im Februar 2002 verbreitete sich die Seuche von Hong Kong aus in der ganzen Welt. Das Coronavirus hat mittlerweile schon deutlich mehr Opfer gefordert als SARS. Die Maßnahmen Chinas, um das Virus einzudämmen, sind drastisch. Man kann nur hoffen, dass die Maßnahmen Erfolg haben.

Die Auswirkungen der Epidemie auf die globale Wirtschaft sind schon jetzt enorm. Chinas Exporte stiegen noch im Dezember 2019 um 7,9 Prozent auf 238,3 Milliarden US Dollar, das war der erste deutliche Anstieg seit Beginn des Jahres. Wie wird sich die chinesische Wirtschaft nun 2020 entwickeln? Mit welchen Auswirkungen muss die Werbeartikelwirtschaft rechnen? Geht man von immer noch über 80 Prozent Importen aus Asien aus, dann können stillstehende Fabriken und liegengebliebene Container dramatische Folgen für die Lieferkette haben.

Bei einem Werbeartikel-Umsatz von 14 Milliarden Euro in Europa ist dies ein ernst zu nehmendes, bedrohliches Szenario. Damit kommt „Made in Europe“ eine weiter steigende Bedeutung zu. Dies ist jedoch im Zweifel ein schwacher Trost. Ein weiterer kritischer Punkt ist das Sourcing in China. Was passiert in den nächsten Monaten? Eine Reihe von Lieferanten hat mir bereits mitgeteilt, dass sie im April nicht zu den Messen nach China reisen werden. Also für Hong Kong und die Gift Show ein Desaster. Es wurden bereits Messen in Asien abgesagt. Hoffen wir für uns alle, dass sich das Virus eingrenzen lässt und möglichst schnell ein Impfstoff verfügbar sein wird.

Es grüßt Sie

Michael Freter
Herausgeber PSI Journal
Managing Director PSI
michael.freter@reedexpo.de





Die europäische Leitmesse der
Werbeartikelwirtschaft

12-14 JANUAR 2021
MESSE DÜSSELDORF

SAVE
THE
DATE

WWW.PSI-MESSE.COM

Organised by
 Reed Exhibitions

DIE WELT
DES WERBENS
UND VERKAUFENS



PromoTex
Expo

viscom



Werbstarke Fashion

Vom schicken Accessoire bis hin zur bis ins letzte Detail ausgearbeiteten Kollektion finden sich im Bereich textiler Werbung heute vielfältigste Möglichkeiten an werbestarker Fashion. Die Spezialisten der so genannten Promotionwear offerieren dem professionellen Werbeartikelhandel eine ebenso große wie topaktuelle Bandbreite trendiger Bekleidung – wie auch die jüngste PromoTex Expo wieder zeigte. Ob für den Beruf oder die vielfältigen Facetten der Freizeit: Schick und trendig vom Scheitel bis zur Sohle liefern die Produzenten und Veredler der Branche wahrhaft anziehende Produkte für nahezu jegliche Lebenslage. Einige der neuesten Kreationen stellen wir Ihnen in dieser Ausgabe vor – nebst Neuheiten der Bereiche Kalender und Verpackungen.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Mai 2020 mit den Themengruppen „Bürobedarf und Schreibgeräte“ sowie „Gesundheit, Sport und Fitness“ und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 16.03.2020 an:

**Edit Line GmbH – Redaktion PSI Journal
E-Mail: hoechemer@edit-line.de**

GWW-Jahreshauptversammlung



Der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) nutzte die neuen Terminierungen von Frühjahrs-TREND und NEWSWEEK-Auftakt am 13. und 14. Februar dieses Jahres in der Messe Offenbach tags zuvor auch für die Jahreshauptversammlung. Neben einem Rückblick auf das Jahr 2019 erwartete die Mitglieder unter anderem die Wahl des Vorstands, der Blick auf zukünftige und aktuelle Projekte sowie ausgiebiges Networking. Wir waren dabei und berichten.

Durch und durch nachhaltig



Botanical PaperWorks ist ein Beispiel dafür, wie aus Abenteuerlust in der Papierherstellung ein erfolgreiches Unternehmen mit nachhaltigem Anspruch werden kann. Die Protagonisten der ersten Stunde: Mary Reimer und Heidi Reimer-Epp. Besonders bemerkenswert bei den beiden Damen: Sie sind Mutter und Tochter.

Impressum

Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von

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

Herausgeber: Michael Freter

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, André Weijde

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

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

Redaktion: Martin Höchemer, Anke Zimmermann,
Christian Jacob, Jutta Menzel, Christoph Zimmermann

Chef vom Dienst: Martin Höchemer

Head of Publishing: Anja Heidbüchel

Anzeigenverkaufsleitung: Lars Kessler

Key Account Manager: Marlene Mendes Ramos,
marlene.ramos@reedexpo.de

Cross Media Sales

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

Sales Manager:
Martin Metz,
martin.metz@reedexpo.de
Julian Coronato,
julian.coronato@reedexpo.de
Anna Oikonomou,
anna.oikonomou@reedexpo.de

Regionale Kontakte

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

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

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

Türkei: Istexpo
Ismail Sezen,
ismail@istexpo.com

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

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

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

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.

FIBO GLOBAL
FITNESS

GET YOUR
TICKET

NEU IN 2020

**WELTWEIT EINZIGARTIGES ANGEBOT AN TRAININGSGERÄTEN
UND MASSGESCHNEIDERTEN FITNESSLÖSUNGEN**

**DIGITALISIERUNGS- UND ZUKUNFTSTRENDS VON KEY-PLAYERN UND
AUFSTREBENDEN INNOVATIONSTREIBERN DER BRANCHE**

**ZAHLREICHE WEITERBILDUNGS- UND MITMACHMÖGLICHKEITEN
IN INSGESAMT 10 HALLEN UND DEM CONGRESS CENTER NORD**

**The leading international trade show
for fitness, wellness & health**
Exhibition Centre Cologne, 2 – 5 April 2020

Organised by

 Reed Exhibitions

fibo.com

Clipy®

Advertising
Carsunshades
Manufacturers
since 1987

Wir stellen alle
Modelle seit 1987



Jumbo



Compact



Textil



Pop Up Fan

Sedex Member

PSI member

eurofins

Intertek

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