

PSI JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

April 2020

59. Jahrgang



Botanical PaperWorks

Heidi Reimer-Epp
Durch und durch nachhaltig

Product Guide

Fashion, Workwear, Caps
und Accessoires
Kalender und Verpackungen

Frühjahrs-Trend und Newsweek

Auftakt im Graffiti-Look

Creartiv

Die Kunst
erfolgreich zu werben



Nachhaltige Textilien

Globalen Standard setzen

> WIRELESS

CHARGING KALENDER VYNN®

>>> Verbindet die analoge mit der digitalen Welt <<<



Art.-Nr.: A101469

- > 5 Watt / 10 Watt
- > Material: Kunststoff
- > Inkl. Kalenderblätter für 2 Jahre
(dreisprachig DE/EN/FR; Feiertage DE/AT/CH)
- > Sondereinfärbung ab 500 St. möglich
- > Größe: 114mm x 95mm x 185mm

ab 4,96 €*

*ab 1.000 Stk.
zzgl. Veredelung

 **Vim**[®]
Solution GmbH
Electronic & Trends

Vim Solution GmbH / Im Eck 5 / 79199 Kirchzarten / Germany
phone: +49 (0) 7661 90 949 - 200 / fax: +49 (0) 7661 90 949 - 249
mail: vertrieb@vim-solution.com / shop: www.vim-solution.com



Editorial

Weckruf?

Das Editorial in der März-Ausgabe trug die Überschrift „Jetzt hat die Welt ein Problem“. Ja und dieses Problem wird täglich größer. Sein Name: Sars-CoV-2, Coronavirus genannt. In China gehen die Zahlen zwar deutlich zurück, aber in Italien sind die Infektionsfälle, gemessen an der Bevölkerung, weitaus höher als im Reich der Mitte. Unser EU-Partner ist im Würgegriff eines winzigen und unsichtbaren Feindes. In weiten Regionen ist Bella Italia ein Geisterland. Wo sonst um diese Jahreszeit „der Bär tobt“, auf den Pisten Südtirols, tummeln sich allenfalls echte Schneehasen und Murmeltiere. Das Land des guten Geschmacks, der Mode und der tollen Weine ist der fünftgrößte Handelspartner Deutschlands und Deutschland ist der wichtigste Handelspartner Italiens. Mit der romanischen Schwester Frankreich ist man ähnlich eng verbandelt.

Für Italien ist dieser Virus besonders gefährlich, weil die Wirtschaft des Landes chronisch krank ist. In diesem Zustand trifft es Länder wie Menschen. Der Staat mit der zweithöchsten Verschuldung Europas wird nicht nur in der Flüchtlingskrise unserer aller Hilfe bedürfen. Die europäische Familie kann nicht zuschauen, wenn ein Mitglied strauchelt, auch wenn es selbst nicht ganz frei von Schuld ist. Zu eng sind alle Länder Europas wirtschaftlich miteinander verwoben. Wir wollten und wollen das so – und es hat uns allen in Europa gutgetan. Wie stark eine Familie ist, zeigt sich immer in der Krise.

Egal wie man zu den Maßnahmen steht, die zur Zeit alle ergriffen werden, wir werden sie nicht beeinflussen können. Wenn wir aber nicht den Wind bestimmen können, müssen wir die Segel richtig setzen. Vielleicht ist der Corona-Sturm ja auch der Weckruf, den die Welt gebraucht hat. Ja, die Globalisierung und die Verlagerung der Werkbänke nach Asien hat viele Jahre gut funktioniert, viele Menschen reich gemacht und Armut massiv reduziert. Wegweiser dieser Entwicklung war immer der Preis. Diese starke Fixierung auf den Preis hat aber nicht nur die Liefer-Unsicherheit erzeugt, die wir angesichts von Corona auf uns zukommen sehen und vielerorts schon spüren. Der Preis hat auch in vielen Bereichen Kreativität geradezu verkümmern lassen. Bei nicht wenigen Akteuren in unserem Markt ist dadurch zu viel Einheitsbrei in den Sortimenten entstanden – wie gesagt, in einigen Bereichen. Liefer-Sicherheit und Kreativität können den Weckruf also gebrauchen.

In Gesprächen mit Importeuren (PSI Business Newsletter) hört man, nicht nur in Randbemerkungen, dass dieser Weckruf auch gehört worden ist. Durch die Bank sieht man sich vermehrt in Osteuropa und in EU-nahen Ländern um. Auch schon vor Corona, da China teurer geworden ist und andere Asiaten noch nicht wirklich an dessen Stelle treten können, nicht qualitativ und nicht quantitativ.

„Es gibt nichts Schlechtes, an dem nicht auch was Gutes ist“, sagt ein altes Sprichwort. Hoffen wir, dass es auch für Corona zutrifft. Und hoffen wir für die Menschen und die Werbemarktwirtschaft, dass das Tal bald durchschritten ist und es nicht zu viele Blessuren gibt.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

New QS40 Air



Prodir is a brand of Paganini Pens SA.



PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2020

prodir®

Personality pens.
Swiss made.

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich
T +43 2622 40301

www.prodir.com
open.prodir.com



MISTER BAGS®

Unsere Food Bag Collection

Die gesamte „Food Bag Collection“ von Mister Bags wird zu fairen Arbeitsbedingungen besonders ökologisch hergestellt. Ihre Baumwolle besteht zu 100% ausschließlich aus biologisch erzeugten Naturfasern und erfüllt die höchsten Standards. Dazu zählt auch die LFGB Bescheinigung vom TÜV Rheinland für absolut bedenkenlose Lebensmittelechtheit.

Äußerst langlebig und wiederverwendbar ist jedes Produkt der Mister Bags „Food Bag Collection“ besonders umweltfreundlich und zu 100% recyclebar.

- ✓ **GOTS - zertifizierte Bio-Baumwolle**
- ✓ **Fairtrade - zertifiziert**
- ✓ **OEKO-Tex - zertifiziert**
- ✓ **LFGB getestet (lebensmittelecht)**
- ✓ **Mesh aus recyceltem PET**



Die gesamte Baumwolle ist Fairtrade-zertifiziert und von Fairtrade-Produzenten angebaut. Durch faire Handelsbedingungen können Kleinbauern und Arbeiter in den Anbauländern in eine nachhaltige Zukunft investieren. Mehr Infos unter: www.info.fairtrade.net

TRENDS & BRANDS

4

MARKTFORSCHUNG

8

FOKUS

GOTS: Ein Standard auf hohem Niveau

10

PRODUCT GUIDE

Fashion, Workwear, Caps und Accessoires

16

BRANCHE

Unternehmen, Ereignisse, Märkte

34

GWW im Jahresrückblick

38

Frühjahrs-TREND und NEWSWEEK-Start

40

Plan Concept Werbearbeitmesse:
Viel Grün auf dem roten Teppich

42

K+M Hausmesse 2020:
Nachhaltigkeitsgedanke kommt an

46

PRODUCT GUIDE

Kalender und Verpackungen

48

UNTERNEHMEN

Botanical PaperWorks:

Durch und durch nachhaltig

60

BAGS BY RIEDLE:

Werbung, die wächst und gedeiht

64

CREARTIV:

Die Kunst erfolgreich zu werben

66

PRODUCT GUIDE

Innovative Produkte

68

MEINUNG

78

Vorschau – Impressum

80

Adam

N° 2333



Eva

N° 2334



Sissi

N° 2343



Franz

N° 2342



Fritz

N° 2347



GOTS: Ein Standard auf hohem Niveau

10

Sportswear, Teamwear, Berufsbekleidung, Corporate Fashion und textile Accessoires spielen in der Welt der Werbetextilien eine große Rolle. Ein besonderer Schwerpunkt: Nachhaltigkeit. Doch wie lässt sich Nachhaltigkeit wirklich evaluieren? Es fehlt an internationalen Standards dafür, so ein Kritikpunkt. Ein Standard allerdings gewinnt immer mehr weltweite Anerkennung: der GOTS.

GWG: Jahresversammlung, Frühjahrs-Trend und Newsweek-Start

38

Im Februar erlebte die bislang nur als Herbstveranstaltung etablierte TREND ihre Premiere als Frühjahrs-Event in den Räumlichkeiten der Messe Offenbach/Main. Tags darauf schloss sich an gleicher Stelle der Auftakt zur NEWSWEEK an, der Industriekundenmesse des GWG. Zuvor trafen sich die Verbandsmitglieder zu ihrer Jahresversammlung. Wir berichten.



Es grünt so grün

42

Frühjahr ist Hausmessenzeit, die Events folgen dicht aufeinander. Wir waren auf zwei Veranstaltungen zu Gast, die bei aller Individualität eine große Gemeinsamkeit hatten: Sowohl bei Plan Concept in Essen als auch bei K+M in Obertshausen stand die Farbe Grün im Vordergrund. Mit nachhaltigen Produktinnovationen und Marketingkonzepten für eine saubere Werbezukunft.



Botanical PaperWorks: Durch und durch nachhaltig

60

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 Werbeartikel in eine erfolgreiche wie nachhaltige Zukunft zu führen. In unserer aktuellen Ausgabe stellen wir drei aussagekräftige Beispiele vor.





Einmal mal



Dopaminfasten gilt als neuester Trend aus dem Silicon Valley. Demnach sind Handy, Laptop und Co., aber auch Essen und soziale Kontakte für einen bestimmten Zeitraum tabu. Die Idee dahinter: den Dopaminspiegel so gering wie möglich zu halten, um nach dem „Fasten“ Reize wieder umso stärker wahrnehmen zu können. Durch Dopaminfasten sollen Personen motivierter sein, sich besser fokussieren und produktiver arbeiten können (gruenderszene.de, „Reizüberflutung: Dopaminfasten ist der neueste Trend aus dem Silicon Valley“). Für die positiven Gefühle, die nach dem „Fasten“ intensiver empfunden werden, bietet die Werbearbeitwirtschaft durchaus kreative Analoglösungen.

Selbstversuch mit Buch

Individuelle Sonderausgaben
Edition Michael Fischer GmbH
www.emf-verlag.de
PSI 49982

In Sachen Lifestyle haben bislang die Skandinavier den Ton angegeben: Aus Dänemark kam das für Ausgleich und Gemütlichkeit stehende Hygge. Schweden setzte mit Lagom auf das Wohl der Gemeinschaft. Finnland dagegen trumpfte mit Sisu auf, sprich: Herausforderungen annehmen und Grenzen überwinden. Sehr viel gechillter gehen es die Niederländer an. Von dort kommt „Niksen“, ein Trend, der das Nichtstun feiert. Also dann: entspannen, in Ruhe abwarten und Tee trinken.



Nichtstun
macht „niksen“

Pfiffige Tassenkombinationen

Römer Lifestyle – Rominox GmbH
www.roemer-lifestyle.de
PSI 43714



**myrtle
beach**

**JAMES &
NICHOLSON**



 **RECYCLED
POLYESTER**

SPORTS

UNSERE ERSTE KOLLEKTION AUS RECYCELTEM POLYESTER

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

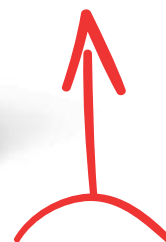
Mit der Zeit gehen

Uhrenarmbänder aus Apfelresten
 Intermedia Time SPA
www.intermediatime.it
 PSI 47758



Energie-Mix

EM-Snack-Beutel
 buah GmbH
www.buah.de
 PSI 45170



Kaum eine andere Branche bringt so viele Trends hervor wie die Gastronomie. Ein Trend, der sich seit einiger Zeit beharrlich hält, ist das sogenannte Food Pairing, bei dem sich verschiedene Aromen



ideal zu einem neuen Genusserlebnis ergänzen sollen. Optimale Kombinationen von (oder im weitesten Sinn auch mit) Lebensmitteln lassen sich durchaus in der Werbeartikelwirtschaft (er-)finden.

Vielfältige Füllvarianten

Abbaubare Papierdose Eco
 JUNG since 1828 GmbH & Co. KG
www.jung-europe.de
 PSI 41545

BIOLOGISCH ABBAUBAR



Abwechslungsreiche Proteinquelle

Backmischung Fitnessriegel
 Der Zuckerbäcker GmbH
www.suesses-schenken.de
 PSI 48449

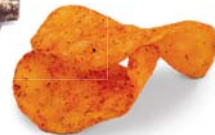




Alles. Snacks.



LISA'S CHIPS



Lisa's Bio-Kesselchips



PIZZA SNACK



SNACK DOSE



49

.....
Nationen ließ Deutschland im „Nation Brands Index“ hinter sich. In

der von Ipsos in Zusammenarbeit mit dem Politikberater Anhalt durchgeführten Studie zum Markenimage belegt die „Marke Deutschland“ Platz 1, gefolgt von Frankreich und Kanada. absatzwirtschaft.de

83%

.....
der Amerikaner, die einen Werbeatikel von einem Unternehmen bekommen haben, möchten auch weiterhin geschäftlich mit diesem zu tun haben. Das geht aus der Untersuchung „The Confidence to Evolve“ des amerikanischen Werbeatikerverbandes PPAI hervor.

727,4

.....
Milliarden US-Dollar sollen die weltweiten Werbeinvestitionen bis zum Jahr 2022 betragen. Das prognostizierte Zenithmedia im Dezember 2019. statista.com

93

Prozent

.....
der für den Werbeatikel-Monitor 2019 des GWW befragten Unternehmen setzen Schreibgeräte als Werbeatikel ein. Damit belegen die Allzeit-Liebhaber weiterhin unangefochten Platz 1 und konnten im vergangenen Jahr sogar ein Plus von 7 Prozent verzeichnen.

3,613 Milliarden

.....
Euro betrug 2019 der Netto-Umsatz mit digitaler Display-Werbung in Deutschland. Das geht aus den Zahlen des Online-Vermarkterkreises im Bundesverband Digitale Wirtschaft hervor. wuv.de

54 Prozent

.....
der Deutschen hören inzwischen Podcasts. Das zeigt eine Studie von Simon-Kucher & Partners. Wenn es um die Finanzierung geht, ist Werbung am beliebtesten. horizont.net.

2025

.....
ist das Jahr, für das der stellvertretende Chefredakteur und Onlinestrategie des britischen Wirtschaftsmagazins „The Economist“ das Ende der Werbung auf Computern prophezeit. brandeins.de

retumbler.

Weltmeere würden RETUMBLER empfehlen.



52456
RETUMBLER-GIBALTAR



Im Schnitt verbraucht jeder Deutsche fast 200 Einweg-Plastikflaschen pro Jahr



Nur aus circa 25 % werden neue PET-Flaschen recycelt



Müllvermeidung schützt die Tier- und Pflanzenwelt und verhindert die Entstehung von Mikroplastik



Ein Standard auf hohem

Global Organic Textile Standard (GOTS)

Sportswear, Teamwear, Berufsbekleidung, Corporate Fashion und textile Accessoires spielen in der Welt der Werbetextilien eine große Rolle. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf dem Aspekt Nachhaltigkeit. Doch wie lässt sich Nachhaltigkeit wirklich evaluieren? Es fehlte an internationalen Standards dafür, so ein Kritikpunkt. Ein Standard allerdings gewinnt immer mehr weltweite Anerkennung: der GOTS.

Ummmer mehr Textilunternehmen folgen dem Trend Nachhaltigkeit, indem sie beispielsweise auf entsprechende Materialien setzen. Die McKinsey-Studie „Nachhaltigkeit ist das neue Must-have“ (Fashion's new must-have: sustainable sourcing of scale) hat ergeben, dass das Angebot nachhaltiger Kleidung jedes Jahr um das Fünffache wächst. Dennoch, so die Studie, sei der Anteil am Gesamtmarkt nach wie vor gering: Weniger als ein Prozent der im ersten Halbjahr 2019 erschienenen Produkte wären bereits als „nachhaltig“ gekennzeichnet gewesen. Es fehlten internationale Standards für Nachhaltigkeit und klare Definitionen: Mal seien damit ökologische Standards, mal soziale Aspekte in der Herstellung gemeint gewesen, war in der zur Studie veröffentlichten McKenzie-Pressemitteilung vom 17. Oktober 2019 zu lesen, in der Karl-

Hendrik Magnus, Partner bei McKinsey & Company und Experte für die Modebranche, ausführte: „Es ist noch ein weiter Weg zu objektiven Standards, die international verbindlich sind. Erst dann wird noch mehr Tempo in die Entwicklung kommen.“

Gesamte Lieferkette im Blick

Dabei sind es gerade Standards und Zertifikate, die eine zunehmend wichtige Rolle spielen – und zwar in dem Maß, in dem Nachhaltigkeit zum Verkaufsargument oder einem neuen Geschäftsmodell wird. Ein Label, das für immer mehr in der Textilbranche angesiedelte Unternehmen an Bedeutung gewinnt, ist der Global Organic Textile Standard (GOTS). Er gilt „als weltweit führender Standard für die Verarbeitung von Textilien aus biologisch erzeugten



Niveau

Naturfasern“. GOTS legt die Anforderungen an die gesamte Lieferkette sowohl für Umwelt- als auch Arbeitsbedingungen in der Textil- und Bekleidungsproduktion fest, bei der biologisch erzeugte Rohstoffe verwendet werden. Bei der Ausarbeitung des GOTS werden strikte und verbindliche Anforderungen bezüglich ökologischer und sozialer Parameter festgelegt. Dadurch soll der Notwendigkeit für einen Standard Rechnung getragen werden, „der für die Industrie und eine Bandbreite von Produkten geeignet ist. Unter Berücksichtigung beider Aspekte definieren wir Bio-Textilien als Textilien, die mit geringstmöglichen Auswirkungen und minimalem Einsatz natürlicher und synthetischer Chemikalien verarbeitet werden.“ Die gesamte Lieferkette aus GOTS-zertifizierungswürdiger Sicht beginnt beim ersten Verarbeitungsschritt (zum Beispiel dem Entkörnen von Baumwolle) und reicht über verarbeitende Betriebe wie Spinnereien, Wäschereien, Färbereien bis hin zur fertigen Kollektion und Verpackung. Demzufolge können sich neben den bereits genannten Textilverarbeitungsbetrieben auch Nähereien, Groß- und Einzelhändler zertifizieren lassen. Das GOTS-Label können zudem Garne, Stoffe, Bekleidung, Heimtextilien und sonstige Produkte aus textilen Fasern erhalten. Biologisch erzeugte Rohstoffe heißt: „Die biologische Produktion basiert auf einer Landwirtschaft, die ohne den Einsatz toxischer, blei-

bender Pestizide und Düngemittel die Bodenfruchtbarkeit erhält und wiederherstellt (kbA, kontrolliert biologischer Anbau). Darüber hinaus stützt sich die biologische Produktion auf eine entsprechende Tierhaltung und schließt genetische Veränderungen aus (kbT, kontrolliert biologische Tierhaltung). Nur Textilprodukte, die mindestens aus 70 Prozent biologisch erzeugten Naturfasern bestehen, können gemäß GOTS zertifiziert werden. Alle eingesetzten chemischen Zusätze, wie zum Beispiel Farbstoffe und Hilfsmittel, müssen bestimmte umweltrelevante und toxikologische Kriterien erfüllen. Auch für die Verwendung von Accessoires gelten entsprechende Anforderungen. Alle Verarbeitungsbetriebe müssen soziale Mindestkriterien erfüllen.“

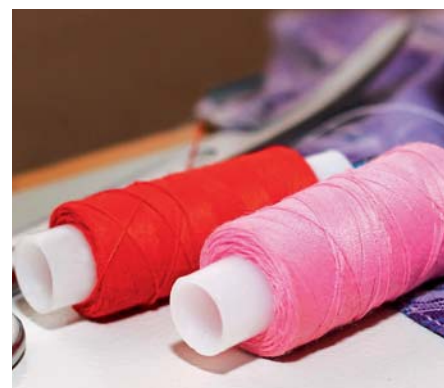
Weltweit steigende Anerkennung

Der GOTS sieht es als seine Aufgabe an, zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen und aktiv mit allen relevanten Stakeholdern zu kooperieren und zeichnet einen eindeutigen Zukunftsentwurf, nach dem „Bio-Textilien zu einem wesentlichen Bestandteil des Alltags werden, die das Leben der Menschen verbessern und der Umwelt zugute kommen.“ Geht es nach GOTS, dann sollen textilverarbeitende und -herstellende Unternehmen ihre ökologisch

Auf einen Blick

Was macht den GOTS aus?

- **GOTS-zertifizierte Textilien bestehen aus mindestens 70 Prozent Naturfasern aus kbA/kbT.**
- **Umfassende Umwelt- und Sozialstandards werden eingehalten.**
- **Ein duales Absicherungssystem durch Produktanalyse und Vor-Ort-Inspektion.**
- **Transparente Kriterien für alle Produktionsstufen sowie GOTS-Positivliste für Chemikalien.**
- **Ganzheitlicher Ansatz für die gesamte Lieferkette.**
- **Unabhängige Zertifizierung.**
- **Öffentliche Datenbank mit allen zertifizierten Betrieben.**



erzeugten Produkte mit einer Zertifizierung anbieten können, die auf allen relevanten Märkten anerkannt wird. Damit soll letztlich Endverbrauchern bei ihrer Kaufentscheidung durch das GOTS-Label am Produkt Sicherheit gegeben werden. Selbstbewusst formuliert es GOTS so: „Die Umsetzung des GOTS verbindet den Wunsch der Textilindustrie nach einem globalen Standard mit dem Wunsch der Verbraucher nach Transparenz. Die weltweit steigende Anerkennung und Akzeptanz des GOTS bestätigen, dass diese Wünsche erfüllt werden.“ In Zahlen liest sich die weltweite Anerkennung und Akzeptanz folgendermaßen: Bislang (Stand: 2019) sind 7.765 Unternehmen GOTS-zertifiziert, davon allein über die Hälfte (4.463) in den textilproduzierenden Hochburgen Indien (2.411), Bangladesch (1.194) und Türkei (858). In Deutschland, das auf Position vier rangiert, sind es immerhin 565. Für alle vier Nationen – und nicht nur begrenzt auf diese – gilt: Tendenz steigend.

Profundes Qualitätssicherungssystem

Warum ist es jedoch gerade ein Standard wie GOTS, der diese Anerkennung und Akzeptanz erfährt? Um diese Frage beantworten zu können, braucht es einen genaueren Blick auf GOTS selbst, der aus vier bekannten Mitgliedsorganisationen besteht: den drei Wirtschaftsverbänden Internationaler Verband der Naturtextilwirtschaft (IVN)

Deutschland, Organic Trade Association (OTA), USA, und Japan Organic Cotton Association (JOCA), Japan, sowie der gemeinnützigen Stiftung Soil Association (England). Diese vier Organisationen bringen nach eigenen Angaben – zusammen mit anderen internationalen Stakeholder-Organisationen und Experten – ihre jeweiligen Fachkenntnisse in der Bio-Landwirtschaft (Rohstoffherzeugung) und der umweltverträglichen und sozial verantwortlichen Textilverarbeitung beim GOTS ein. Sie hatten vor der Entwicklung des GOTS jeweils ihre eigenen Textilstandards. So konnten sie ihr Know-how und ihre Erfahrung in das gemeinsame Projekt GOTS einbringen und ein entsprechendes Qualitätssicherungssystem entwickeln. Dieses System basiert auf Vor-Ort-Inspektionen und der Zertifizierung der Textilverarbeitungs- und Handelskette, die wiederum von speziell akkreditierten Prüfinstituten auf Basis des GOTS-Überwachungssystems durchgeführt werden. „Dies garantiert eine umfassende Sicherheit für GOTS-zertifizierte Textilien“, so der offizielle Wortlaut.

Nachhaltige Materialien

Die Weichen dafür, wie nachhaltig ein Textilprodukt letztlich wirklich ist, werden bereits bei der Auswahl der Ressourcen gestellt. So schreibt der Lead Innovation Blog (Lead-innovation.com), dass beispielsweise „ökologisch angebaute Baumwolle, Wolle aus biologischer Tierhaltung, einheimische Naturfasern wie Flachs oder Hanf und Fasern auf Zellstoffbasis“ Alternativen zu konventioneller Baumwolle seien. Selbst Kunstfasern bieten nachhaltige Optionen, zum Beispiel durch die Verarbeitung von Milchproteinen. Überhaupt spielt derzeit die Entdeckung neuer oder alter Faserarten eine große Rolle. Genannt seien hier Brennnessel, Soja, Ingwer oder Abaca (Bananenhanf). Auch neue „Textilien“ aus modifiziertem Papier oder Kork bereichern die Materialauswahl an nachwachsenden Rohstoffen. Zudem halten



neue Produktions- und Färbemethoden Einzug, wie dem Dope-Dye-Verfahren für synthetische Fasern. Hier kann komplett auf das Färben der Textilien verzichtet werden, weil die Farbpigmente bereits beim Spinnprozess in die Filamente eingebaut werden, was wiederum Energie und vor allem Wasser spart. Egal ob recycelte Fasern, recyclingfähige Materialien, das wichtige Thema biologische Abbaubarkeit, die Einsparung von Wasser, nachhaltige Beschichtungen oder die Verwendung von Naturfasern als Funktionsfasern – es gibt derzeit jede Menge Möglichkeiten für innovative Stofflösungen. Entsprechend vielfältig sind die Produktinnovationen. (www.planet-advertising.com, „Nachhaltigkeit: Derzeit der Mega-Trend bei den Funktionsmaterialien“, Nachhaltigkeitstrends auf der PromoTex Expo 2020“).



Konsequente Weiterentwicklung

Die GOTS-zugelassenen Zertifizierer sind ausschließlich ausgesuchte Experten und unabhängige Zertifizierungsstellen. Sie führen regelmäßige Prüfungen bei allen an der Herstellung GOTS-zertifizierter Textilien beteiligten Parteien durch, um sicherzustellen, dass alle Umwelt- und sozialen Anforderungen des GOTS erfüllt werden. Dabei wenden sie den Standard, die Verfahren und die Tools des GOTS-Programms an. Die umfangreichen Kenntnisse, die bei dieser Arbeit gesammelt werden, sind wichtig, um ein praktikables System für den Markt zu etablieren und weiterzuentwickeln. Damit wird ein ganz entscheidender Aspekt deutlich: GOTS ist kein statischer, sondern ein dynamischer Standard, bei dem es auch und gerade um eine kontinuierliche und konsequente Weiterentwicklung besserer Textilverarbeitungsmethoden geht. Im Rahmen dieser kontinuierlichen Verbesserung arbeitet GOTS mit internationalen Stakeholdern zusammen, etwa der Textil- und Bekleidungsindustrie, Lieferanten von Chemikalien, der

Bio-Landwirtschaft und Umweltorganisationen, Gruppen für Arbeitsrechte und Gewerkschaften. Der internationale Ansatz spielt dabei eine entscheidende Rolle, denn: „Im Gegensatz zu rein nationalen Standards trägt er auch dazu bei, die Hürden für den internationalen Handel abzubauen.“ Und auch das gelingt nur in dem Maße, wie der Standard glaubwürdig ist. Um diese Glaubwürdigkeit zu gewährleisten, setzt GOTS auf ein zweistufiges System. Zum einen mittels der beschriebenen Zertifizierungsverfahren, zum anderen jedoch auch durch den Schutz des Labels. „Wenn es Belege für einen Missbrauch des GOTS-Labels oder der Referenz auf eine GOTS-Zertifizierung gibt, führen wir Ermittlungen durch und erlegen Sanktionen auf“, lautet die unmissverständliche Ansage. Damit schließt sich der Kreis zu dem bereits eingangs für GOTS klar definierten Ziel, dass textilverarbeitende und -herstellende Unternehmen ihre ökologisch erzeugten Produkte mit einer Zertifizierung anbieten können, die auf allen relevanten Märkten anerkannt wird und damit letztlich Endverbrauchern bei ihrer Kaufentscheidung Sicherheit gibt. <

Weiterführende Informationen:

Auf www.global-standard.org finden interessierte Unternehmen den kompletten Lizenzierungs- und Labelling-Leitfaden. Ebenfalls auf dieser Webseite sind häufig gestellte Fragen zu Betriebs- und Produktzertifizierung ebenso gelistet wie weltweit zugelassene Zertifizierungsstellen inklusive der von ihnen entsprechend zertifizierbaren Anwendungsbereiche.

Richtiges Labelling: GOTS-Kennzeichnung in zwei Labelstufen

Labelstufe 1: Verwendung von 95 – 100% Bio-Fasern:



Organic oder kbA, kbT
Zertifiziert von [certifier's ref.]
Lizenz Nr. 12345

Labelstufe 2: Verwendung von 70 – 94% Bio-Fasern:



Hergestellt aus (x %) kbA/kbT-Fasern
Zertifiziert von [certifier's ref.]
Lizenz Nr. 12345

Nur Textilien, die gemäß den Bestimmungen des Standards produziert und zertifiziert wurden, dürfen die GOTS-Kennzeichnung tragen. Der Standard sieht eine Unterteilung in zwei Kennzeichnungsstufen vor:

- **Kennzeichnungsstufe 1:** „kbA/kbT“ bzw. „organic“ ≥ 95 Prozent kontrolliert biologisch erzeugte Fasern, ≤ 5 Prozent konventionell erzeugte natürliche oder bestimmte Chemiefasern
- **Kennzeichnungsstufe 2:** „hergestellt aus X% kbA/kbT Fasern“ bzw. „made with organic“ ≥ 70 Prozent kontrolliert biologisch erzeugte Fasern, ≤ 30 Prozent konventionell erzeugte Fasern, aber maximal 10 Prozent Chemiefasern (bis zu 25 Prozent bei Strümpfen, Leggings und Sportkleidung), sofern diese nicht von zertifiziert biologischen, aus nachhaltiger Forstwirtschaft kommenden oder recycelten Rohstoffen stammen.
- **Dazu kommen die Angabe des Zertifizierers sowie die Lizenznummer des zertifizierten Unternehmens.**



stilolinea[®]
WRITING INSTRUMENTS SINCE 1972

Recycled

RECYCLING PLASTICS FROM
END-OF-LIFE DURABLE GOODS

IT REQUIRES LESS THEN 20% OF THE
ENERGY NEEDED TO PRODUCE VIRGIN
MATERIAL FROM PETROLCHEMICALS

GUARANTEED SAVING OF HUGE
QUANTITIES OF GREENHOUSE
GASES

★ OLD THINGS TURNED
INTO NEW PENS ★



r-Pet

RECYCLING OF PLASTIC FROM BOTTLES

PET CAN BE TRANSFORMED REPEATEDLY
FOR THE PRODUCTION OF VALUABLE
PRODUCTS

THE TRANSFORMATION OF PET SAVES 50%
OF ENERGY COMPARED TO THE
PRODUCTION OF NEW PET



Bio-degradable

GAS EMISSIONS REDUCTION

NON-RENEWABLE
RESOURCE SAVINGS

LOWER ENERGY CONSUMPTION

FROM BIODEGRADABLE
NON-TOXIC MATERIALS



A TREE AS
A GIFT BUYING STILOLINEA
ECO-PENS



compostable
7H0033

★ PLA MATERIAL ★





Did you know
that silver ions are
potentially harmful?



iPROTECT ZINC IONS,

THE UNIQUE PEN WITH
A NATURAL ACTIVE
PRINCIPLE

NO BIOCIDES >>> NON TOXIC

NON-OXIDATION >>> PROTECTION NO LIMITS

MICROBIOLOGICAL TESTS CERTIFICATION



100% MADE IN ITALY

STILOLINEA - Via Toscana, 26
10099 San Mauro T.se (TO) ITALY
Ph +39 011 2236350 - Fax +39 011 2236337
info@stilolinea.it - www.stilolinea.it



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.



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

Luftiger Sonnenschutz

Das 5-Panel-Baseball-Cap Breezy von Inspirion ist in vier Farben erhältlich und darf im Sommer natürlich nicht fehlen. Vier Segmente bestehen aus einem luftdurchlässigen Netzstoff, sodass der Träger auch an heißen Tagen einen kühlen Kopf bewahrt. Durch den größenverstellbaren Kopfvverschluss ist das Cap flexibel anpassbar. Das verstärkte Frontsegment in Weiß ist ideal geeignet für einen aufmerksamkeitsstarken Werbeplatz für das Logo des Kunden.



PSI 40807 • Gabriele Bühring
 Tel +49 4154 79540-0
 vertrieb@buehring-shop.com
 www.buehring-shop.com

Starkes Organisationstalent

Der neue Kabelhalter Multi-Snap von Bühring ist aus PU oder Vollrindnappa und fällt durch seine fast runde Form ins Auge. Multi-Snap ist ein Multi-Talent und kann, wenn er gerade keine Kabel ordnet, die Kamera am Notebook, Tablet oder Smartphone abdecken. Das Produkt lässt sich auch in individuellen Formen oder Größen aus zahlreichen Materialien und Farben herstellen und innen oder außen dezent blind prägen. Die Lieferzeit beträgt circa fünf bis sechs Wochen nach Muster- und Logofreigabe, abhängig von Menge, Material und Farbe. Der langjährige indische Lieferantenpartner von Gabriele Bühring ist zertifiziert durch SGS gemäß OHSAS 18001:2007. Multi Snap lässt sich aber auch in Deutschland produzieren, was eine kürzere Lieferzeit bedeutet. Verpackt wird zu mehreren lose im Karton.



Plüschtierwelt

40 Jahre Kompetenz in Plüsch

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



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



TRIGON Deutschland GmbH

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



PSI 43420
Euroschild Eberhard Goebel GmbH & Co.KG
Tel +49 731 140130
info@euroschild.com
www.euroschild.com



Kontrastreiche Farbakzente

Der birdiepal seasons W209 von Euroschild Eberhard Goebel ist ein moderner Lifestyle-City-Automatikstockschirm mit intensivem Farbeffekt für Sie und Ihn. Das Qualitätsprodukt ist zu 100% windbeständig, da sein stabiles Gestell aus Glasfasern hergestellt ist. Der Schaft, die Griffelemente sowie die Innenseite des Bezugs sind in leuchtendem Orange ausgeführt. Alle anderen Elemente kommen in Schwarz matt, so dass der Orangeton noch mehr zur Geltung kommt. Das Gestell beinhaltet acht extra verstärkte Glasfaserstreben. Die zuverlässige Öffnungsautomatik wird ausgelöst mit einer im Griff integrierten Taste. Der handsympathische Griff ist aus EVA-Hartschaum und erzeugt ein trockenes und rutschfestes Gefühl bei Nässe. Der hochwertige Bezug aus Polyester ist außen in Schwarz, innen PU-beschichtet in knalligem Orange ausgeführt. Last but not least verfügt der Automatikstockschirm über eine moderne und praktische Nylon-Schutzhülle zum Umhängen mit Netzeinsatz für optimale Belüftung. Ein Marken-Label gibt es an der Hülle und am Bezug. Der Schirm bietet zudem auch Schutz vor schädlicher UV-Strahlung mit dem höchsten Schutzwert UPF 50+.

Schwarzwälder-Kirsch-Köstlichkeit

Als Unternehmen mit Sitz am Rande des Schwarzwalds ist für Kalfany Süße Werbung selbstverständlich mit regionalen Süßwarenpartnern zu kooperieren und neue süße Leckereien zu entwickeln. Köstlichkeiten, die den Werbemittelmarkt über regionale Grenzen hinaus begeistern. So entstand eine gefüllte Schwarzwälder-Kirsch-Praline der Marke Schwarzwald Chocolate, ohne Alkohol, aber mit jeder Menge Schwarzwald-Feeling im Herzen. Die Verpackung kann je nach Unternehmen in einem schicken Design gestaltet werden. Die gefüllten Vollmilchschokoladen-Pralinen, mit mindestens 32 Prozent Kakao, werden einzeln in Werbeflowpacks verpackt und betören die Kundschaft mit zartschmelzendem Geschmack nach Schwarzwälder Kirschtorte.



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



NEU

emsa

JETZT **DREHT SICH**
DER EMSA BESTSELLER
NOCH **EINFACHER!**



+

NEU

FÜR NOCH
**LEICHTERES
AUFDREHEN**

TRAVEL MUG

Easy Twist



Besser mit dem Blauen Engel

Die naturfarbenen memo Taschen und Beutel aus Bio-Baumwolle sind einzigartig in ihrer Art. Nicht nur, weil sie aus GOTS- und Fairtrade-zertifizierter Bio-Baumwolle hergestellt sind, sondern auch weil sie als bisher einzige weltweit das Umweltzeichen Blauer Engel tragen dürfen. Sie erfüllen damit besonders hohe ökologische und soziale Standards und belasten Mensch, Klima und Umwelt so wenig wie möglich mit Schadstoffen – und das ist viel mehr, als die meisten vergleichbaren Produkte auf dem Markt von sich behaupten können. Und noch ein Vorteil: Beim Anbau von Bio-Baumwolle werden enorme Wassermengen gespart: Eine Tasche aus konventioneller Baumwolle benötigt in der Herstellung rund 2.200 Liter Wasser, die Tasche aus Bio-Baumwolle knapp 90% weniger!



Zu 100 Prozent nachhaltig

Mit den OceanTowels von Alta Seta investieren werbende Unternehmen in die Zukunft. Für die individuell gewebten OceanTowels verwendet das Traditionsunternehmen aus Niedersachsen vorzugsweise Kunststoffe, die in den Meeren gesammelt werden – für eine bessere Umwelt. Aus diesem Grund bieten die Spezialisten leichte, angenehm weiche und vegane OceanTowels aus recycelten Garnen an. Vom Gewinn durch den Verkauf dieser Tücher aus recyceltem Polyester gehen zwei Prozent an One Earth One Ocean e. V. Die Umweltschutz-Organisation finanziert sich ausschließlich durch Spenden.



PSI 42874 • Brecht Profashion GmbH
Tel +49 7252 7900
info@brecht-profashion.de
www.brecht-profashion.de

Antistatische Garderobe

Die neuen ESD-Artikel aus Mikropolyester von Brecht Profashion haben eine besonders weiche Struktur und sind dennoch enorm formbeständig. ESD steht für elektrostatische Entladungen, zu englisch electrostatic discharge. Der spezielle zweischichtige Aufbau des Gestrickes ermöglicht den Mix aus hautsympathischer Baumwolle auf der Innenseite und strapazierfähigem, farbintensivem Mikropolyester auf der Außenseite. Durch die Polyesterfaser bleibt die Farbe auch nach vielen Waschgängen brillant und die Shirts wirken stets gepflegt. Neue Technologien ermöglichen die Produktion atmungsaktiver ESD-Textilien aus Mikropolyester und Coolmax® All Season: Durch die Verwendung von technologisch innovativen Fasern sind die Textilien äußerst trage angenehm und entsprechen den gültigen Sicherheitsbestimmungen. ESD-Schutzkleidung ist nach DIN EN 61340-5-1 zertifiziert.

FACT

by FARE®

waterSAVE

Jeder Tropfen zählt: Das neue Bezugsmaterial macht aus FARE®-Schirmen wahre Umweltschützer. #FAREfact



» Weitere Facts finden Sie unter

www.fare.de/feed



PSI 45666 • Halfar System GmbH
Tel +49 521 98244-0
info@halfar.com
www.halfar.com

Recycling Circle

Das Obermaterial der neuen Circle-Taschenserie mit Rucksack, Shopper und Umhängetasche von Halfar® besteht aus rPET, also Fasern, die aus recycelten PET-Flaschen gewonnen werden. Die praktischen Transporthelfer bestechen durch ihre klare, aufgeräumte Formensprache. Urban und minimalistisch kommen die drei Taschen in hellgrau meliert, blau-grau meliert und schwarz meliert daher. Charakteristisch für den Rucksack Circle ist die Kurierform mit Steckverschluss und Reißverschluss-Hauptfach. Ein gepolstertes Einsteckfach und ein Organizer sorgen für reichlich Platz. Eine seitliche Reißverschluss-Vortasche und die zwei Seitenfächer verstauen kleinere Dinge, Trinkflaschen und mehr. Auch Shopper und Umhängetasche verfügen über praktische Fächer außen. Ihre geräumigen Reißverschluss-Hauptfächer und die Tragegriffe respektive Gurte machen den Alltag bequemer. Zur Nachhaltigkeit der Serie trägt außerdem bei, dass die Taschen ohne PVC auskommen.



PSI 49767 • J.S. Fashion GmbH
Tel +49 2871 241650
info@js-fashion-gmbh.de
www.js-fashion-gmbh.de

Frische Corporate Workwear

Das aktuelle Set von J.S. Fashion, bestehend aus Hosenträger, Socken und Schleife, wahlweise auch mit Krawatte, bedient den modebewussten Mann oder stylischen Mitarbeiter. Das umgehend ab Lager bestellbare Sortiment wird ausschließlich aus besten Materialien hergestellt, um Komfort, Qualität und Passform zu gewährleisten. Das nach Öko-Tex Standard 100 zertifizierte Set wird in einer Geschenkbox verpackt und eignet sich, auf Wunsch mit dem Kundenlogo individualisiert, auch als Werbegeschenk. Immer dem modischen Zeitgeschehen voraus, arbeitet die Design- und Entwicklungsabteilung von J.S. Fashion auch an neuen Modellen aus recyceltem Polyester. Viele der Artikel sind auch einzeln lieferbar und in vielen weiteren Farben erhältlich.

PRODUCT FINDER

NEU!

TEILEN SIE
INDIVIDUALISIERTE
PRODUKTLISTEN
MIT IHREN KUNDEN!



**ICH SEH´ SCHWARZ...
ROT, GOLD!**

**QUALITÄTSWERBEMITTEL
AUS DEUTSCHLAND!**

WWW.PSIPRODUCTFINDER.DE/DEUTSCH



PSI 46918 • Filanti S.R.L.
Tel +39 031 563668
info@filanti.com
www.filanti.com

Attraktiv und anschmiegsam

Die attraktiven, weichen und anschmiegsamen Schals von Filanti sind aus biologischer Baumwolle gefertigt und mit dem Umweltsiegel GOTS zertifiziert. Made in Italy, sind die schmucken Tücher neutral in verschiedenen Farben und Größen sowie mit eingewebtem Logo umsetzbar, dies ab einer Mindestmenge von 100 Stück. Die Verpackung wird ebenfalls in Italien hergestellt und besteht aus 100 Prozent recyceltem Fedrigoni Paper. Es werden keine Plastikhüllen mehr verwendet: Die Schals kommen in Seidenpapier eingewickelt beim Kunden an.

Bunte Shirt-Welten

Die T-Shirt Kollektion von Stiefel mit dem fröhlichen Titel „Die Welt ist bunt ...“ beinhaltet sechs Motive und ist in hochwertiger 180 Gramm/Quadratmeter Baumwoll-Qualität gefertigt. Bei den Textilklassikern dreht es sich um bequeme, regulär geschnittene T-Shirts mit klassischem Kurzarmschnitt und Rundhalskragen, die in Schwarz sowie in den Größen von bis XS bis XXL lieferbar sind. Erhältlich sind die Shirts in drei verschiedenen Ausführungen. Mit Aufdruck einer leuchtenden Graphik der Welt, wobei die einzelnen Kontinente der Erde in bunten Farben dargestellt sind. Mittig darunter befindet sich der in Weiß ausgeführte Schriftzug „Die Welt ist bunt“. Entwickelt für alle Globetrotter, lebensfrohen Weltbummler und Reiselustigen. Weiters mit aufgedruckten bunten Kontinenten, vertikal angeordnet, mit englischen Bezeichnungen in weißer Schrift. Last but not least gibt es auch das T-Shirt-Modell Bavaria für alle, die mit dem Freistaat Bayern Heimatverbundenheit und schöne Urlaube verbinden: Aufgedruckt ist ein weißer „BAVARIA“-Schriftzug, wobei der Buchstabe „A“ als Kartenumriss den Freistaat Bayern darstellt.

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



Spitzenqualität!

besondere Regenschirme



PSI 60144 • Slimpuro / EDCE Ventures Ltd.
Tel + 49 3062938977
info@slimpuro.com
www.slimpuro.com

Praktisch und sicher

Das ZNAP Slim Wallet von Slimpuro vereint den Komfort einer klassischen Geldbörse mit vollwertigem Geldscheinfach und entfernbarem Münzfach mit den Vorteilen eines reinen ultra schlanken Kartenetuis. Es wurde mit höchster Sorgfalt aus einem Stück Aluminium gefräst. Hochwertige und langlebige Materialien, wie Echtleder und Korkstoff runden das Etui perfekt ab. Das Etui ist zudem RFID geschützt und verhindert so garantiert unerwünschtes Auslesen der Daten. Das kompakte Design mit abgerundeten Kanten erlaubt eine bequeme Platzierung in der vorderen Hosentasche. Slimpuro ist ein junges Startup für innovative Slim Wallets und passende Accessoires. Kreativ und unermüdlich streben sie danach, ihre Produkte stetig weiterzuentwickeln und das Beste aus ihnen herauszuholen.



Jetzt aktuelle
Produktkataloge
anfordern!
www.euroschirm.com

Fon +49 (0)731-140130 • info@euroschirm.com

E.L. CRAVATTE

E-TAIL • DISTRIBUTOR • WHOLESALE

Ihr Spezialist für Damen-, Kinder-
und Herrenaccessoires

Bedruckung möglich ab 10 Stück

Maßgeschneiderte Accessoires
schon ab 30 Stück

Krawattenspezialist.de
Fliegenspezialist.de
Ledergürtelspezialist.de

Hosenträgerspezialist.de
Accessoirespezialist.de
Manschettenknöpfespezialist.de

Alle Wetter

Das Multifunktionsstuch Trendy von Inspirion ist ein multifunktionales Accessoire, das zu keiner Jahreszeit fehlen sollte. Es bietet Schutz bei Hitze, Kälte und Wind. Egal, ob als Stirnband, Schal oder Zopfband: Der Trendartikel ist in acht unterschiedlichen Farben erhältlich, kommt als wahres Unisex-Produkt daher und bietet eine prominente Werbefläche für ein Logo.



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



PSI 46786 • Merkel GmbH
Tel +49 7121 69926-70
lindamerkel@stickereimerkel.de
www.stickereimerkel.de

Smarte Textilveredelung

Als aktuellen Trend in der Textilveredelung bietet die Oberflächenveredelung per Laser, umgesetzt von Merkel, den Vorteil der schnellen und unkomplizierten Realisation. Bei der überaus modernen Art der Textilveredelung per Gravur handelt es sich um eine permanente Veredelungsart, welche die Struktur des Stoffes verändert und nicht auswaschbar ist. Das Motiv wird dabei mit einem Laserstrahl in die Textilien eingraviert.

Dauerhafte Präsenz

Ganz gleich ob bei der Arbeit, beim Klettern, Autofahren oder sonstigen Aktivitäten unterwegs im In- und Outdoor-Bereich: Die werbestarken Bauhelm-Schlüsselanhänger von Anda Present sorgen am Hosensbund oder Schlüsselbund für eine stets präsente, aufmerksamkeitsstarke Inszenierung. Die kleinen, detailtreu ausgeführten Kunststoff-Bauhelm-Miniaturen sind in verschiedenen Farben erhältlich und eignen sich ideal als Markenbotschafter. Dies natürlich nicht nur auf der Baustelle sondern überall, wo Menschen und Kundenkontakte sind. UV LED Druck sorgt für eine haltbare Individualisierung in Fotoqualität.



PSI 45753 • Anda Present Ltd.
Tel +36 1 210 0758
export@andapresent.com
www.andapresent.com



ZAGŁOSUJ
KONKURS
pos stars by OOH
Najlepsze display
WYGRAJ NA

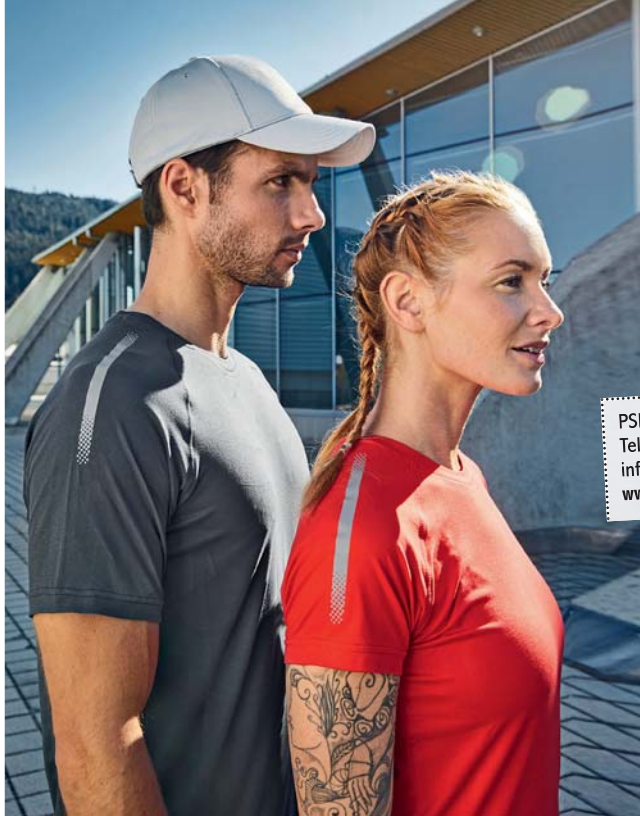
Marketing Festival

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



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



Sportliches aus Recycled Polyester

Jedes Jahr ergänzt Daiber sein Sortiment von James & Nicholson und myrtle beach um zahlreiche Neuheiten. Die beiden Marken bieten eines der breitesten Sortimente für modische Corporate Fashion und Workwear. Aktuell im Mittelpunkt: die neue Workwear-Linie Solid Style sowie die innovative Sportkollektion aus recyceltem Polyester. Die Sportkollektion 2020 zeichnet sich durch die innovative Verwendung von recyceltem Polyester und durch einen modernen Look aus. Reduziert in der Farbgebung wie titan, black, white, bright-red, mit viel Platz für die individuelle Veredelung. Die Funktions-Shirts sind atmungsaktiv, feuchtigkeitsregulierend und schnell trocknend und somit ideal für Sport und Freizeit. Durch die Herstellung eines Sport T-Shirts werden beispielsweise 25 Halbliter-PET-Flaschen recycelt. Zu haben ist zudem eine multifunktionale Longsleeve-Variante, die sich auch als Unterzieher eignet. Shorts und Lauf-Tights in unterschiedlichen Längen sowie modische Jacken mit angeschnittener Kapuze runden das lässige Sportoutfit ab. Zusätzlich ergänzen neue Jacken, Accessoires und Headwear das umfangreiche Programm der beiden Marken.



Schickes fürs Köpfchen

Schicke Caps liegen derzeit wieder voll im Trend. Ein Trend, der bei Macma Programm ist: Denn mit seinen verschiedenen, attraktiven Cap-Modellen trifft das Unternehmen aus dem Frankenland voll ins Schwarze. Die schicke Kopfbekleidung verfügt über ein Polyester-Netz und einen praktischen Schnellverschluss. Zudem sind die kurzfristig verfügbaren Produkte AZO-frei gefärbt. Als Werbung empfiehlt sich eine Stickerei auf der Vorderseite der Cap.

PSI 40909 • Macma Werbeartikel oHG
Tel +49 911 9818133
verkauf@macma.de
www.macma.de

Modische Accessoires

Der polnische Hersteller von modischen Textil-Accessories für Frauen und Männer, Promo-House, präsentiert für diese Saison seine neue Kollektion an kundenindividuellen Krawatten, Fliegen und Bändern im geschmackvollen Look. Mit viel Erfahrung in Sachen Textilherstellung und -veredelung, garantiert Promo-House die punktgenaue, maßgeschneiderte Umsetzung der auch in kleinen Mengen bestellbaren Textilien, ganz gleich, ob es sich um die Veredelung mit einem Logo handelt oder um ein modisches Accessoire in der Farbe der Unternehmens-CI des Kunden. Gemäß gängiger Modertrends werden die aus Seide, Wolle, Modal oder aus einer Kombination verschiedener Gewebe hergestellten Werbetextilien wahlweise per Digital- oder Screenprint veredelt.



PSI 48917 • Promo-House
Tel +48 12 4114242
info1@krawaty.info
www.krawaty.info



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

Cooler Caps

Heute sind Caps als Zeichen der Lässigkeit nicht mehr als Kopfbedeckung aus dem Kleiderschrank wegzudenken. Die Caps von L&S sind praktische Allrounder, die jedem Outfit Individualität verleihen. Ein Cap geht immer. L&S bietet eine große, hochwertige Bandbreite an Caps aus Polyester, Nylon oder Baumwolle. Die coolen Accessoires können hochwertig nach Kundenwunsch bedruckt oder bestickt werden. Weitere Features wie Netzelemente, Snapback-Verschlüsse oder Nietendekor sind ebenfalls wählbar. Die Werbebotschaft wird gut sichtbar auf dem Cap angebracht. Mehr Informationen sind unter www.lunds-gmbh.com zu finden.

Anzeige-

ANSTOSSKAPPEN NACH NORM

ZERTIFIZIERTE
SICHERHEIT IM
KOPFSCHUTZ!

VOSS-Cap neo,
Kornblau



SAFETY
MADE IN
GERMANY

VOSS
HELM E

www.VOSS-HELM E.de

Sicherheit durch

Qualität ✓



Basecaps mit LED

Bei Lumitoys gibt es zwei neue, unübersehbare Basecaps, die individuelle Werbebotschaften oder Logos gekonnt in Szene setzen. Die Basecap Screen verfügt über ein breites LED-Display, welches mit verschiedenen Texten programmiert werden kann, wahlweise am Cap selbst oder alternativ per App. Zusätzlich zum herkömmlichen Zeichensatz mit Groß- und Kleinbuchstaben sowie Zahlen stehen hierfür außerdem verschiedene Symbole zur Verfügung. Das Basecap-Modell Multicolour punktet mit individuell gefertigtem Logo, welches vollflächig durch die LEDs zum Leuchten gebracht wird. Hierbei können je nach Bedarf sowohl einfarbige als auch Farbwechsel-LEDs zum Einsatz kommen. Beide Caps sind größenverstellbar. Es stehen verschiedene LED- und Materialfarben zur Auswahl. Eine zusätzliche individuelle Bestückung ist möglich.

PSI 46095 • Lumitoys-GmbH
Tel +49 2331 3775450
info@lumitoys.de
www.lumitoys.de



Ein Fächer voller Ideen

Das spanische Unternehmen Joseblay liefert Fächer in nahezu jeder gewünschten Ausführung. Die handgefertigten Lüfterfrischer sind sowohl für das effektvolle Marketing kleiner als auch großer Unternehmen bestimmt. Die für den Einsatz von individuellen Kundenevents idealen Werbeprodukte lassen sich ab einer Stückzahl von 48 Stück individuell im vollfarbig und vollflächig bedrucken. Damit werden die attraktiven Fächer von Joseblay im Rahmen eines Theaterbesuchs oder Sport- und anderweitigen Ereignisses zum aufmerksamkeitsstarken und somit werbewirksamen Eye-Catcher.

PSI 47670 • Abanicos Jose Blay S.A.
Tel +34 961 513097
info@joseblay.com
www.joseblay.com



Erhaben veredelt

LoopNation verfügt über ein breites Kappen-Sortiment und bietet von der klassischen Sechs-Panel-Cap mit 3D Stick bis zur verspielten Unstructured Canvas-Cap mit All Over Sublimations-Print im Wunschdesign verschiedenste Ausführungen derlei Kopfbedeckungen an. Individuell gestaltet mit eigenem Logo. Ob 3D Stick, Kunstlederpatch mit Logoprägung oder Weblabel im eigenen Design: Bei LoopNation kann der Kunde seine Cap bereits ab 100 Stück vollständig nach eigenen Vorgaben gestalten.



Workwear mit Stick

Leidenschaft, Verlässlichkeit, Ästhetik: Das sind Werte, die dem Textilveredeler Klam Stickerei seit mehr als 30 Jahren besonders am Herzen liegen. Klam bestickt Textilien aller Art mit Logos, Mission Statements oder Namen, ab einer Kleinstmenge von nur einem Teil. Durch die direkte Veredelung vor Ort sind schnelle Lieferzeiten garantiert. Zudem erstellen die Schwaben auch Designs für individuelle Unternehmenskollektionen und realisieren entsprechende Sonderproduktionen.



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

Anspruchsvoll und leicht zu tragen

Wer eine leichte, höchsten Ansprüchen genügende Allround-Jacke sucht, ist mit den bei Fifty Five erhältlichen Softshell-Jacken Hazel für Damen und Labrador für Herren bestens aufgehoben: Neben einer Atmungsaktivität von 3.000 g/m² und einer Wasserdichte von 8.000 Millimetern sind sie zudem 100 Prozent PFOA/PFOS-frei. Nützliche Details sind etwa die drei Außen- und zwei Innentaschen, die abnehmbare, einrollbare und verstellbare Kapuze sowie eine Saum- und Ärmelbündchen-Regulierung. Die Werbebotschaft kann per Print oder Stick auf der Jacke angebracht werden, Lagerware gibt's ab einem Stück. Eigene Produktionen sind ab 500 Stück pro Style respektive Farbe mit Logo möglich. Damenjacken in der Farbkombination Violet-Gelb sowie Schwarz-Stone gibt es in Größen von 36 bis 48, Herrenmodelle in Schwarz-Stone oder Hellblau-Dunkelblau in Größen von S bis 6XL.

Perfekter Kopfschutz

Nicht nur durch herabfallende oder pendelnde Gegenstände kann man sich verletzen, wenn kein Schutzhelm nach EN 397 getragen wird. Auch an fest- oder hervorstehenden Geräten und Maschinen kann man sich den Kopf stoßen oder schürfen. Dagegen schützt die Anstoßkappe nach EN 812 des Unternehmens Voss-Helme. Die Voss-Caps schließen die Lücke im Helmangebot für die Anwendungsbereiche, für die der Gesetzgeber zwar keinen Schutzhelm vorsieht, in denen der Arbeitsalltag uns jedoch immer wieder die Notwendigkeit des Schutzes vor Augen führt. Sicherheit, Komfort und Design einer modischen Baseball-Kappe werden immer häufiger getragen an Montagebändern sowie etwa im Lager, in der Landwirtschaft, von Staplerfahrern, Kranführern, Bahnarbeitern, Schweißern, Flughafenbediensteten, in Schlachtereien und im Freizeitbereich.

PSI 48682 • Voll-Helme GmbH & Co. KG
 Tel +49 5139 959530
 info@voll-helme.de
 www.voll-helme.de



„EINER FÜR HUNDERTE“



- ✓ HOCHWERTIGER EDELSTAHL, SPÜLMASCHINENGEEIGNET
- ✓ NACHHALTIG UND IMMER WIEDER VERWENDBAR
- ✓ KEINE VERLETZUNGSGEFAHR WIE BEI GLAS STROHHALMEN
- ✓ ROBUST UND ANGENEHMER ALS BAMBUS, PAPIER ODER STROH
- ✓ VOLLSTÄNDIG RECYCLEBAR
- ✓ KEIN AUFSCHWIMMEN WIE BEI PLASTIK, PAPIER ODER STROH

Einzeln oder als individuelles Set mit attraktiven Verpackungsmöglichkeiten.
Nur bei uns: Praktischer Spülmaschinenhalter optional.
Kurze Lieferzeiten. Mindestmenge: 100 Stück.



„GENUSS OHNE VERWÄSSERN“

- ✓ HOCHWERTIGER EDELSTAHL, SPÜLMASCHINENGEEIGNET
- ✓ IMMER WIEDER VERWENDBAR
- ✓ HERVORRAGENDE KÜHLUNG OHNE DAS GETRÄNK ZU VERWÄSSERN
- ✓ ANSPRECHENDE UND EDLE OPTIK



Kühlen ohne zu verwässern dadurch z.B. auch für Wein, Bier und Milch geeignet.
Lasergravur auf bis zu vier Seiten möglich.
Einzeln oder in attraktiven, nachhaltigen Set Verpackungen.
Kurze Lieferzeiten. Mindestmenge: 100 Stück.



Cookie Cutter®
WE SHAPE THE WORLD!

ASSCA GmbH
Cookie Cutter®
Heinrich-Hertz-Str. 28
78052 Villingen-Schwenningen
☎ +49 (0) 7721 68091-50
☎ +49 (0) 7721 68091-50
✉ info@cookiecutter.de

www.cookiecutter.de

REFLECTS übernimmt GOPROM

Die goprom Handelsgesellschaft mbH mit Sitz in Bochum wird – wie nun bekannt wurde – ihren Geschäftsbetrieb nicht einstellen, sondern alle ihre neuen Aufträge über die REFLECTS GmbH aus Köln annehmen und abwickeln. „Ein großes Plus für die Kunden“, so Tobias Gottwald, Geschäftsführer und Inhaber der GOPROM Handelsgesellschaft mbH, und Meinhard Mombauer, Geschäftsführender Gesellschafter der REFLECTS GmbH, die sich freuen, dass es weitergeht. Um einen optimalen Übergang für die Kunden zu ermöglichen, stehen natürlich auch alle bisherigen Produktionspartner zur Verfügung. Somit bleibt für die Kunden das gewohnte Sortiment erhalten, lediglich Baumwolltaschen und Hüte werden nicht weiter geführt. Zusätzlich haben die Kunden nun die Möglichkeit, auf das umfangreiche Sortiment von REFLECTS und seinen Marken zuzugreifen. Die GOPROM Internetseite bleibt weiterhin erreichbar. Wie die beiden Unternehmen betonen, bleibt das Angebot „selbstverständlich ausschließlich dem Werbeartikelhandel vorbehalten“.

REFLECTS hat über 30 Jahre Erfahrung im Sortimentsbereich von GOPROM. Schließlich liegen die Wurzeln des 1988 in Köln gegründeten Unternehmens in kleinen, ansteckbaren Werbebotschaften aus Metall. Eine feste Säule der fünf Kernkompetenzen von REFLECTS sind individuelle Konzepte wie Pins, Lanyards, Einkaufswagenchips, Schlüsselanhänger und Mehrweg-Taschen. GOPROM als Spezialist für Lanyards, Mein Johann, Einkaufswagenchips, Schlüsselanhänger, Digi-Cleaner, Pins und Co. gibt somit sein Geschäft in die Hände des erfahrenen Teams von REFLECTS.

Das Kölner Unternehmen REFLECTS ist Multispezialist für haptische Werbeartikel. Seit seiner Gründung im Jahr 1988 macht REFLECTS als Hersteller und Importeur von Werbemitteln Botschaften greifbar und Unternehmen sichtbar. Das Sortiment umfasst weit mehr als 1.000 Produkte aus den Bereichen Elektronik, Metallartikel, Drinkware, Büroaccessoires und Uhren. Mehr als 100 Beschäftigte an dem Standort in der Rheinmetropole Köln und dem Partner REFLECTS Hongkong sorgen mithilfe von Veredelungstechniken wie Lasergravur, Tampondruck, UV-Druck und Doming für die optimale Inszenierung der Werbebotschaften.

Das Sortiment umfasst weit mehr als 1.000 Produkte aus den Bereichen Elektronik, Metallartikel, Drinkware, Büroaccessoires und Uhren. Mehr als 100 Beschäftigte an dem Standort in der Rheinmetropole Köln und dem Partner REFLECTS Hongkong sorgen mithilfe von Veredelungstechniken wie Lasergravur, Tampondruck, UV-Druck und Doming für die optimale Inszenierung der Werbebotschaften.

Kontakt: www.goprom.de • www.reflects.com

reflects.
goprom



REFLECTS



Mitarbeiter sammeln für Kinder

Soziales Engagement gehört für die Gustav Daiber GmbH seit langem zum Arbeitsalltag dazu. Auch Ende letzten Jahres hatten die Mitarbeiter*innen unter dem Motto „Gemeinsam Gutes tun“ wieder fleißig gespendet. Zugute kommt der Gesamtbetrag von 1.000 Euro diesmal dem evangelischen Ferienwaldheim in Tailfingen. Kürzlich nun kam es zur Spendenübergabe im Daiber-Stammsitz. Ob für das Geld Bälle, Bastelmaterial oder neue Küchenutensilien angeschafft werden, steht noch nicht fest. Eins ist aber sicher: Die Schulkinder werden wieder viel Freude an den neuen Utensilien haben.

www.daiber.de

Freude bei der Übergabe: Daiber-Geschäftsführer Kai Gminder überreicht den symbolischen Scheck an Birgit Bech, Waldheimleitung Tailfingen.



Festival der Inspiration

Am 9. und 10. September 2020 findet im Ausstellungs- und Handelszentrum EXPO XXI in Warschau die Messe „Marketing Festival“ statt. Das nach Angaben des Veranstalters OOH magazine größte polnische Event in der zweiten Jahreshälfte ist eine „einzigartige Verbindung aus Messe, Schulungen, Präsentationen und Konferenzen“, wie aus dem polnischen Katowice zu hören ist. Im vergangenen Jahr trafen 5.600 Besucher auf 270 Aussteller. Zu diesen gehören Werbeartikelhersteller, Drucker und Eventveranstalter. Das Festival richtet sich an einen ausgewählten Besucherkreis. Personen, die nicht aus der Werbebranche kommen, haben ausdrücklich keinen Zutritt. Der Veranstalter legt großen Wert auf die Qualität der Kontakte und weniger auf die Quantität. Im Rahmen der Messe werden zwei Konferenzen stattfinden: „Marketing Mix“ und „Event Mix“. Die Konferenz „Marketing Mix“ richtet sich an Vertreter aus Werbeagenturen und Marketingabteilungen. Der Fokus liegt in diesem Jahr auf Geschäftsbeziehungen (www.marketingmix.com.pl). Die Konferenz „Event Mix“ widmet sich dem Wirkungsgrad des Eventmarketings, aktuellen Trends sowie gefragten Lieferanten für die Branche (www.eventmix.com.pl). Über die Konferenzen hinaus wird es auch in diesem Jahr wieder die Wettbewerbe „Super Gift“ zur Ermittlung der besten Werbetartikel sowie „POS STARS“ geben. Bei Letzterem werden die besten Displays gekürt. Gezeigt werden Praxisbeispiele. www.festiwalmarketingu.pl.

Jon Birrell tritt als BPMA CEO zurück

Der britische Werbekartikelverband BPMA hat mitgeteilt, dass Jon Birrell seinen Posten als CEO zum April aufgeben wird, um in die Wirtschaft zurückzukehren. Sein Wissen, Input und seine Leidenschaft für die Werbekartikelbranche seien ein wertvoller Beitrag für BPMA gewesen, so der Verband in einer Stellungnahme. Birrells Entscheidung falle inmitten einer entscheidenden Entwicklungsphase bei BPMA, die komplett auf Nachhaltigkeit und Endkundenanalyse mit Blick auf Branchenstandards ausgerichtet sei, ließ der Verband wissen. Als Interims-CEO für das kommende Jahr konnte Carey Trevill gewonnen werden. Mit ihrer Expertise soll sie die maßgeblichen Projekte steuern. Durch ihre bisherigen Tätigkeiten unterstützt Carey Trevill bereits seit Langem die Arbeit von BPMA. Jon Birrell und sie werden bis April eng zusammenarbeiten. „Jon Birrell hat BPMA durch eine schwierige wirtschaftliche Phase geführt. Wir wünschen ihm für seine neuen Herausforderungen alles Gute“, betont die BPMA-Vorsitzende Angela Wagstaff. „Wir heißen Carey Trevill willkommen und sind uns sicher, dass unsere Mitglieder in diesen Zeiten wirtschaftlichen Umbruchs von ihrem Wissen profitieren werden.“

www.bpma.co.uk



Jon Birrell

Spezialist von Werbeschildern und -displays

Showdown Displays Europe stellt sich der Werbemittelindustrie als Hersteller und Anbieter von Beschilderungen, Displays und Werbeprodukten vor. Das Angebot reicht von Messeprodukten wie Theken und Textilwänden über POS-Artikel wie digitale Totems und Textilbannern bis hin zu Outdoor Displays wie Kundenstoppfern, Kreidetafeln, Beachflags und vielem mehr. Kurz gesagt: Alle Produkte für die visuelle Kommunikation und Werbung. Showdown Displays bietet seinen Kunden alles, was sie dafür benötigen. Von zuverlässigen leichten Mobilsystemen mit wunderschönen Farbdrucken bis hin zu bewegten Bildern auf digitalen Displays. Showdown Displays bietet alles, was für Werbung und Kommunikation notwendig

ist, wie beleuchtete Displays, Flaggen, Textilwände, Theken und digitale Displays. Mit seiner eigenen Produktionsstätte ist das Unternehmen auch in der Lage, maßgeschneiderte Lösungen anzubieten.

Showdown Displays Europe entstand durch den vielversprechenden Zusammenschluss zweier gut etablierter Unternehmen aus der Display-, Beschilderungs- und POS-Branche: Jansen Display (1995) und Promic Display Systems (2005). Dank der insgesamt fast 40-jährigen Erfahrung

verfügt das Unternehmen über die Kenntnisse und Fähigkeiten, um 3D-Werbung weiter voranzutreiben. Ab Mai diesen Jahres werden Jansen Display und Promic Display Systems ihren Kunden unter dem neuen Namen Showdown Displays Europe zur Verfügung stehen. Alle Showdown-Produkte können jedoch bereits jetzt bestellt werden. Aufträge und Anfragen werden ab sofort entgegengenommen. Kontakt unter:

**orders@showdowndisplays.eu –
www.showdowndisplays.eu/PSI**



Showdown Displays Europe

Engagement für Kinder in Not

Für JUNG since 1828 ist die jährliche Weihnachtsspendenaktion für das Albert-Schweitzer-Kinderdorf in Waldenburg inzwischen eine liebgewordene Tradition, die im Unternehmen keiner mehr missen möchte. Kürzlich nun konnte der Spezialist für geschmackvolle Werbung bereits zum dritten Mal in Folge einen großzügigen Spendenscheck an die gemeinnützige Organisation überreichen. Gespendet wurde ein Teil aus dem Verkaufserlös der Classic Wand Adventskalender und der Adventskalender 100 % Karton. Mit stolzen 13.000 Euro fiel die Spendensumme in diesem Jahr sogar besonders hoch aus.

Über dieses beachtliche Ergebnis, mit dem sich viel Gutes tun lässt, freut sich Wolfgang Bartole vom Vorstand des Kinderdorf-Trägervereins ebenso wie der JUNG since 1828 Geschäftsführer Arne Paul Bender. „Es ist für uns bei JUNG eine Herzensangelegenheit, dass wir dazu beitragen können, Kindern in Not wieder Geborgenheit und Zukunft zu geben“, so Arne P. Bender.

Das Albert-Schweitzer-Kinderdorf kümmert sich seit über 60 Jahren um Kinder, die dringend Hilfe, Schutz und ein liebevolles Zuhause benötigen. Dank der JUNG-Spende kann ein neues Familienhaus für eine zusätzliche Kinderdorffamilie, die im Sommer einziehen wird, mit Mobiliar und Spielsachen ausgestattet werden. Und es bleibt sogar noch Geld übrig für musikalisch-künstlerische Förderprojekte, die bei den Kindern sehr beliebt und so wichtig für ihre Persönlichkeitsentwicklung sind. Für die Kinder selbst wird die Unterstützung durch den Werbemittelhersteller zum

ganz besonderen Erlebnis, denn Wolfgang Bartole bringt reichlich Naschereien mit nach Hause, die von den JUNG Mitarbeitern liebevoll zusammengestellt wurden.

Da für JUNG since 1828 unternehmerischer Erfolg und soziale Verantwortung eng verknüpft sind, steht die nächste Spendenaktion an das Kinderdorf für die kommende Weihnachtssaison schon in den Startlöchern.

www.jung-europe.de



JUNG since 1828

Arne Paul Bender und Wolfgang Bartole (v.l.) bei der Spendenübergabe in Deutschlands einzigem Bonbonmuseum am JUNG Standort Vaihingen/Enz.

Exclusive Gifts vertritt LAMY im B2B Markt

Die eigens auf den Vertrieb ausländischer Marken für Wiederverkäufer spezialisierte Unternehmen Exclusive Gifts B2B GmbH mit Sitz in Hamburg wird zukünftig ausschließlich die Heidelberger Premium-Marke LAMY vertreten. Geschäftsführer Marco Kröhn kommentiert: „Mit der intensiveren Zusammenarbeit in Zukunft möchten wir gemeinsam mit LAMY die Servicequalität für unsere Kunden im Werbeartikelhandel weiter entwickeln. Dabei werden wir neben Deutschland und der Schweiz unser Können und Wissen ab sofort auch in Dänemark, Frankreich und Italien unter Beweis stellen. Um die neuen Märkte betreuen zu können, haben wir unser Team bereits zum Jahresstart entsprechend erweitert.“ Neben inter-



Das neue B2B Team von Exclusive Gifts (v.l.): Dana Giebeke, Denny Wong, Homa Bösch, Lucas Kalauch, Victoria Gutsmiedl, Marco Kröhn.

interessanten Neuheiten im Schreibgeräte Sortiment, wie zum Beispiel dem LAMY AL-Star black EMR für digitales Schreiben wie auf Papier, steht dieses Jahr mit

LAMY paper die Einführung der ersten eigene Notizbuch-Serie aus dem Hause LAMY an. „Wir erwarten ein spannendes Jahr 2020 und freuen uns gemeinsam mit LAMY auf die neuen Herausforderungen“, so Marco Kröhn.

Exclusive Gifts B2B

Kontakt: Official LAMY B2B Distribution DE, CH, DK, FR, IT, Exclusive Gifts B2B GmbH,
www.exclusive-gifts.com, LAMY@exclusive-gifts.com,
 Tel. +49 40 228679400



Neue Vertriebsleitung in Frankreich

BrandCharger hat John Del Rosario zum Handelsvertreter für Frankreich ernannt. Del Rosario hat viel Erfahrung mit der Präsentation und Bildung globaler Marken, wie z. B. dem Rubiks-Würfel und Plastoria. Sein Team soll den Vertrieb in Frankreich stärker vorantreiben. Del Rosario wird die Verwaltung und Entwicklung bestehender und neuer Konten und regionaler Beziehungen für BrandCharger übernehmen. „Wir freuen uns sehr, John Del Rosario in Frankreich mit an Bord zu haben. Dieses Land gehört zu den drei europäischen Märkten mit den höchsten Verkaufsumsätzen“, erklärt Ethan Ung, Vizepräsident BrandCharger Limited. „Nach der Einrichtung unserer Zweigniederlassung in Rotterdam Mitte 2019 und einer Ausdehnung unserer Geschäfte über Nordeuropa hinaus im Jahr 2020 war dies der nächste logische Schritt. Angesichts seiner Erfolgsbilanz in der Branche freuen wir uns sehr, mit John den richtigen Mann für den französischen Markt zu haben.“

BrandCharger ist ein anerkannter Player in der Werbeartikelbranche. Mit 19 Industrie-Auszeichnungen und zahlreichen Ernennungen weltweit in nur acht Jahren hat sich BrandCharger als ernsthafter Marktteilnehmer erwiesen. Außer in den Niederlanden betreibt BrandCharger Niederlassungen in Hong Kong, China und den Vereinigten Staaten von Amerika.

www.brandcharger.com

BrandCharger



Von links: Mike Stas (Vertriebsleiter Europa), John Del Rosario (Sales Agent France), Fleur Vernet (Vertriebsassistentin France), Ethan Ung (Vice President).

Mitte Februar hatte der Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft (GWW) zur Jahreshauptversammlung nach Offenbach eingeladen. Im Rahmen der Sitzung informierte der Vorstand die Mitglieder über die Verbandsarbeit des vergangenen Jahres, die Messen sowie aktuelle Projekte. Wenig Überraschendes bot die Vorstandswahl, die lediglich einen Positionswechsel ergab.

GWW Jahreshauptversammlung

Verbandsarbeit im Jahresrückblick

Um Vorfeld der Frühjahrs-Trend und des Newsweek-Auftakts trafen sich GWW-Mitglieder im zentral gelegenen Offenbach zur Jahreshauptversammlung. Eingangs begrüßte der Vorstandsvorsitzende Frank Dangmann die Teilnehmer und fasste, unterstützt von Geschäftsführer Ralf Samuel, die Aktivitäten des Dachverbands im laufenden Jahr zusammen. Der Blick auf die Mitgliederzahlen zeigt 67 Neubei-tritte, denen 20 Austritte gegenüberstehen. Mit dem Zuwachs von rund 50 Firmen sieht der GWW seine bisherige Strategie der Mitgliederwerbung bestätigt, die auch weiter fortgeführt werden soll. Hierzu gehört etwa die Verbreitung einer Broschüre, die die Vorteile der Mitgliedschaft anschaulich darstellt.

Branchenumsatz erneut gewachsen

Um der Branche laufend aktuelle Argumente für den Einsatz von Werbeartikeln an die Hand zu geben, wird der Werbeartikel-Monitor jährlich neu aufgelegt. Die Ergeb-

nisse zeigen erneut, dass Werbeträger zum Anfassen im digitalen Zeitalter an Bedeutung gewinnen. So stieg der Umsatz mit Werbeartikeln im Berichtsjahr leicht auf jetzt 3,65 Milliarden Euro. Damit liegt haptische Werbung hinter Fernsehwerbung auf Platz zwei der erfassten Werbeträger. Der Einsatz von Werbeartikeln in Unternehmen bleibt im Vergleich zum Vorjahr in der Summe nahezu konstant. Das Thema Nachhaltigkeit schlägt sich inzwischen nicht nur in den Sortimenten der Lieferanten nieder, sondern spielt auch für rund zwei Drittel der Anwender beim Kauf von Werbemitteln eine Rolle. Für drei Viertel der Firmen sind auch Mehrkosten von zehn Prozent akzeptabel. Wenn man die lange Nutzungsdauer und den geringen Streuverlust von Werbeartikeln einbezieht, dann sind sie allein dadurch schon nachhaltig und damit auch besonders wirkungsstark. Detaillierte Aussagen hierzu liefert die Werbewirkungsstudie, deren Ergebnisse bereits in eine Broschüre eingeflossen sind, die GWW-Mitglieder für ihre Akquise nutzen können. Die Image-Kampagne greift ebenfalls Kernaussagen aus der Wirkungsstudie auf.



Einsatz für Bürokratie-Entlastung

Ein wichtiges Betätigungsfeld des GWW ist die politische Arbeit, in deren Rahmen gezielt Multiplikatoren und Entscheider angesprochen werden. Das entscheidende Stichwort, unter dem sich die wichtigsten Forderungen des GWW subsumieren lassen, heißt hier Bürokratie-Entlastung. Denn unverhältnismäßiger bürokratischer Aufwand, wie er etwa infolge der Aufzeichnungspflicht der Empfänger oder der Pauschalbesteuerung entsteht, behindert die Werbeaktivitäten des Mittelstandes und geht letztlich zulasten der Branche. In einer Vielzahl an Gesprächen, unter anderem mit Spitzenverbänden, diversen Gremien und Abgeordneten, wurden die Forderungen nach einer vereinfachten Aufzeichnungspflicht sowie der Einführung einer objektbezogenen Freigrenze formuliert. Auch hier waren die Studienergebnisse wieder hilfreich, um die Relevanz der Branche adäquat darzustellen und die Vorschläge zu untermauern. Die Forderungen waren zwar im „Eckpunktepapier zum Bürokratieentlastungsgesetz“ des Bundeswirtschaftsministeriums (BMWi) berücksichtigt worden, dies hatte aber leider keine weiterführenden Konsequenzen. Der eingeschlagene Weg soll jedoch weiterverfolgt werden. Dennoch sei es der Branche gelungen, auf sich aufmerksam zu machen, sagte Frank Dangmann, der die Mitglieder einmal mehr dazu aufforderte, auf regionaler Ebene Kontakte zu den Verantwortlichen zu suchen und sich für die Anliegen der Branche stark zu machen.

Vorteilhafte Vereinbarungen

Einen Erfolg kann der GWW in Sachen Verpackungsgesetz verbuchen: Hier hat die ZSVR den Vorschlag akzeptiert, den Inverkehrbringer eines Produkts nur über seine Registrierungsnummer (im Verpackungsregister LUCID) identifizierbar zu machen. Zudem wurde eine Einigung mit der ZPÜ zur Regelung der urheberrechtlichen Vergütungspflicht erzielt: GWW-Mitglieder können dem Vertrag des Gesamtverbandes beitreten und profitieren so von einem Rabatt von 20 Prozent auf die Vergütungsgebühren.



Schnelle Vorstandswahl

Der Wirtschaftsbericht, der als nächstes vorgestellt wurde, belege die gute finanzielle Basis des Verbands, betonte der Vorsitzende. Nach der nun folgenden Erläuterung des Budgets für das kommende Jahr und der Entlastung von Vorstand und Geschäftsführung schritt man unter der Leitung von Rechtsanwalt Kai Koschorreck zur Neuwahl des Vorstands. Mit Ausnahme von Sven Weiss, der nicht mehr kandidierte, stellte sich der bisherige Vorstand geschlossen zur Wahl und wurde erwartungsgemäß bestätigt. Auf den vakanten Posten des Sektionssprechers „Marken“ folgte Frank Jansen auf Sven Weiß. Der neue Vorstand setzt sich also wie folgt zusammen: Frank Dangmann (Vorsitzender des Vorstands), Ronald Eckert (Sektionssprecher Berater), Jürgen Geiger (Sektionssprecher Lieferanten), Frank Jansen (Sektionssprecher Marken) und Martin Heinemann (Sektionssprecher Businesspartner).

Neuer GWW Datenstandard vorgestellt

Für den Arbeitskreis Digitalisierung stellte Daniel Jeschonowski den vom GWW definierten Standard für den automatisierten Austausch von Bewegungsdaten vor. Der Standard deckt die klassischen Inhalte von Angeboten und Aufträgen komplett ab und soll in der Anwendung Geschäftsabläufe beschleunigen und effizienter machen. Das dem Vernehmen nach recht einfach aufgebaute Format soll für Unternehmen (nicht nur EDV-Experten) gut verständlich und je nach Systemlandschaft in ein bis zwei Mannwochen laufbereit sein. Knapp 50 Lieferanten können das *gww-Format bereits liefern. Eine Liste dieser Firmen, weitere Informationen sowie die komplette Definition ist auf der GWW Website im Mitgliederbereich abgelegt. Im weiteren Verlauf der Sitzung erläuterte Ronald Eckert das geplante branchenspezifische Weiterbildungsangebot des GWW. Die „GWW Akademie“ richtet sich an alle Marktteilnehmer der Werbeartikelbranche. Durch den modularen Aufbau kann das Angebot sehr individuell auf die Zielgruppe zugeschnitten werden. <



Von oben:
Frank Dangmann,
Ronald Eckert,
Daniel Jeschonowski.

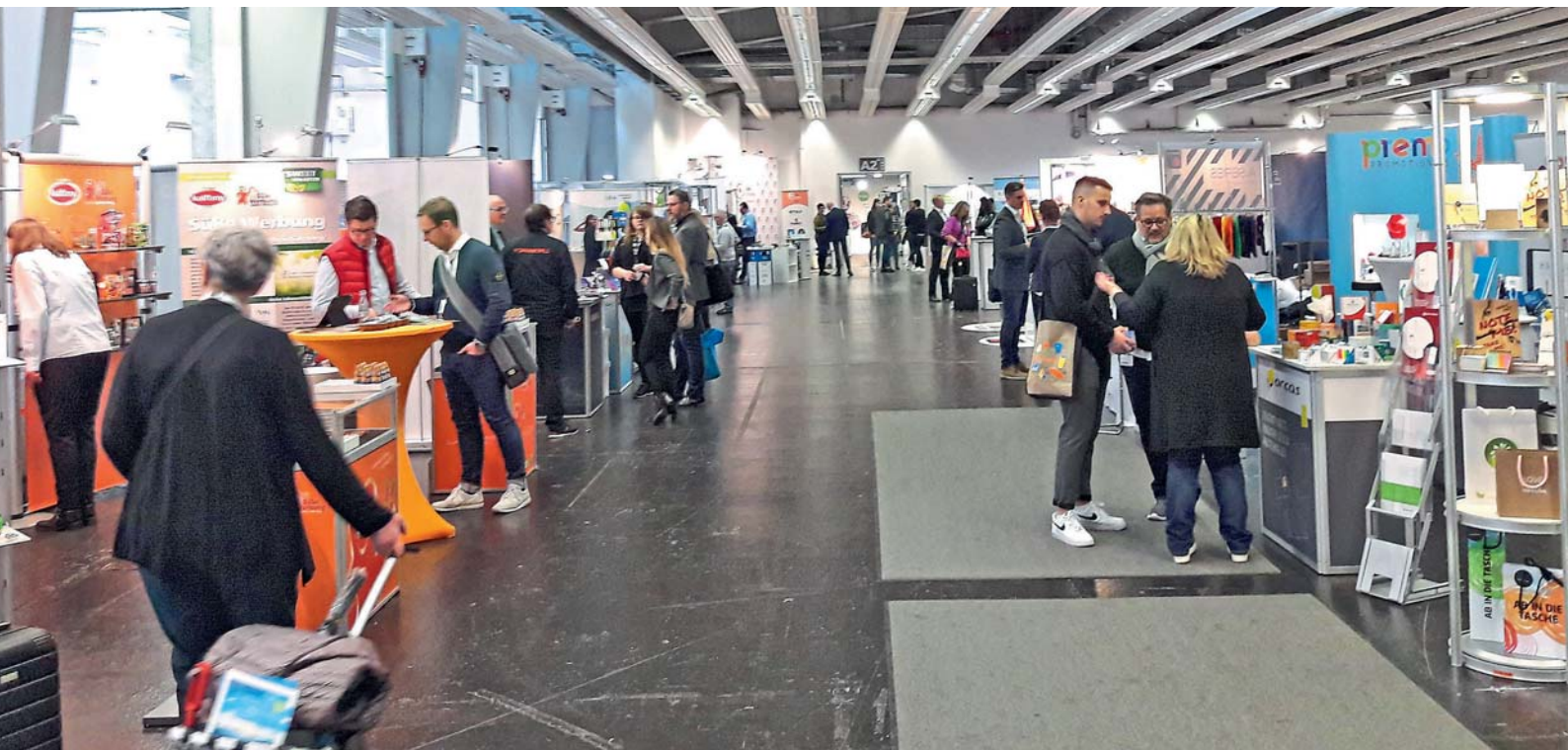
Der neue GWW-Vorstand: Ronald Eckert,
Martin Heinemann, Frank Dangmann, Frank
Jansen und Jürgen Geiger. (v.l.)

Am 13. Februar erlebte die bislang nur als Herbstveranstaltung etablierte TREND ihre Premiere als Frühjahrsevent in den Räumlichkeiten der Messe Offenbach/Main. Tags darauf schloss sich an gleicher Stelle der Auftakt zur NEWSWEEK an – der Industriekundenmesse des GWW.

Frühjahrs-TREND und NEWSWEEK-Start

Auftakt im Graffiti-Look

Branche



Schauplatz der Frühjahrs-Trend waren die Räumlichkeiten der Messe Offenbach/Main.

Die erste Frühjahrs-TREND des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) war seitens des Veranstalters mit großen Erwartungen verknüpft. Im Vorfeld hatte der GWW mit einer Rekordteilnahme der Fachmesse für den Werbeartikelhandel gerechnet. Neben einem Plus an Ausstellern wurde auch eine erneute Steigerung der Besucherzahlen erwartet. Allerdings konnten die erhofften Werte der vergangenen Herbst-TREND dann doch nicht erreicht werden. So registrierte der GWW insgesamt 523 Fachbesucher (619 im Vorjahr) aus der Werbemittelhändler- und -beraterszene, die sich bei den 150 Ausstellern (156 zuvor) über deren Kollektionen informierten.

Messelocation mit „Patina“

Möglicherweise lag dieser Rückgang ja doch am nur rund einen Monat nach der europäischen Leitmesse, der PSI, gewählten Termin und/oder am ‚neuen‘ Veranstaltungsort, denn die Räumlichkeiten der Messe Offenbach erscheinen optisch wie technisch nicht mehr auf der Höhe zeitgemäßer Anforderungen. Indes tat dies dem Interesse der Besucher und der Motivation der Aussteller keinen Abbruch. Laut Veranstalter vergaben die Beteiligten der TREND „nahezu nur Bestnoten“. Die Defizite in puncto Ambiente gaben allerdings auch die Organisatoren zu: „Einziges Wermutstropfen war, dass die in die Jahre gekommene Offenbacher Messe verglichen zur Location der

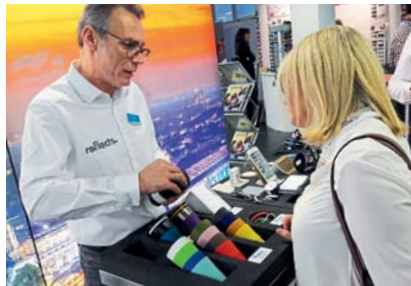
Herbst-TREND neben einer gewissen Unübersichtlichkeit ‚föhlbar‘ manche Schwachstellen bot. Eyecatcher im Graffiti-Look und diverse Street-Food-Stationen, die bewusst den ‚Style‘ aufgriffen, konnten aber versöhnen“, heißt es beim GWW.

NEWSWEEK-Startschuss

Tags darauf fiel an gleicher Stelle der Startschuss zur diesjährigen GWW-NEWSWEEK, bei der sich die von den ansässigen Werbemittelspezialisten eingeladenen Marketeers aus der Rhein-Main-Region einen aktuellen Überblick über die Produktneuheiten und Trends der gegenständlichen Werbung verschaffen konnten. Versorgt wurden die Besucher auch diesmal an zahlreichen Catering-Stationen – und passend zum Valentinstag mit Blumensträußen ins Wochenende verabschiedet. „Auch wenn mit 504 gezählten Besuchern ein Rückgang gegenüber der Vorjahresveranstaltung in Offenbach zu verzeichnen war – 2019 nutzten 557 Industriekunden die Gelegenheit – konnten die Erwartungen aller Beteiligten weitgehend erfüllt werden. Vereinzelte nahmen die Agenturen bereits direkt am Veranstal-

tungstag erste Bestellungen und Aufträge entgegen – einer der Vorzüge dieses Messekonzepts“, kommentiert GWW-Geschäftsföhrer Ralf Samuel den Auftakt. Am 3. März reisten die Aussteller dann zur Dortmunder Veranstaltung weiter. „Händler und Berater, die die NEWSWEEK für sich und ihre Kunden nutzen möchten, haben dazu noch in der Zeit vom 12. bis 28. Mai in den Städten Berlin, Bielefeld, Hamburg, München, Nürnberg und Stuttgart die Gelegenheit“, weist er auf die weiteren Stationen des Tourplans hin, zu dem alle Einzelheiten auf der Webseite des GWW zu finden sind. Dort sind auch noch Anmeldungen für diese mobile Werbeartikel-Roadshow möglich.

Werbemittel, an deren besonderen Geschmack man sich sicherlich erinnert: Feines vom Unternehmen Brennerei Betz.



Joep Raanhuis, erfahrener Lieferanten-Vertreter, in seinem Element.

Mit Marken lässt es sich gut werben – vor allem mit süßen.

Wie hier beim Accessoire-Spezialisten Alta Seta standen auch bei der Trend viele ökologisch verträgliche Artikel im Vordergrund.

DAS Thema der Zeit stand im Mittelpunkt der traditionellen jährlichen Werbemittelmesse der Plan Concept GmbH: Auch die Essener Kreativ-Agentur um die beiden Geschäftsführer Christoph Ruhrmann und Stephan Speckbruck demonstrierte Verantwortung gegenüber der Umwelt und rückte die Nachhaltigkeit ins Zentrum ihrer Produktschau.

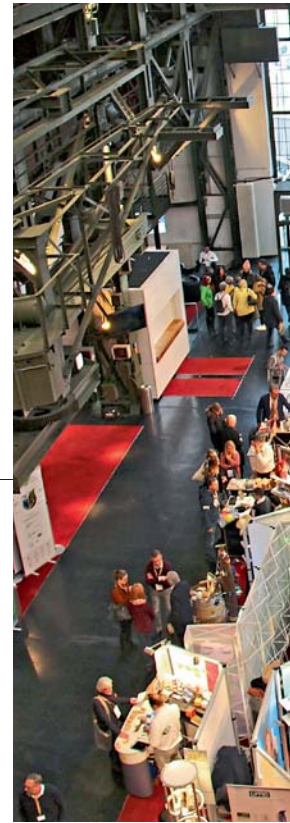
Plan Concept Werbeartikelmesse

Viel Grün auf dem roten Teppich

Beratung zu wirksamen Werbekonzepten aus einer eher ungewöhnlichen Perspektive.



Auch „junge“ Unternehmen setzen auf die Kraft des Werbeartikels.





Erneut idealer „Spielort“ der Plan Concept Werbeartikelmesse war das imposante Colosseum Theater im Herzen Essens, eine ehemalige Krupp-Werkshalle mit kathedralartigen Ausmaßen.



Es war die bereits 14. Vorstellung der Werbeartikelmesse von Plan Concept, die im Februar über die Bühne des Colosseum Theaters Essen ging. Dass es eine erneut erfolgreiche werden sollte, lag an der professionellen Vorbereitung des erfahrenen Essener Werbemittel-Ensembles, das auch diesmal einen attraktiven Auftritt hinlegte. Hauptthema der Darbietung mit 50 namhaften Akteuren aus der Plan Concept Lieferantenriege war das weltumspannende Thema der Gegenwart: der Klimawandel und die damit verbundene Verantwortung gegenüber den kommenden Generationen. Deshalb auch das in Anlehnung an den Musical-Hit aus Frederic Loewes „My Fair Lady“ formulierte Motto: „Nachhaltigkeit – es greent so green“. Dieser Losung entsprechend rückten die aus allen Bereichen der gegenständlichen Werbung präsenten Aussteller ökologisch akzentuierte Artikel in den Vordergrund ihrer gezeigten Kollektionen. >>

Stephan Speckbruck im Gespräch

Herr Speckbruck, das war nun bereits die 14. Werbeartikelmesse von Plan Concept. Wie fällt Ihr Fazit aus?

Unser Fazit fällt absolut positiv aus! Wir haben sowohl von unseren Kunden als auch von den Ausstellern nur Lob bekommen: Gut organisiert, gute Betreuung durch die Aussteller und das Team PC. Und mehr Anfragen als die Jahre zuvor.

Das Colosseum Theater war in den vergangenen Jahren eine bewährte Location für Ihre Messe. Wie sieht's künftig aus?

Das Colosseum wird uns 2021 nicht mehr zur Verfügung stehen. Der Eventbetreiber „Stage“ hat das Theater verkauft. Wir haben schon mehrere andere Veranstaltungsorte anvisiert und Kontakte aufgenommen. Uns ist neben der Lage auch die Atmosphäre sehr wichtig.

Der Produktfokus liegt diesmal eindeutig auf nachhaltigen Werbeartikeln. Wird dieser Trend ihrer Meinung nach anhalten?

Ja, wir glauben, dass es sogar mehr als ein Trend ist! Nachhaltige Werbeartikel werden immer mehr angefragt. Es ist ein gesellschaftliches Anliegen und Nachhaltigkeit wird zum Standard werden. Hier sehen wir auch für uns Möglichkeiten, uns weiterzuentwickeln. Der Kunde muss geschult und informiert werden. Auf unserer Messe hatten wir zwei Vorträge zu diesem Thema und die Kunden waren interessiert und dankbar für die aufschlussreichen Informationen.

Wie schätzen Sie die derzeitige Lage des Werbeartikelmarktes insgesamt ein? Sind Entwicklungen erkennbar?

Sehr gut! Selbstverständlich müssen wir neben Werbeartikeln weitere Mehrwerte anbieten. Hier sind wir mit unseren Unternehmenspartnern gut aufgestellt. Kunden setzen, wie schon erwähnt, immer stärker auf nachhaltige und sozial verantwortlich produzierte Produkte. Was heute noch Trend ist, wird sicher bald Normalität sein.

Wie ist die Stimmung auf Seiten der Industriekunden?

Auf unserer Messe haben wir durchweg positive Stimmungen unserer Kunden aufgenommen. Ein Beleg dafür ist die hohe Anzahl an Anfragen. Selbstverständlich wird von der Kundenseite auch optimiert und teilweise auch gespart, aber im Gesamtschnitt gehen wir von einem stabilen Absatzmarkt mit Aufwärtstrend aus.

Nun zu Ihrem Unternehmen: Haben Sie mit Plan Concept konkrete Pläne oder Ideen, die Sie in diesem Jahr (oder künftig) umsetzen möchten?

Da kann ich Ihnen die folgenden Stichpunkte nennen: Stabilität mit Wachstum, Optimierung unserer Prozesse, Konsolidierung, Digitalisierung. Wir sind da bereits auf einem guten Weg.

Herr Speckbruck, wir danken Ihnen für dieses Gespräch!

>>

Inspirierende Momente



Am bereits morgens großen Zuspruch des „Publikums“ war abzulesen, dass die „Regisseure“ – Geschäftsführer Christoph Ruhmann, Stephan Speckbruck und Ulf Paschwitz – zusammen mit ihrem grün gewandeten Team den Nerv der Zeit getroffen hatten: Verantwortung gegenüber der Umwelt und somit auch den Lebensgrundlagen der nächsten Generationen durch nachhaltiges wie sozial verträgliches Handeln zu übernehmen. Insgesamt konnte man 358 Besucher zahlreicher Unternehmen aus verschiedensten Branchen in der imposanten, zur Theater- und Eventlocation umgestalteten Werkshalle der ehemaligen Krupp-Stadt begrüßen – wiederum einige mehr, als im Vorjahr. Erneut schufen die Exponate der versammelten Lieferantenpartner in diesem geschichtsträchtigen Ambiente inspirierende Momente für die Werbe- und Marketingprojekte der Plan Concept-Gäste. Die Halle mit ihren cathedralartigen Ausmaßen, einst Produktionsort von Lokomotivrahmen und Kurbelwellen für Schiffe, wurde so einmal mehr für einen Tag zum Schmelztiegel für Werbeartikelneuheiten, nunmehr mit ökologischem Akzent.

Ökologie als Erfolgsfaktor

Passend dazu gab's zwei anschauliche, gleichsam eindrucksvolle Vorträge zum Thema der Messe: Zunächst warben drei Kinder der Schülerinitiative „Plant-for-the-Planet“ für ihre Initiative und deren Projekte. 2007 gegründet vom 9-jährigen Felix Finkbeiner ist Plant-for-the-Planet heute eine globale Bewegung von 88.000 Botschafter*innen – Linder und Jugendliche aus 74 Ländern – mit einem großen Ziel: die Menschheit zu motivieren, 1.000 Milliarden Bäume im Kampf gegen die Klimakrise zu pflanzen. Am Nachmittag referierte Manfred Janek vom Unternehmen kw open dann über „Chancen, Möglichkeiten und Herausforderungen einer nachhaltigen Werbeartikel-Branche“. In seinem Vortrag zeigte er gangbare Wege auf, wie Werbeartikel und Ökologie zusammenpassen, ja Ökologie sogar zum Erfolgsfaktor für Promotionsprodukte werden kann, jedoch lieferte er auch Beispiele zu Produkten mit „Ökoshwindel“.

Hohe Verweildauer

Die angenehm „grüne“ Atmosphäre dieses Messtages war mit ein Grund für die hohe Verweildauer der Besucher, die teilweise auch in größeren Firmengruppen erschienen waren, um die Neuheiten zu erkunden und auszutesten – wobei diese stets auf die eingehende Beratung des kompetenten Plan Concept-Teams und der rundweg gut präparierten Aussteller zählen konnten. Ein exzellentes Catering auf der Galerie rundete die gelungene Vorstellung schmackhaft ab.

<



Hier werden
Trinkgefäße live
per Sublimationsdruck
individualisiert.






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



Trotz einer Großbaustelle vor der Tür war die Hausmesse von K+M in Obertshausen ein Erfolg für den Veranstalter und die 67 teilnehmenden Aussteller: Gut 300 Kunden hatten den Weg in den Showroom des Rhein-Main-Werbemittelzentrums gefunden, um sich über Trends und Innovationen der neuen Saison zu informieren.



Erfolgreiche K+M Hausmesse 2020

Nachhaltigkeitsgedanke kommt bei Kunden an



Das ganze K+M-Team sorgte auch dieses Jahr wieder für den reibungslosen Ablauf der Messe und die persönliche Beratung der Kunden.

Die Hausmesse der K+M Werbemittel GmbH in Obertshausen ist seit vielen Jahren ein gut besuchter Event, der für die Marketingentscheider aus der näheren und auch weiteren Umgebung unentbehrlich geworden ist. Denn trotz der immer annähernd gleichbleibend hohen Ausstellerzahl – in diesem Jahr waren es 67 – ist die Messe übersichtlich gestaltet und in einem Tag stressfrei zu bewältigen. Bezieht man dann noch die kommunikative, entspannte Atmosphäre und das exquisite Catering mit ein, dann wundert es nicht, dass auch an diesem Februartag 304 Kunden die Messe nutzten, um sich in Sachen haptische Werbung auf den neuesten Stand bringen zu lassen. Dabei wurden sie vom rund 20-köpfigen K+M-Vertriebsteam gewohnt aufmerksam und kompetent betreut. Während der Rundgänge wurde so manche Idee geboren, im Lauf des Tages sogar bereits Konkretes besprochen. Eine ergiebige „Arbeitsmesse“ also, resümiert Geschäftsführer Roland Liederbach, bei der motivierte Lieferanten auf wissbegierige Kunden trafen.

Nachhaltigkeit im dritten Jahr Hauptthema

Zusammen mit dem K+M-Team führten Aussteller die Besucher an das große Thema Nachhaltigkeit heran, das nun schon im dritten Jahr im Mittelpunkt der Messe stand. Inzwischen ist auch das Bewusstsein dafür gewachsen, dass Unternehmen durch verantwortungsvolles Handeln und Wirtschaften ihren Beitrag zu Umwelt- und Klimaschutz leisten müssen und auch können. Eindrucksvoll war zu sehen, wie sich Lieferanten mit ihrem Sortiment mehr und mehr auf das Thema Nachhaltigkeit einstellen und den Kunden Handlungsoptionen jenseits des Gewohnten aufzeigen. Dass am Ende alles passt, dafür sorgen die professionellen Berater bei K+M. „Nachhaltigkeit ist zwar der Mega-Trend. Gleichzeitig spüren wir auf Seiten unserer Kunden die klare Tendenz zu Digitalisierung und Automatisierung unserer Geschäftsprozesse. Auch wenn dieses Bestreben auch nachhaltige Aspekte abdeckt, werden durch engere digitale Vernetzung von Geschäftsprozessen auch Kostensenkungspotentiale gehoben und die Effizienz der Zusammenarbeit erhöht“, stellt Liederbach fest.

Kunden für nachhaltige Konzepte sensibilisieren

Das Thema Nachhaltigkeit schlug sich in vielen Messegesprächen und Diskussionen nieder – wie wir es auch gerade auf der PSI beobachten konnten. Es gehe nicht darum, einem beliebigen Werbeatikel ein „grüne Hülle“ zu geben, sondern sich intensiv mit dem Nachhaltigkeitsgedanken auseinanderzusetzen und ein stimmiges, nachhaltiges Gesamtkonzept zu entwickeln, erläutert Geschäftsführer Stéphane Hennig. „Das versuchen wir in jedem unserer Beratungsgespräche zu vermitteln und es ist schön zu sehen, dass sich immer mehr Kunden dafür interessie-

ren und unseren Empfehlungen folgen.“ Dabei sind ihm soziale und ökologische Aspekte bei Produktion und Transport ebenso wichtig wie die Vermeidung von Verpackung und eine lange Nutzungsdauer der Produkte, die wiederum ein gewisses Qualitätsniveau voraussetzt. Werbeatikel könnten jedoch nur dann langfristig wirken, wenn sie die klassischen Werbeziele wie Aufmerksamkeit und Kommunikationsfähigkeit erreichten und sie perfekt ins werbliche Gesamtkonzept integriert seien, betont Hennig.

K+M mit gutem Beispiel voran

Von Unternehmen, die nachhaltige Produkte verkaufen und Kunden in diesem Sinne beraten, erwartet man, dass sie auch ihr eigenes Handeln entsprechend ausrichten. K+M etwa erleichtert Messebesuchern schon seit vielen Jahren die Anreise mit der Bahn, indem es einen Shuttle-Service anbietet, inzwischen auch per E-Fahrzeug. Das Angebot wird immer öfter genutzt und war in diesem Jahr besonders willkommen, denn so kamen die Gäste unbehelligt von der Großbaustelle im Firmenumfeld bequem und sogar umweltfreundlich zur Messe.

Dank an Lieferantenpartner

Mit zur Messetradition gehört auch der „Lieferantenabend“, in dessen Verlauf die Lieferantenpartner dem K+M-Vertriebsteam nochmals ihre Neuheiten erläuterten. Als „Supplier of the Year“ wurden Reflects, Dom und Orcas für hervorragende Zusammenarbeit und innovative Produkte ausgezeichnet. Zudem bot der Abend Gelegenheit zu vielen guten Gesprächen, beim Abendessen wie auch beim anschließenden Tischkicker-Turnier. „Wir sind froh und stolz, so viele motivierte und verlässliche Lieferanten als Partner zu haben und freuen uns auf die Messe und unsere gemeinsamen Projekte“, so Roland Liederbach. <





Kalender sind auch in Zeiten von Smartphone und Tablet nicht aus der Welt der Werbeartikel wegzudenken. Und „**Verhüllung ist Verheißung**“ sagt der Künstler Christo – und umschreibt damit auch den Sinn schöner Verpackungen von schönen Dingen.



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

Gehaltvoller Super-Mini

Die stabilen Super-Mini Promotion Display Boxen von Kalfany Süße Werbung mit ihrer integrierten Klappschütze sind eine überzeugende Erscheinung auf jedem Empfangs- oder Verkaufstresen. Im Reisebüro, auf Messen, in Hotels, im Vorzimmer oder auch als kleine Trostpflasterspender im Wartezimmer des Arztes finden sie ihren Platz. Je nach Vorliebe oder gewünschter Werbeaussage können sie mit den unterschiedlichsten süßen Werbeköstlichkeiten befüllt und mehrfach wiederverwendet werden. Während das Unternehmens- oder Praxislogo für den gesamten Publikumsverkehr stets sichtbar bleibt.

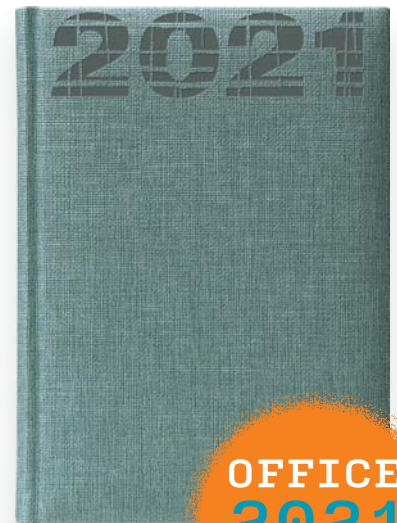


PSI 40604
 Ackermann Kunstverlag
 Tel +49 89 4512549273
 b2b@ackermann-kalender.de
 www.ackermann-kalender.de

Phantastische Landschaften

Außergewöhnliche und faszinierende Landschaftsaufnahmen aus fünf Kontinenten zeigt der Ackermann Kalender „Phantastische Landschaften 2021“. Er bietet eine Reise zu den imposantesten Naturschauplätzen der Welt. Die ausdrucksstarken Fotografien und besonderen Lichtstimmungen zeugen von der Großartigkeit und Formenvielfalt unserer Erde. Wie alle Ackermann Kalender wird er ausschließlich in Deutschland produziert und in Kooperation mit NatureOffice klimaneutral auf Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft gedruckt. Werbeeindrücke sind bereits ab 50 Stück möglich.

IMPULSE FÜR JEDEN TAG



OFFICE
 2021
 TRENDS

Mit der Lediberg Kalenderkollektion setzen Sie täglich neue Impulse. Viele kreative Einbände, klare Typografien und die richtigen Werbebotschaften machen die treuen Wegbegleiter einzigartig. Durch herausragende Branding-Lösungen werden die Kalender Ausdruck einer ganz persönlichen Stilnote.

Lediberg – made for emotion.



Lediberg
 made for *emotion*



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

Randvoll mit Neuheiten

Nachhaltig, individuell und in Premium-Qualität: So präsentieren sich die süßen Werbe-Ideen von CD-LUX. Unaufdringlich, sympathisch und für jedes Budget passend stellt das Unternehmen den neuen Ganzjahres-Katalog vor. Der zeigt sich randvoll mit exklusiven Neuheiten, pffrigen Produkt-Ideen und Produkten für jede Zielgruppe – und immer innovativ verpackt. Für alle bei CD-LUX gefertigten Produkte erfolgt ein CO₂ Ausgleich, welcher für den Kunden kostenfrei bleibt. Individuelle Premium-Schokolade, Werbe-Fruchtgummi, neue Produkte zum Thema „Gesund & Fit“, nachhaltige Werbe-Ideen und frische Sommerprodukte warten auf Entdecker.

2021 Jahresplaner Platz für Ihren Logoeindruck 60 x 4 cm

Dezember	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Januar
01 Di	01 Di	01 Mi	01 Do	01 Fr	01 Sa	01 So	01 Mo	01 Di	01 Mi	01 Do	01 Fr	01 Sa	01 So
02 Mi	02 Do	02 Fr	02 Sa	02 So	02 Mo	02 Di	02 Mi	02 Do	02 Fr	02 Sa	02 So	02 Mo	02 Di
03 Do	03 Fr	03 Sa	03 So	03 Mo	03 Di	03 Mi	03 Do	03 Fr	03 Sa	03 So	03 Mo	03 Di	03 Mi
04 Fr	04 Sa	04 So	04 Mo	04 Di	04 Mi	04 Do	04 Fr	04 Sa	04 So	04 Mo	04 Di	04 Mi	04 Do
05 Sa	05 So	05 Mo	05 Di	05 Mi	05 Do	05 Fr	05 Sa	05 So	05 Mo	05 Di	05 Mi	05 Do	05 Fr
06 So	06 Mo	06 Di	06 Mi	06 Do	06 Fr	06 Sa	06 So	06 Mo	06 Di	06 Mi	06 Do	06 Fr	06 Sa
07 Mo	07 Di	07 Mi	07 Do	07 Fr	07 Sa	07 So	07 Mo	07 Di	07 Mi	07 Do	07 Fr	07 Sa	07 So
08 Di	08 Mi	08 Do	08 Fr	08 Sa	08 So	08 Mo	08 Di	08 Mi	08 Do	08 Fr	08 Sa	08 So	08 Mo
09 Mi	09 Do	09 Fr	09 Sa	09 So	09 Mo	09 Di	09 Mi	09 Do	09 Fr	09 Sa	09 So	09 Mo	09 Di
10 Do	10 Fr	10 Sa	10 So	10 Mo	10 Di	10 Mi	10 Do	10 Fr	10 Sa	10 So	10 Mo	10 Di	10 Mi
11 Fr	11 Sa	11 So	11 Mo	11 Di	11 Mi	11 Do	11 Fr	11 Sa	11 So	11 Mo	11 Di	11 Mi	11 Do
12 Sa	12 So	12 Mo	12 Di	12 Mi	12 Do	12 Fr	12 Sa	12 So	12 Mo	12 Di	12 Mi	12 Do	12 Fr
13 So	13 Mo	13 Di	13 Mi	13 Do	13 Fr	13 Sa	13 So	13 Mo	13 Di	13 Mi	13 Do	13 Fr	13 Sa
14 Mo	14 Di	14 Mi	14 Do	14 Fr	14 Sa	14 So	14 Mo	14 Di	14 Mi	14 Do	14 Fr	14 Sa	14 So
15 Di	15 Mi	15 Do	15 Fr	15 Sa	15 So	15 Mo	15 Di	15 Mi	15 Do	15 Fr	15 Sa	15 So	15 Mo
16 Mi	16 Do	16 Fr	16 Sa	16 So	16 Mo	16 Di	16 Mi	16 Do	16 Fr	16 Sa	16 So	16 Mo	16 Di
17 Do	17 Fr	17 Sa	17 So	17 Mo	17 Di	17 Mi	17 Do	17 Fr	17 Sa	17 So	17 Mo	17 Di	17 Mi
18 Fr	18 Sa	18 So	18 Mo	18 Di	18 Mi	18 Do	18 Fr	18 Sa	18 So	18 Mo	18 Di	18 Mi	18 Do
19 Sa	19 So	19 Mo	19 Di	19 Mi	19 Do	19 Fr	19 Sa	19 So	19 Mo	19 Di	19 Mi	19 Do	19 Fr
20 So	20 Mo	20 Di	20 Mi	20 Do	20 Fr	20 Sa	20 So	20 Mo	20 Di	20 Mi	20 Do	20 Fr	20 Sa
21 Mo	21 Di	21 Mi	21 Do	21 Fr	21 Sa	21 So	21 Mo	21 Di	21 Mi	21 Do	21 Fr	21 Sa	21 So
22 Di	22 Mi	22 Do	22 Fr	22 Sa	22 So	22 Mo	22 Di	22 Mi	22 Do	22 Fr	22 Sa	22 So	22 Mo
23 Mi	23 Do	23 Fr	23 Sa	23 So	23 Mo	23 Di	23 Mi	23 Do	23 Fr	23 Sa	23 So	23 Mo	23 Di
24 Do	24 Fr	24 Sa	24 So	24 Mo	24 Di	24 Mi	24 Do	24 Fr	24 Sa	24 So	24 Mo	24 Di	24 Mi
25 Fr	25 Sa	25 So	25 Mo	25 Di	25 Mi	25 Do	25 Fr	25 Sa	25 So	25 Mo	25 Di	25 Mi	25 Do
26 Sa	26 So	26 Mo	26 Di	26 Mi	26 Do	26 Fr	26 Sa	26 So	26 Mo	26 Di	26 Mi	26 Do	26 Fr
27 So	27 Mo	27 Di	27 Mi	27 Do	27 Fr	27 Sa	27 So	27 Mo	27 Di	27 Mi	27 Do	27 Fr	27 Sa
28 Mo	28 Di	28 Mi	28 Do	28 Fr	28 Sa	28 So	28 Mo	28 Di	28 Mi	28 Do	28 Fr	28 Sa	28 So
29 Di	29 Mi	29 Do	29 Fr	29 Sa	29 So	29 Mo	29 Di	29 Mi	29 Do	29 Fr	29 Sa	29 So	29 Mo
30 Mi	30 Do	30 Fr	30 Sa	30 So	30 Mo	30 Di	30 Mi	30 Do	30 Fr	30 Sa	30 So	30 Mo	30 Di
31 Do	31 Fr	31 Sa	31 So	31 Mo	31 Di	31 Mi	31 Do	31 Fr	31 Sa	31 So	31 Mo	31 Di	31 Mi



Terminverschiebung ohne Problem

Der Lumocolor® Jahresplaner von Staedtler ist ein überaus flexibler Officeassistent, der für 14 Monate am Stück die Organisation im Büro übernimmt. Der wiederbeschreibbare Wandkalender im DIN A1-Format verfügt über eine rückstandsfrei und trocken abwischbare Fläche aus Hart-PVC und ermöglicht so eine flexible Terminierung. Dabei stets im Blick: Logo und Werbebotschaft, die auf einer stattlichen Fläche von 60 x 4 cm im Digitaldruck aufgebracht werden. Im Lieferumfang enthalten sind ein whiteboard pen sowie ein selbstklebender Stifthalter.

PSI 41108
 STAEDTLER MARS GmbH & Co. KG
 Tel +49 911 9365514
 info@staedtler-promotional.de
 www.staedtler-promotional.de

Die anderen haben sie nicht alle, wir schon!



www.blauer-engel.de/uz154



'organic'
BCS-14966

Die weltweit ersten
Bio-Baumwolltaschen
und -beutel mit dem
Blauen Engel

Jetzt auch für
Wiederverkäufer zu
Sonderkonditionen

Viele verschiedene
Modelle zur Auswahl

Kostenlose
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 45974 • Multiflower GmbH
Tel +49 6226 927980
info@multiflower.de
www.multiflower.de

Ein Gläschen voller Sonne

Ein ganz besonderer Frühlingsgruß für Naturfreunde kommt von Multiflower. Das Unternehmen stellt sein Glas voller Sonne vor und bringt mit dieser Werbebotschaft einen Hauch von Sonnenschein ins Haus. Auf dem Glas mit der darin enthaltenen Erdtablette und dem Samen der Zwergsonnenblume findet ein Logo Platz auf dem Standardmotiv. Eine individuelle Gestaltung des Etiketts ist ab einer Abnahmemenge von 250 Stück möglich.

Handlich und stylisch

Stempel sind nicht nur was für seriöse Briefe oder amtliche Formulare. Das beweisen die neuen Woodies, Stempel in der Box und Woodies Stempelkissen von Heri Rigoni aus dem Schwarzwald. Sie verpassen dem klassischen Holzstempelprodukt ein frisches Image. Wie der Name schon erahnen lässt, sind die Woodies und Mini-Woodies aus FSC-zertifiziertem Buchenholz gefertigt und verleihen dem Produkt einen natürlichen Look. Die farblich abgestimmten grauen Gummipolsterungen des Stempels bestehen aus Naturgummi und unterstreichen den edlen Charakter. Individuell können kundenspezifische Stempelmotive umgesetzt werden.



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



PSI 49009 • 12M
Tel +48 77 4413500
agnieszka@12m.eu
www.12m.eu

Mauskalender immer im Blick

Das Mousepad mit Kalender von 12M ist eine praktische Kalenderversion, die immer im Blickfeld bleibt. Die obere Folienabdeckung schützt die Notizen und wird zum Beschriften nach oben geklappt. Normalerweise hat der Kalender zwölf Blätter (ein Blatt pro Monat), es können aber auch weitere Versionen oder vollständig individuelle Kalender bestellt werden. Der Standardkalender ist in Englisch, Italienisch, Französisch und Deutsch verfügbar und kann frei geändert werden.



Impulse für jeden Tag

Mit der Lediberg Kalenderkollektion macht Planung Freude. Kreative Einbandmaterialien, klare Typografien und die richtigen Werbebotschaften machen die täglichen Wegbegleiter einzigartig. „Durch herausragende Branding-Lösungen werden die Kalender Ausdruck einer ganz persönlichen Stilnote“ verspricht der Hersteller. Die Planer von Lediberg stehen für erfolgreiche Werbung in einem abgestimmten Kommunikationsprozess. Die Kombination aus Funktionalität, Life-Style und Werbewirkung machen die Bücher zu einem perfekten Sympathieträger.



Zero Waste Verpackung als Option

Zur Minimierung der Umweltbelastung durch Verpackungen bietet Arpe Barcelona seinen Kunden eine neue nachhaltige Option für die Verpackung aller Werbeartikel an. Zero Waste und Öko-Design bezieht sich auf ein Verpackungssystem, bei dem alle Materialien nach nachhaltigen Kriterien verwendet werden, so dass keine Produktabfälle oder nutzlose Verpackungen entstehen. Arpe Barcelona schlägt vor, die Einwegbehälter und Kunststoffe durch Beifügung eines nützlichen Extras zu minimieren und damit zusätzliche Verpackungen zu vermeiden.

COSMO
GUTES KLIMA
BESSER LEBEN

Preislupe

Preiserhöhungen
müssen Sie bei
COSMO lange suchen

Selbst mit einer guten Lupe müssen Sie Preiserhöhungen bei COSMO ganz lange suchen. Denn wir erhöhen unsere Preise nur einmal im Jahr.

Das garantieren wir für all unsere Produkte, z.B.:

- Solar Kollektoren
- Flachheizkörper
- Designheizkörper
- Fußbodenheizung
- Klimageräte
- Deckenluftdurchlässe
- Lüftungssysteme
- Ventilatoren
- Brandschutzsysteme
- Trinkwassererwärmer
- Frischwasserspeicher
- und vieles mehr.

COSMO
GUTES KLIMA
BESSER LEBEN

Brandstücken 31 - 22459 Hamburg
info@cosmo-info.de - www.cosmo-info.de

PSI 47814 • Lupenmaxx GmbH
Tel +49 7661 9099880
info@lupenmaxx.de
www.lupenmaxx.de

Werbebotschaft unter der Lupe

Ein besonders nützlicher Mailingbegleiter im Standardbrief-Format ist die Lupenkarte von Lupenmaxx. Die Lupenkarte im DIN lang Format bietet auf zwei Seiten eine Menge Platz für Werbebotschaften. Dank der integrierten Lupe hat man zudem noch einen sehr praktischen Helfer, der es jedem erlaubt, auch kleinste Schriften gut entziffern zu können. Packungsbeilagen bei Arzneimitteln, Fahrpläne und vieles mehr sind ja heutzutage mit bloßem Auge kaum mehr lesbar. Die Karte kann zusätzlich auch noch mit einer Skalierung versehen werden und dient dann auch noch als Lineal.



Ausgefallenes für prickelnde Drinks

Wem eine Werbeflasche mit prickelndem Inhalt noch nicht „Präsent genug ist“, der kann bei Römer Drinks aus verschiedenen Einzelverpackungen wählen: von der klassischen Schmuckwelle für die 0,75 Liter Flaschen bis hin zu modernen schwarzen Röhrenverpackungen. Die Schmuckwellen sind in verschiedenen Farben mit passendem Füllmaterial zu haben. Mit einer schwarz-matten Rundhülse verleiht man hingegen auch kleinen Piccolo-Flaschen einen passenden Präsentcharakter. Die Rundhülsen lassen sich zudem ab 120 Stück mit einem individuellen Etikett veredeln.



PSI 43892
 Römer Wein & Sekt GmbH, Römer Präsente
 Tel +49 6541 81290
 info@roemer-praesente.de
 www.roemer-praesente.de

Weinkisten mit Überraschungseffekt

Upcycling ist das Stichwort, mit dem Römer seine Weinkisten mit Überraschungseffekt vorstellt. Rackpacks® sind hochwertige, nachhaltig produzierte wandelbare Weinverpackungen, welche nach dem Entnehmen der Weinflasche mit einem Zweitnutzen weiterleben. So verwandeln sich die Weinkisten in einen praktischen Schreibtisch-Organizer, ein Tablett oder einen Sektkühler. Rackpacks® sind bei Römer Drinks ohne Inhalt und bei Römer Präsente fertig gepackt als Geschenksets mit Inhalt erhältlich. Natürlich können auch alkoholfreie Varianten gepackt werden. Eine Werbebotschaft ist per Gravur oder Brennstempel anbringbar.



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

Kreative Hüllen für edle Tropfen

Die Geschenkverpackung „Zwitscherhäuschen“ von team-d Import-Export ist außergewöhnlich, umweltfreundlich und bietet einen Doppelnutzen. Zuerst ist sie eine Geschenkbox für den edlen Tropfen, passend für 0,75 Liter Flaschen. Danach wird sie zu einem neuen Zuhause für Vögel auf Wohnungssuche. Die Serie „Back to nature“ liefert echtes Kork aus Portugal kombiniert mit Baumwolle. Zunächst dient das Mäppchen als schicke Verpackung für kleine Flaschen, um danach Stifte oder Utensilien zu beherbergen. Die Flaschentasche „keep cool“ mit integriertem Kühl-Gel schließlich wird zum Flaschenkühler.

-Anzeige-

ZNAP - DAS SLIM WALLET



Individuell
 personalisierbar



Geldbörse und Kreditkartenetui in Einem!

- > vollwertiges Geldscheinfach
- > schnelle Kartenauswahl
- > entfernbares Münzfach
- > RFID Schutz

Designed in Germany.
 Made in Europe.

slimpuro

www.slimpuro.com
 info@slimpuro.com



2019 **Dezember · December · Décembre · Diciembre**

Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
48.							1
49.	2	3	4	5	6	7	8
50.	9	10	11	12	13	14	15
51.	16	17	18	19	20	21	22
52.	23/30	24/31	25	26	27	28	29

Carrier Transicold Austria GmbH
 Tagerbachstraße 6 • A-4490 St. Florian bei Linz
 Tel: 07224 / 674050 • Fax: 07224 / 67405106

2020 **Januar · January · Janvier · Enero**

Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
1.			1	2	3	4	5
2.	6	7	8	9	10	11	12
3.	13	14	15	16	17	18	19
4.	20	21	22	23	24	25	26
5.	27	28	29	30	31		

Carrier Transicold Deutschland GmbH
 Lübecker Str. 5 - 7 • D-49124 Georgsmarienhütte
 Tel: 05401 / 4850 • Fax: 05401 / 485111

2020 **Februar · February · Février · Febrero**

Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
5.						1	2
6.	3	4	5	6	7	8	9
7.	10	11	12	13	14	15	
8.	17	18	19	20	21	22	
9.	24	25	26	27	28	29	

Serviceleitzentrale 365 Tage / Jahr - 24h / Tag
 00800 / 22774371 (CARRIER 1)

2020 **März · March · Mars · Marzo**

Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
Wochentag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Sonntag	Sperrtag
9.						1	
10.	2	3	4	5	6	7	8
11.	9	10	11	12	13	14	15
12.	16	17	18	19	20	21	22
13.	23/30	24/31	25	26	27	28	29

www.carriertransicold.de

Ökologisches Zeitmaß

Als Hersteller individueller Werbekalender in verschiedensten Ausführungen und Designs achtet man beim Wilken Verlag natürlich auch auf den ökologischen Fußabdruck. Man produziert sämtliche Kalender im nachhaltigen Druckverfahren und setzt auf FSC-zertifizierte Papiere, Pflanzenfarben sowie den Betrieb mit Ökostrom. Das Portfolio umfasst Monatskalender, Tischkalender, Buch- und Taschenkalender, Jahresplaner sowie Kalender mit Wire-O-Bindung. Das praktische Werbemittel kann zudem in verschiedensten Veredelungen produziert werden.

PSI 49769
 Verlag für Prävention Wilken
 Tel +49 5951 9381
info@wilken-verlag.de
www.wilken-verlag.de

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

Ein LKW voller Leckereien

Mit diesem neuen Transportmittel kommt Ihre Werbung garantiert auf der Überholspur zum Kunden: Der frei bedruckbare, große 3D-LKW von Jung besteht aus Karton, der FSC-zertifiziert und zu 100 Prozent klimaneutral produziert ist. Unterschiedliche süße und pikante Füllvarianten beliebter Marken wie mentos, Ritter SPORT, Miniatures Mix, Nic Nac's oder Lorenz stehen für die Beladung bereit. Das originelle Nutzfahrzeug, individuell gestaltet mit kreativen Werbebotschaften, ist ein absoluter Eyecatcher, der schon auf den ersten Blick Spaß macht und auch nach der Entladung gerne im Blickfeld bleibt.





PSI 45898 • JAVRO 2 Sp. zo.o.
 Tel +48 32 2026622
 biuro@javro.pl
 www.javro.pl

Notizbuch mit WOW-Effekt

Oft wird das klassische Notizbuch nur dazu verwendet, um wichtige Informationen, Fristen und Gedanken festzuhalten. Die bunten Notizbücher von Javro haben jedoch noch eine weitere wichtige Funktion. Hier wird das Buch zum visuellen Kommunikationselement. Dank der hohen Qualität und fast 50.000 Personalisierungsmöglichkeiten kann jeder gewünschte WOW-Effekt erzielt werden. Angefangen von der Art und Farbe der Abdeckung über verschiedene Farben bei den Gummibändern bis hin zur gewünschten Branding-Methode reicht die Palette. Der Online-Notebook-Konfigurator bietet einen ersten Überblick.

Frohe Ostern



1613
Süßes Ostereisäckchen



1013-3
Natur-Eierfarben



1614
Ein kleiner Ostergruß



1338
wachsender Hase

Jetzt digital, den Oster-Flyer 2020 anfordern unter info@multiflower.de

MULTIFLOWER

Promotion Ideen für Wachstum

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



Give a surprising wallet they will remember...



Easy, fun & delightful!
sales@huntersonwallets.com



Besser planen mit Freiraum

Das Bullet Journal von der Edition Michael Fischer mit Logo-Aufdruck und vielen Seiten im angesagten Handlettering- und Aquarell-Look ist ein perfekter Wochenplaner. Dabei lässt es viel Freiraum für Notizen, Termine und Projekte. Praktische To-do- und Einkaufslisten werden durch motivierende Zitate und Sprüche ergänzt. Der Anbieter passt den kreativen Begleiter ganz auf die Wünsche der Kunden an. Die können sich zudem über das Full-Service-Angebot für dieses Produkt oder andere Highlights wie Nachhaltigkeit oder Angebote zur Fußball-Europameisterschaft informieren.

Ein Kalender für viele Jahre

Der ewige Rolbus-Kalender ist ein praktisches und stilvolles Accessoire für den Schreibtisch. Es ist in der GO GREEN-Kollektion der ANDA Present Group enthalten und besteht zu 100 Prozent aus Bambus. Der Kalender besteht aus vier Würfeln, die in einem Halter angeordnet werden können, um das aktuelle Datum im Format Monat – Tag – Name des Tages anzuzeigen. Der Halter bietet eine große Oberfläche, die mit dem Firmenlogo bedruckt oder graviert werden kann. ANDA Present bietet zudem die Möglichkeit, den Kalender mit einer benutzerdefinierten Produktbox zu bestellen und ein wirklich einzigartiges Präsent zu kreieren.

PSI 45753 • ANDA Present Ltd.
Tel +36 1 210 0758
export@andapresent.com
www.andapresent.com





Katzen-Leckerli

Leckerli-Pack



Leckerli-Konserve



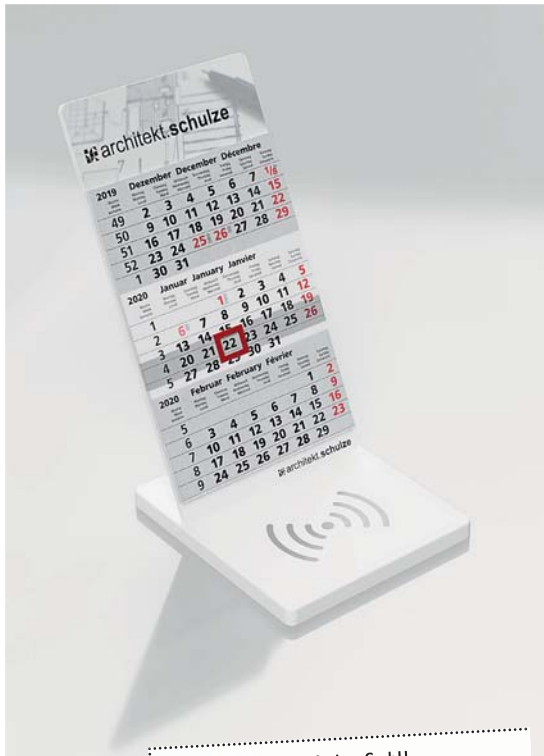
Leckerli im Organza



Katzen-Gras



Backförmchen-Box



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

Kalender für zwei Welten

Der Wireless Charging Kalender VYNN® von Vim Solution verbindet die analoge mit der digitalen Welt. Unterhalb der klassischen Kalenderansicht mit drei Monaten befindet sich ein Wireless Charger. Damit kann jedes Wireless Charging fähige Gerät aufgeladen werden. Standardmäßig ist die Grundplatte in Schwarz oder Weiß erhältlich, die Kalenderschilder wahlweise in Schwarz, Blau, Rot oder Weiß. Hieraus ergeben sich acht verschiedene Kombinationsmöglichkeiten. Bereits ab 500 Stück ist eine Sondereinfärbung möglich.

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.

Kanadisches Saatgutpapier für besondere Botschaften

Durch und durch nachhaltig



Botanical PaperWorks produziert heute über 2.000 verschiedene Artikel aus Samenpapier.



Wie der Vater, so der Sohn“ ist eine bekannte Redensart und bedeutet aus entwicklungspsychologischer Sicht, dass sich Söhne ihr Sozialverhalten von ihren Vätern abschauen. Gleiches gilt aus wissenschaftlichem Blickwinkel auch für Töchter und Mütter. Dass diese auch sehr erfolgreich miteinander kreativ sein können, beweisen Mary Reimer und ihre Tochter Heidi Reimer-Epp. Die beiden Frauen wollten ursprünglich „nur“ Spezialpapier aus Pflanzen und Pflanzenbestandteilen ihrer heimischen Landschaft rund um das kanadische Winnipeg fertigen. Heute produziert ihr Unternehmen Botanical PaperWorks über 2.000 verschiedene Artikel aus Samenpapier in höchster Qualität, die fortlaufend weiterentwickelt werden. „Wir sind der größte Hersteller von Samenpapier und arbeiten mit zahlreichen anderen Unternehmen zusammen, darunter weltbekannte Marken“, erzählt Heidi Reimer-Epp nicht ohne Stolz und fügt hinzu: „Botanical

PaperWorks hat seinen Hauptsitz zwar in Kanada, doch wir beliefern Kunden in 35 Ländern weltweit, schnell und gewissenhaft. Und das wissen unsere Kunden durchaus zu schätzen.“

Erfolgreiche Experimentierfreude

Doch der Reihe nach. 1997 starteten die Damen Reimer Botanical PaperWorks. Zu ihren ersten Produkten zählten handgemachte Blütenpapiere, Hochzeitseinladungen und -andenken. „Während wir unser erstes Buch mit dem Titel ‚300 Papierrezepte: kreative Ideen zum Papierschöpfen‘ geschrieben haben, experimentierten wir mit unterschiedlichen Pflanzenbestandteilen, darunter auch Korn- und anderen Blättern. In dieser Zeit ist in uns die Idee gereift, Samen in das Papier einzuarbeiten“, erinnert sich Heidi Reimer-Epp an die Anfänge. „Wir haben einige Versuche durchgeführt, das Papier eingepflanzt und es sind



tatsächlich Blumen daraus gewachsen. Das war wirklich aufregend.“ Und zwar so aufregend, dass sie und ihre Mutter in den darauffolgenden drei Jahren Verfahren entwickelt haben, ein solches Papier in großer Stückzahl herstellen zu können. Das entpuppte sich als ein etwas schwieriges Unterfangen. „Wir wollten stabile und dennoch flache

Papierbögen, die hochauflösend bedruckt werden konnten. Gleichzeitig sollte das Saatgut eine hohe Keimfähigkeit aufweisen, alles in möglichst großen Auflagen, um den Anforderungen unserer Kunden nachkommen zu können“, so die Qualitätsanforderungen von Mutter und Tochter Reimer. Und das ist ihnen gelungen. Kurz darauf brachte Botanical PaperWorks die erste Serie Hochzeitseinladungen und -andenken auf Basis des neuen Samenpapiers heraus. Der Erfolg war so überwältigend, dass sie ihr Repertoire rasch erweiterten. Es entstanden „memorial products“ zum Andenken an Verstorbene, aber auch unterschiedliche werbende Artikel.

Teil einer Kreislaufwirtschaft

In der Konsequenz firmierte Botanical PaperWorks um zu einem Samenpapier-Unternehmen, das sich heute selbst in diesem Bereich als weltweit führend in Herstellung und Produktdesign bezeichnet – sowohl in Sachen Konsumgüter und Verpackung als auch Werbeartikel. So unterschiedlich die Produkte auch sein mögen, bei dem Prinzip setzt Botanical PaperWorks auf eine einheitliche, klare Linie: „Wir bieten stets ein spezielles umweltfreundliches Papier, das aus post-consumer und post-industriellen Abfällen gefertigt ist und in das entsprechendes Saatgut eingearbeitet wird. Wenn die Produkte eingepflanzt werden, wachsen sie zu Kräutern, Blumen und Gemüse heran und hinterlassen ihrerseits keinen Abfall“, erläutert

Heidi Reimer-Epp das Geheimnis der Reimerschen Entwicklung. Botanical PaperWorks-Produkte sind Teil einer Kreislaufwirtschaft. Sie werden aus Altpapier hergestellt, das anderenfalls auf der Mülldeponie gelandet wäre. Bis zum heutigen Tag, so bekräftigt Heidi Reimer-Epp, hat das Unternehmen auf diesem Weg mehrere hundert Tonnen Altpapier vor der Entsorgung bewahrt. Mehr noch: „Immer dann, wenn sich jemand für ein Produkt aus Samenpapier entscheidet, schützt er die Umwelt vor einem Plastik-, Einweg- oder nicht recycelten Artikel. Alles in allem führt das jährlich zu ungefähr einer Million Objekten, die nicht dem Abfallstrom zugeführt werden. Darauf sind wir wirklich sehr stolz.“

Attraktiv und umweltfreundlich

Unternehmerisch folgt Botanical PaperWorks auch über zwanzig Jahre nach seiner Gründung noch immer derselben erfolgreichen Strategie: Kunden einen umweltfreundlichen, nachhaltigen (Werbe-)Artikel als Alternative zu anderen Produkten anzubieten. Eine geeignete, kosteneffiziente Option, die gleichzeitig auch für die Umwelt etwas Gutes tut. Der Anspruch der beiden Firmengründerinnen war dabei von Anfang an hoch, denn sie möchten, dass jede Kundenentscheidung für ein Produkt von Botanical PaperWorks dazu beiträgt, „Altpapierabfälle zu vermeiden, den fertigungstechnischen ökologischen Fußabdruck zu minimieren und Bepflanzungen zu fördern, die für das Ökosystem wichtig sind.“ Dementsprechend lautet auch die Unternehmensphilosophie nach wie vor, Organisationen und Unternehmen zu helfen, Events zu feiern und Initiativen zu promoten und dabei auf Produkte zurückgreifen zu können, die sowohl attraktiv als auch umweltfreundlich sind und mit denen Kunden gleichermaßen Gutes für den Planeten und ihr Business tun.

>>



Heidi Reimer-Epp hat zusammen mit ihrer Mutter vor über 20 Jahren Botanical PaperWorks aus der Taufe gehoben.

Anstrengungen in Sachen Umwelt

Botanical PaperWorks ist ein durch und durch nachhaltig aufgestelltes Unternehmen. Mit Blick auf die Umwelt gibt es gleich mehrere Anstrengungen. So wurde 2018 etwa als firmenübergreifendes Thema „Leave the earth a better place“, also die Erde als einen besseren Platz zurückzulassen, gewählt. Im Laufe des Jahres wurden 103 Vorschläge gesammelt, wie dieser Anspruch im Alltag umgesetzt werden könne. 38 Ideen wurden bereits realisiert, sieben befinden sich in einem laufenden Prozess, 39 in der Planungsphase. „Alles in allem“, so Heidi Reimer-Epp zu den Auswirkungen auf ihr Unternehmen, „haben wir unsere eigene Abfallproduktion dadurch reduziert, dass wir mehr recyceln, mehr wiederverwenden und unseren Konsum von Artikeln, die normalerweise irgendwann im Müll landen würden, zurückgefahren haben.“ Zudem wurde das

oder dem Format. Und das alles liefern wir schnell und günstig. Das macht uns zu einem attraktiven Partner.“ Der möchte Heidi Reimer-Epp mit ihrem Unternehmen auch für den europäischen Werbeartikelmarkt sein. „Europa denkt bei umweltfreundlichen Werbeartikeln sehr fortschrittlich. Aus diesem Grund möchten wir gerne mit europäischen Unternehmen, die unsere Werte teilen, Geschäftsbeziehungen entwickeln.“ Nicht zuletzt deshalb hat Botanical PaperWorks in diesem Jahr bereits zum zweiten Mal auf der PSI ausgestellt.

Mehrfach ausgezeichnet

Heidi Reimer-Epp hat nicht nur mit ihrer Mutter zusammen Botanical PaperWorks gegründet. Sie lebt Botanical PaperWorks und ist zu Recht stolz auf das, was sie bisher erreicht hat. Dazu gehören auch zahlreiche Auszeichnungen, die ihr Unternehmen in der Vergangenheit gewonnen hat. So erhielt Botanical PaperWorks den „Innovation in Print“-Award in Anerkennung seiner innovativen Verfahren, Samenpapier zu bedrucken und bereits drei Mal den PPPC-Award (Promotional Product Professionals of Canada) „Best in Green“, ein Preis, der nachhaltige und umweltfreundliche Werbeartikelunternehmen prämiert. Gerade diese Ehrung bedeutet dem gesamten Unternehmen besonders viel, denn „wir sind sehr engagiert dabei, wenn es darum geht, den positiven Einfluss von Botanical PaperWorks auf die Umwelt zu erhöhen.“

Doch nicht nur bei ökologischen Themen sieht sich Botanical PaperWorks in der Pflicht. Das Unternehmen nimmt auch seine soziale Verantwortung in der Gesellschaft sehr ernst und bietet vor allem Zuwanderern einen rundum sicheren und ansprechenden Arbeitsplatz – gerade auch denjenigen, die nur über geringe englische Sprachkenntnisse verfügen. „Wir heißen Neukanadier in unseren Reihen herzlich willkommen“, betont Heidi Reimer-Epp. Dabei versteht sie Botanical PaperWorks durchaus auch als Karrieresprungbrett für seine Beschäftigten. „Einige unserer Teammitglieder arbeiten bereits seit vielen Jahren für uns. Andere sammeln bei uns Erfahrungen, in dem sie sich weiterbilden, ihre Fähigkeiten verfeinern und eine andere langfristige Beschäftigung finden“, zeigt sich Heidi Reimer-Epp glücklich, „diese Rolle innerhalb der Gesellschaft wahrnehmen zu können.“ Schließlich kann sich jeder auf seine Weise einbringen. Und genau diese kollektive Energie sei es, die Botanical PaperWorks zu Außergewöhnlichem ver helfe. Denn das Unternehmen hat eine klare Mission: nachhaltige Schönheit zu verbreiten. In jeder Hinsicht. <



Produkt mit blühendem Erfolg: Aus eingepflanztem Papier werden Kräuter, Blumen und Gemüse.

Unternehmen gemäß dem kanadischen Programm „Climate Smart“ zertifiziert und arbeitet kontinuierlich daran, seinen CO₂-Fußabdruck zu reduzieren.

Interesse an Europa

Sein klares Bekenntnis zu nachhaltigem Handeln sieht Botanical PaperWorks auch als Benefit für Werbeartikelhändler und -berater. „Kunden fragen ihre Händler und Berater immer häufiger nach umweltfreundlichen Werbeartikeln. Botanical PaperWorks bietet 375 Katalogprodukte und unbegrenzte kundenindividuelle Artikel. Händler werden also immer das Richtige für ihre Kunden finden, mit dem diese ihr Business voranbringen, ihr Bekenntnis zur Nachhaltigkeit kommunizieren und etwas Gutes für die Umwelt tun können“, berichtet die Unternehmenschefin und fügt selbstbewusst hinzu: „Wir können das voller Überzeugung sagen, denn wir entwickeln, designen und produzieren alle Artikel selbst. Das gibt uns die Möglichkeit, alle Produkte bis ins Kleinste zu individualisieren – ganz gleich, ob bei der Farbe des Papiers, der Samenart

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

Diese Tasche ist ein Werbeträger der besonderen Art. Nicht nur im doppelten Wortsinn, sondern auch mustergültiger Repräsentant einer Zeit, in der es gilt, die Zukunft eines lebenswerten Planeten zu sichern: die multisensorische Tasche aus Graspapier des Papiertaschenprofis Bags by Riedle.

Werbetaschen aus Graspapier – mehr als nur Trend

Werbung, die wächst und gedeiht



Alles andere als Greenwashing: RIEDLE Nature aus Graspapier. © BAGS BY RIEDLE

Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen sind im Fokus vieler Unternehmen. Doch oft ist die Gewinnung und Verarbeitung des Materials so gar nicht umweltfreundlich. Nicht so beim Familienunternehmen Bags by Riedle aus Langenbrettach. Seit der Produkteinführung der Werbetasche aus Graspapier erhielt der Papiertaschenspezialist bereits zwei Auszeichnungen für das außergewöhnliche Modell aus der Produktreihe RIEDLE Nature, darunter bei den PSI Sustainability Awards in der Kategorie „Sustainable Product“.

Gras aus Biotopen

Doch was sind eigentlich die Besonderheiten des Graspapiers und warum ist Nachhaltigkeit hier so echt? Gras ist der am schnellsten nachwachsende Rohstoff, der für eine

Papiertasche verwendet werden kann. Vom Zeitpunkt des Mähens bis zur Fertigstellung des Produktes ist das Gras fast schon wieder erntereif. Dabei ist die Verfügbarkeit dennoch eingeschränkt, da der Grasschnitt überwiegend von sonst ungenutzten Ausgleichsflächen kommt, die als Biotope nur zwei bis drei Mal pro Jahr gemäht werden dürfen. Dies kommt der Landwirtschaft zugute. Die Nutzung von Ausgleichsflächen ermöglicht zusätzliche Einnahmequellen und unterstützt somit die Arbeitsplätze im ländlichen Raum. Das Gras dieser Taschen wächst auf Wildwiesen, frei von Pestiziden und Düngemitteln. Durch das späte Mähen wird die Biodiversität gefördert und damit die Biene geschützt. Außerdem ist das Gras zu diesem Zeitpunkt auch schon so hoch gewachsen, dass es für Tierfutter nicht mehr verwendet werden kann. Damit das Graspapier aber als Material für eine Tasche Anwendung findet und der üblichen Traglast standhält, wird der Graszellstoff mit ca. 60% Holzzellstoff oder Altpapier vermischt. Dennoch beeindruckend sind die Zahlen zum Herstellungsprozess in Bezug auf die Öko-Bilanz: 97% Energieerparnis; 75% weniger CO² Emissionen bei der Rohstoffherstellung; 99% Wassereinsparung; 100% Verzicht auf Prozesschemikalien. Lange Transportwege sind hier selbstverständlich tabu.

Multisensorisches Highlight

Die Struktur des Graspapiers erzeugt nicht nur eine besondere haptische und optische Wirkung, auch bleibt der typische Grasgeruch noch eine Zeitlang erhalten. Auch diesem innovativen Produkt legt Riedle seine eigenen strengen Anforderungen und Maßstäbe zugrunde. So ist dieses grasgrüne Werbemittel nicht nur eines, das nachhaltig wirkt, sondern auch Ausdruck der unternehmerischen Gesellschaftsverantwortung. <

**12-14 JANUAR 2021
MESSE DÜSSELDORF**

**SAVE
THE
DATE**

WWW.VISCOM-MESSE.COM

Die „Riesenlust auf begeisternde Werbeartikel“ ist die Antriebskraft beim Werbemittelspezialisten CREARTIV. Seit über 20 Jahren praktizieren die Profis aus Essen nun die Kunst, erfolgreich zu werben. Grund genug, diese zwei bemerkenswerten Jahrzehnte an dieser Stelle näher zu beleuchten.

Über 20 Jahre im Dienst der Werbeartikel

Die Kunst erfolgreich zu werben



Den Grundstein zum Erfolg legte man direkt zu Beginn mit einem Großprojekt, das den Einzelversand an 200.000 Empfänger in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden umfasste.

Wenn man den Webauftritt der CREARTIV GmbH öffnet auf der Suche nach Ideen, Produkten und Lösungen für ein erfolgreiches Marketing seines Unternehmens, so springen einem zunächst die Schlagwörter „Wir lieben was wir tun“ und „Wir gehen das anders an“ entgegen – Sätze, welche die Philosophie der Essener prägnant unterstreichen. Seit 1999 vermittelt man diese „echte Leidenschaft für kreative Werbeartikel“ überzeugend weiter. Und diese Überzeugung, die ja schon im Firmennamen steckt, schafft es immer wieder aufs Neue,

„einzigartige, überraschende und kreative Werbeartikel mit dem gewissen Etwas“ für Kunden zu finden, die passenden Konzepte inklusive. Vom ersten Kontakt über den Werbeartikel-Einkauf bis zur pünktlichen Lieferung begleitet das CREARTIV-Team seine Kunden mit Know-how, Erfahrung und vorausdenkender Kompetenz.

Umfassender Service

„Qualität und erstklassige Beratung sind heute wichtiger denn je“, weiß Unternehmensgründer und Geschäftsführer Thorsten N. A. Haumann. „Wir beraten individuell, fair und ehrlich, direkt vor Ort beim Kunden, und immer flexibel und ganz unkompliziert“, betont Haumann, der zusammen mit seinem Team alle Facetten eines modernen Werbeartikelhändlers bedient, angefangen bei der Konzeptionierung über Beschaffung und Veredelung, Versand, Einlagerung und Konfektionierung bis hin zu Kundenbindungssystemen sowie weiteren Extras und individuellen Services wie der Produktion kleiner Auflagen, Sonderproduktionen oder der Fertigung spezieller Werbeartikel.

Kontinuierlich gewachsen

Der Unternehmensgründer hob CREARTIV zunächst als GbR mit drei weiteren Gesellschaftern im Februar 1999 aus der Taufe. Ab dem 29. Februar 2000 firmierte man dann zur GmbH, die Thorsten N. A. Haumann seit 2004 als alleiniger Geschäftsführer leitet. Begonnen hatte man mit einem 15-qm-Wohnungsbüro, das bereits 2001 auf 110 qm gewachsen war. Mit zunehmendem Erfolg wuchs auch die Bürofläche und heute agiert CREARTIV mit einem neunköpfigen Team in einem eigenen Firmengebäude auf 300 qm plus externer Lagerflächen, dazu einem weiteren Mitarbeiter in einem Büro in Hessen.

Fulminanter Start

Den Grundstein zum Erfolg legte man direkt zu Beginn mit einem Großprojekt, das den Einzelversand an 200.000 Empfänger in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden umfasste; laut Thorsten N.A. Haumann „ein Crashkurs in Disziplin, Ordnung, Organisation, Verhandlung, Logistik, Einkauf- und Materialwirtschaft sowie Teamgeist“. Doch dieser „Crashkurs“ hat sich gelohnt, denn am Ende fließt der erste siebenstellige Betrag aufs Firmenkonto. „In unser erstes Jahr fällt auch der bislang ausgefallenste Auftrag: Ein Polarbärfell für ein Luxushotel. Auch hier haben wir eine Menge Erfahrungen gesammelt, denn bis zu diesem Zeitpunkt war uns nicht bekannt, dass eine am Fell versteckte Kennzeichnung alles offenlegt, vom Lebensraum des Tieres bis hin zum Käufer“, beschreibt Haumann diesen kuriosen Fall.

Erfahrungen sammeln

2001 tritt CREARTIV dem PSI-Netzwerk bei. In dieser Zeit macht das Unternehmen weitere große Schritte in eine erfolgreiche Zukunft. „Es galt, den Auftrag eines der weltweit größten Schokoladenproduzenten, eine seiner Marken am POS perfekt zu positionieren, umzusetzen. Es ging um Verkostungsaktionen, Displayauf- und -abbau, Bestückung, Pflege etc. Was im ersten Step mit drei Mann gemacht werden konnte, explodierte förmlich innerhalb von wenigen Tagen und die CREARTIV stockte auf 97 festangestellte Vollzeitkräfte auf. Wir waren mit unsrer Aktion so erfolgreich, dass der Kunde den Auftragsumfang noch weiter erhöhen wollte. Der bisherige Verantwortungsbereich Nordrhein-Westfalen sollte auf ganz Deutschland ausgeweitet werden. Für uns und unsre Kapazitäten eine schwere Entscheidung. Wirtschaftlich betrachtet mehr als eine Goldader. Doch ich war mir sicher, die Qualität dieser Dienstleistung für Gesamtdeutschland nicht aufrecht erhalten zu können. Außerdem wollte ich als Jungunternehmer nicht schon zu Beginn von einem Kunden abhängig sein. Deshalb lehnte ich die Erweiterung des Auftrags ab“, erinnert sich Haumann, der in dieser Phase meist nur zum Schlafen und Duschen zuhause war. Doch die Entscheidung war, wie sich bald herausstellten sollte, „genau die richtige“, denn die Agentur, die den Auftrag schließlich zu stemmen wagte, „konnte das Qualitätsmaß bzw. die Erfolge der CREARTIV nicht wiederholen, wurde abgesägt und war danach am Ende“, so Haumann.

Partnerschaftliche Werte im Fokus

In den vergangenen Jahren hat sich das Unternehmen im Bereich Marketingberatung, Konzeption und Ideenerarbeitung verstärkt positioniert. „Der Aufbau und weitere Ausbau mit partnerschaftlichen und zuverlässigen Geschäftspartnern stellt hierbei immer wieder eine Heraus-



CREARTIV Gründer und Geschäftsführer Thorsten N.A. Haumann im Showroom des Unternehmens.

forderung dar. Viele Hersteller und Lieferanten verlieren den Service und die Zuverlässigkeit aus den Augen und legen ihre Schwerpunkte leider woanders. Das Bewusstsein, dass der zufriedene Industriekunde am Ende des Tages unser aller Brötchen bezahlt, gerät oft in Vergessenheit“, weiß der Geschäftsführer auch von negativen Erfahrungen zu berichten. „Seit Beginn liegt Fokus unsrer Arbeit ganz klar auf einem offenen, partnerschaftlichen und fairen Miteinander mit unseren Kunden. Bei der Auswahl unserer Lieferanten legen wir verstärkt den Schwerpunkt auf gelebten und nicht nur ‚verbalen‘ Service. Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit und gegenseitiges Vertrauen sind Werte, die wir schätzen und bei unseren Partnern zu schätzen wissen. Und hier arbeiten wir bereits seit Beginn mit einigen Lieferanten zusammen, für die ebenso wir für uns gilt: Ein Wort ist ein Wort“, betont Haumann und ergänzt: „Hätten einige unsrer Lieferanten in den zurückliegenden Jahren sich nicht auf diese Devise verlassen, wäre manches Projekt schwieriger verlaufen oder gar nicht erst zustande gekommen. Dieser Umstand erfüllt uns auch ein wenig mit Stolz, da wir dieses Vertrauen auch nie haben enttäuschen müssen.“ Und dass dieses Vertrauen auch von den Kunden geteilt wird, beweist ein wahres Highlight aus dem Jubiläumsjahr: eine individuelle Werbegabe aus dem Hause CREARTIV, die Papst Franziskus übergeben wurde und damit gewissermaßen zu „höheren Weihen“ gelangte.

Weiter entwickeln im Dienst des Kunden

Den künftigen Weg der CREARTIV GmbH sieht Thorsten N.A. Haumann in der weiteren Intensivierung eines serviceorientierten und leidenschaftlich handelnden Dienstleisters in Sachen Werbeatikel. „Die positive Rückmeldung von Seiten der Kunden bestätigt uns, unsre Entwicklung in diesem Sinne beständig voran zu treiben“, unterstreicht Haumann – und somit „die Kunst, erfolgreich zu werben“ noch vielen Unternehmen zugute kommen zu lassen.

<

Jetzt kommt Farbe ins Spiel

Der Gel-Schreiber Stabilo Palette bringt Farbe ins Spiel. Im coolen **Zwei-Komponenten-Look** überzeugt der Tintenroller mit Klickmechanik und einer inspirierenden Farbauswahl. Das Oberteil bietet Platz für Werbebotschaften und der Schaft zeigt mit einem Sichtfenster den Tintenstand an. Die Farbpalette des Schreibers reicht von den beliebten Standardfarben Blau, Grün und Rot bis hin zu den frischen Trendfarben Orange, Pink, Hellblau und Grau. Der Schaft bietet besonderen Komfort durch die extra große, rutschfeste und weiche Griffzone.

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



Deutlich weniger Kunststoff

Der neue QS40 Air des Schweizer Schreibgeräteherstellers Prodir bietet ein ebenso sichtbares und wie **fühlbares Mehr an Nachhaltigkeit**: seine Form schwebt, sie ist federleicht und atmet. Einen Teil der Gehäuseoberfläche des neuen QS40 hat sein Designer, Christoph Schnug vom Studio C Milano, durch seine feine, rhythmische Lochstruktur in Luft aufgelöst: Dadurch verbraucht der QS40 bis zu 60 Prozent weniger Kunststoff als andere Modelle. Zudem stammen 30 Prozent des verwendeten Kunststoffs aus recycelten Eigenabfällen. Da bleibt kaum noch Luft nach oben. Den neuen QS40 Air bietet Prodir in edel matter oder samtweicher Soft-Touch Oberfläche an. Darüber hinaus steht Kunden die ganze Palette vielseitiger Personalisierungsoptionen der Modellreihe QS zur Auswahl.

PSI 43417 • Prodir
sales@prodir.ch
www.prodir.com



Ready for Kick-off

Personalisierte Fußballer, gefertigt von ballprint, sind das ideale Präsent zum bevorstehenden Top Event, der EM 2020. Die Austragung der Spiele findet erstmalig in zwölf verschiedenen europäischen Ländern statt. Das Unternehmen aus Norddeutschland bietet hierzu ein umfangreiches Sortiment: vom Promotion- bis hin zum Top-Match-Fußball sowie Mini Fußballer in vielen verschiedenen Varianten. Weitere Infos gibt's auf Anfrage.

PSI 48636 • Ballprint GmbH
Tel +49 172 4346500 • info@ballprint.de
www.ballprint.de



Werben mit Holz

Holz ist eines der umweltfreundlichsten Rohmaterialien der Welt, das hat man bei Reidinger längst erkannt und stellt seit über 35 Jahren Bleistifte „Made in Europe“ her. Mit Bleistiften verschenkt man nicht nur ein **langlebiges Naturprodukt**, sondern vermittelt gleichzeitig auch die ökologische Orientierung des Unternehmens. Bedruckt mit dem individuellen Wunschmotiv erreicht die Werbebotschaft die Zielgruppe auf „natürlichem“ Weg. Der individuelle Werbebleistift kann ganz einfach im Konfigurator gestaltet werden.

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

Süße Werbung

Made in Germany

NEU

m&m's PEANUT M&M'S® Peanuts

m&m's CRISPY M&M'S® Crispy

WOLFSRUDEL
outdoor equipment by

Werbewirkung
schmeckt
NACHHALTIG!



www.suesse-werbung.de

Neue Farben

Prodir hat für ihre Regeneration Pens jetzt **zwei neue Farben** vorgestellt: Rot und Grün. Diese leuchtenden Farben, die Hauptfarben vieler bekannter Firmenlogos, sind das Ergebnis einer sorgfältigen und kontinuierlichen Sortierung der im normalen Fertigungsprozess von Prodir anfallenden Kunststoffabfälle. Das bedeutet keinerlei zusätzliche Transportwege und keine zusätzliche Beimischung von Farben. Das macht sie zur natürlichen Wahl von Unternehmen, die sich für mehr Nachhaltigkeit einsetzen und das auch kommunizieren möchten. Die Regeneration Pens gibt es in fünf Farben: Rot, Grün, Schwarz, Blau und Fango für die Modelle DS3, DS5 und DS8.

PSI 43417 • Prodir
sales@prodir.ch
www.prodir.com



Garantiert rostfrei

Werkzeuge von Wera zeichnen sich schon immer durch beste Qualität aus. Nun setzt man noch ein **Sahnehäubchen obendrauf: Edelstahl!** Das sieht nicht nur spitze aus, sondern verhindert Rost auf besonders sichere Weise. Die zwei im Set enthaltenen Schraubendreher sind zudem vakuumeisgehärtet, was für eine ganz besondere Festigkeit des Materials sorgt. Zwei besonders gängige Kreuzschlitzprofile bieten ein breites Anwendungsspektrum. Der „Kraftform“-Griff ist der menschlichen Hand nachempfunden, so dass die Anwendung nicht nur zu guten Ergebnissen führt, sondern auch noch Spaß macht. Ab 250 Stück nimmt Wera eine Individualisierung mit einem Kundenlogo vor.

PSI 48078 • Wera Werkzeuge GmbH
Tel +49 202 4045198 • waurich@wera.de
www.wera.de

Keine Chance für Fremdkörper

Mit seinen **neuen Bottle Caps** sorgt Mank Designed Paper Products für ein Hygiene-PLUS mit Doppelnutzen in der Gastronomie. Die Papierabdeckungen für Getränkeflaschen und -dosen erleben nicht allein durch die aktuelle Hygienes Diskussion die ungeteilte Aufmerksamkeit in der Gastronomie. Durch die besondere Stanzung hält das Cap auch beim Transport und bei Wind im Outdoorbereich und sperrt wirksam alles aus, was im Getränk nichts zu suchen hat. Eine zusätzliche Stern-Stanzung nimmt auf Wunsch einen Strohhalm auch. Die Bottle Caps lassen sich individuell bedrucken und sind dann gleichzeitig ein gefragter Werbeträger.

PSI 43707 • Mank GmbH • DESIGNED PAPER PRODUCTS
Tel +49 2689 94150 • info@mank.de
www.mank.de • www.sovishop.de



Langlebig, natürlich und kreativ

Langlebig, natürliche Materialien, kreativ gestaltbar – das sind nur ein paar herausragende Argumente für die **Pflanzhölzer** der emotion factory, die es mittlerweile in unterschiedlichsten Größen, Ausführungen und Verpackungen gibt. Die kreativen Köpfe hinter dem Produktbereich haben einmal mehr darauf geachtet, dass Nachhaltigkeit draufsteht aber vor allem auch im Pflanzholz drinsteckt. So bestehen diese aus europäischen Hölzern, die PEFC-zertifiziert sind. Auch die wunschgemäß bedruckbare Banderole steht ganz im Zeichen „grün“ und ist zudem mit einem recyclingfreundlichen durchsichtigen Aufkleber verschlossen. Es werden nur deutsche und europäische Samen angeboten, auf Wunsch auch in Bio-Qualität. Beigelegt ist auch eine Substrattablette als Erde.

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

The Power of Sweets

Magna sweets hat sich für 2020 ganz dem Thema der genialen Kraft der Superhelden verschrieben. The Power of Sweets zeigt sich unter anderem durch den extra für Magna entwickelten Magna-Man, der auch das aktuelle Cover des Katalogs, dem „Candy Book 2020“, schmückt. **Unwiderstehliches Naschwerk** wird mit unvergesslichen Botschaften kombiniert und schafft Kundenbindung. Zur Wahl stehen beispielsweise gesüßte und getrocknete Ananasstücke im individuell bedruckten Werbetütchen. Superlecker sind auch die zuckerreduzierten Fruchtgummis (30 Prozent weniger Zucker). Das Naschwerk kann mit den nachhaltigen Verpackungslösungen von Magna sweets genutzt werden. Nachhaltige Werbemittel und lecker für die Umwelt.

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



RecycleBär

Die ganze Welt spricht mit Recht davon, dass man achtsamer und bewusster handeln sollte. Bei mbw® spricht man nicht nur davon, hier lässt man den Worten auch Taten folgen! Wer jetzt nicht nur einen nachhaltig guten Eindruck machen möchte, sondern auch ressourcenschonend werben will, sollte sich diese Neuheit nicht entgehen lassen: eine PET-Flasche zum Kuscheln und Knutschen, hergestellt aus Material, das **zu 100 Prozent aus recycelten Plastikflaschen** stammt. Die neuen RecycleBären sind somit später auch wieder recycelbar. Die Augen und Nase des Bären sind außerdem gestickt, es werden also keine Plastikteile verwendet. Damit leistet mbw® einen wertvollen Beitrag zum Recycling und zur Werbung mit nachhaltiger Wirkung.

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



Wertvoller Beitrag

Um zur Schaffung einer Kreislaufwirtschaft, in welcher Kunststoffe wiederverwendet werden, einen Beitrag zu leisten, investiert Stilolinea in nachhaltige Produkte. Im Ergebnis wird die Verwendung neuer Kunststoffe deutlich reduziert, was mit der Einführung der neuen Schreibgeräte-Kollektion, **die zu 100 Prozent aus Softdrink-Flaschen** hergestellt sind, erfolgreich gelungen ist. Der Hersteller legt zum Nachweis der Transparenz und Verlässlichkeit dieser von ihm „r-PET-Produkte“ genannten Artikel seinen Kunden ein Ursprungszeugnis dieses Kunststofftyps vor. Die zu 100 Prozent in Italien gefertigte In-House-Kollektion wird im gesamten Herstellungszyklus vollständig kontrolliert, alle Schritte und Ergebnisse sind dokumentiert. Die Entscheidung für einen r-PET-Kugelschreiber, wie beispielsweise den S45 r-PET, bedeutet eine 50-prozentige Energieeinsparung gegenüber einem Kugelschreiber aus neuem PET. Dieses Material verliert während des Recycling-Prozesses nicht seine grundlegenden Eigenschaften und kann somit wiederholt umgeformt und für die Herstellung wertvoller Produkte verwendet werden. Folglich ist der S45 r-PET ein recycelter, jedoch gleichzeitig auch ein recyclingfähiger Kugelschreiber, was ihn besonders umweltfreundlich macht.

PSI 45328 • Stilolinea Srl
Tel +39 011 2236350 • info@stilolinea.it
www.stilolinea.it





Kunststoffreste



Granulat



Label recyclingpen



Farben

Elegante Erscheinung

Modern, edel und elegant, so präsentiert sich das Multitalent Zeno aus dem Hause Klio-Eterna. Neben einem stilvoll geschwungenen Klipp und den großen Werbeflächen besticht der hochwertige Druckkugelschreiber besonders durch seinen **auffällig und markant gestalteten Drücker**, sowie die außergewöhnliche Formgebung, die von einem runden Schaft in ein elliptisches Oberteil mündet. Die Kombination aus hochwertigen Kunststoffbauteilen, gepaart mit den optional wählbaren glänzenden Metallelementen Spitze und Klipp, verleiht dem ausdrucksstarken Schreibgerät einen besonders edlen Charakter. Die vier Bauteile lassen den Zeno zu einem wahren Verwandlungskünstler werden, der immer wieder neu und individuell konfiguriert und zusammengestellt werden kann. Ein weiteres Highlight der Zeno-Produktreihe stellen die attraktiven und umfangreichen Veredelungs- und Bedruckungsmöglichkeiten dar. Die Variante Zeno bio wird aus PLA-Kunststoff auf Basis pflanzlicher Rohstoffe hergestellt.



PSI 40823 • Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG
Tel +49 7834 9730 • klio@klio.com
www.klio.com

Bestens organisiert

Die Tage des großen klimpernden Schlüsselbunds sind gezählt! Das meinen jedenfalls die Experten der Firma Einkaufswagenlöser und bieten den neuen Key-Organizer.eu an. Damit hat man ein **richtiges Platzwunder** in der Hand! Moderner Minimalismus sorgt für Ordnung in jeder Hosen-, Jacken- oder Handtasche. Ob elegant, casual oder in auffälligen Farben, es findet sich immer das passende Design zum gewünschten Outfit. Echtes Leder umschließt die Schlüssel und sorgt somit für eine lange Lebensdauer und besten Schutz. Zusätzlich kann der Kunde den 365 tägigen Gratis-Fundservice von Code24.de erhalten. Eine Personalisierung des Produktes ist durch das Einstanzen eines Firmenlogos auf der Frontseite und einen Druck auf der Geschenkbox möglich. Als extra Schmäckerl legt der Lieferant zum Key-Organizer.eu einen Einkaufswagenlöser bei.

PSI 49467 • Einkaufswagenlöser.de
Tel +49 36705 65000 sm@pinkey.de
www.einkaufswagenloeser.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. 20142	Advanced Materials , GREECE	www.admat.gr
PSI No. 20139	alfcon GmbH, AUSTRIA	www.alfcon.com
PSI No. 20141	AmedeA Werbepräsenste GmbH, GERMANY	www.amedea-werbepraesente.de
PSI No. 20137	API.PL SP. zo.o, POLAND	www.api.pl
PSI No. 20150	Boundless Network, Inc., UNITED STATES	www.boundlessnetwork.com
PSI No. 20120	Brands4You Sprl, BELGIUM	www.brands4you.be
PSI No. 20118	Communication Partners B.V., NETHERLANDS	www.communicationpartners.nl
PSI No. 20130	Cremers Werbemittel Agentur GmbH, GERMANY	www.cremers-agentur.de
PSI No. 20121	Darpe Industriedruck GmbH & Co KG , GERMANY	www.agentur-geistreich.de
PSI No. 20148	EKZAKTA EOOD, BULGARIA	www.exacta.hideagifts.com
PSI No. 20116	enve print services GmbH, GERMANY	www.enve-print.de
PSI No. 20132	Freshdesign GmbH & Co KG, GERMANY	www.freshdesign.de
PSI No. 20134	A&G Studios Ltd , UNITED KINGDOM	www.fyldepm.co.uk
PSI No. 20136	Galvi Promotion Products Gesmbh, AUSTRIA	www.galvi.at
PSI No. 20135	GoodiesCoach Werbeartikel - Beratung und Handel e.U., AUSTRIA	www.goodiescoach.com
PSI No. 20128	HELIOPOLIS IMPORT EXPORT S.L.U., SPAIN	www.grupoheliopolis.com
PSI No. 20131	HooTeen Palvelu , FINLAND	www.nootee.fi
PSI No. 20124	Identity Incentives Ltd, UNITED KINGDOM	www.id-i.co.uk
PSI No. 20119	JABS General Trading L.L.C., UNITED ARAB EMIRATES	www.jabs-trading.com
PSI No. 20140	Kaktusblüte- Andrea Schwab, GERMANY	
PSI No. 20127	Ka-La Werbeartikel , GERMANY	
PSI No. 20123	KREAD HUNGARY KFT. LLC, HUNGARY	www.kread.hu
PSI No. 20145	LOOP GmbH & Co. KG, GERMANY	www.nachhaltigwerben.de
PSI No. 20144	MARKOM Gifts S.L., SPAIN	www.markomgifts.com
PSI No. 20146	Mobiles Denken Werbeagentur - Lars Kochbeck, GERMANY	www.mobiles-denken.de
PSI No. 20143	Optima Unternehmens- und Wirtschaftsberatung GmbH, GERMANY	
PSI No. 20147	Société Pom & Cub SAS, FRANCE	www.pometcub.com
PSI No. 20133	Profil & Kontor i Vimmerby AB, SWEDEN	www.profilkontor.se
PSI No. 20125	PRo XX GmbH, GERMANY	www.pro-xx.de
PSI No. 20149	PUBLIX Werbegesellschaft mbH, AUSTRIA	www.publix.at
PSI No. 20126	PWA Pütz König Werbeagentur GmbH, GERMANY	www.pwa-hamburg.de
PSI No. 20129	RCK Finland Oy, FINLAND	www.rckfinland.fi
PSI No. 20122	S.D. THEOFYLAKTOS S.A., GREECE	www.theofylaktos.com.gr
PSI No. 20117	UAB „Agrava“, LITHUANIA	www.agrava.lt
PSI No. 20138	Vereinsbedarf Deitert GmbH, GERMANY	www.deitert.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:

Neue Mitglieder | New Members

PSI Lieferanten / Suppliers

PSI No. 60140	Dias-Gruppe GbR , GERMANY	www.dias-gruppe.de
PSI No. 60145	ECOPACK MAK. VE GIDA SAN.TIC LTD. STI, TURKEY	www.samecopack.com
PSI No. 60144	EDCE Ventures Ltd., CYPRUS	www.edce-ventures.com
PSI No. 60141	FLSK Products GmbH, GERMANY	www.flsk.de
PSI No. 60139	German Bakery Stapper , GERMANY	www.keks-kreator.de
PSI No. 60136	Industriewerbung Promotia GesmbH, AUSTRIA	www.promotia.at
PSI No. 60134	JENLUCA ASSEMBLING ELECTRICAL L.L.C., UNITED ARAB EMIRATES	www.jenluca.com
PSI No. 60142	Klaus Schmidt Kartonagen, GERMANY	www.schmidtkartonagen.de
PSI No. 60138	Kübler-Alfermi GmbH, GERMANY	www.kuebler-alfermi.de
PSI No. 60149	LAKRIDS by Johan Bülow GmbH, GERMANY	www.lakridsbybulow.de
PSI No. 60146	One Target Promotion Inc, UNITED STATES	www.onetargetpromotion.espwebsite.com
PSI No. 60137	PeCeDe GmbH, GERMANY	www.pecede.de
PSI No. 60132	Produktionswerk Merchandising GmbH, GERMANY	www.produktionswerk.com
PSI No. 60148	RettEi , GERMANY	www.rettei.de
PSI No. 60133	schenkYou GmbH, GERMANY	www.schenkyou.com
PSI No. 60143	tdrei GmbH, AUSTRIA	www.tdrei.at
PSI No. 60135	Trendfactory GmbH, GERMANY	www.trendfactory.eu
PSI No. 60147	Turteks Tekstil Etiket San Vetic A.S., TURKEY	www.turteksetiket.com
PSI No. 90100	WILL INTERNATIONAL LIMITED, UNITED KINGDOM	www.willinternational.co.uk

INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
49747	Cookie Cutter® ASSCA GmbH	033
18681	B&W Druck und Marketing GmbH	077
45619	CLIPY Artur Begin, S.L.	U4
42819	Gustav Daiber GmbH	005
43450	E.L. Cravatte B.V.	025
43144	FARE - Guenther Fassbender GmbH FKM e.V.	021 079
43420	EuroSCHIRM by EBERHARD GÖBEL GmbH + Co. KG	025
41016	Heri-Rigoni GmbH emotion factory	059
41545	JUNG since 1828 GmbH & Co. KG	007
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	069
42438	Lediberg GmbH	049
47814	Lupenmaxx GmbH	076
43927	memo AG	051
43410	Mister Bags GmbH	002+003
45974	Multiflower GmbH	057
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	076
43417	Prodir GmbH PromoTex Expo - Reed Exhibitions Deutschland GmbH PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	001 063 U3/IBC, 023
42487	REFLECTS GmbH	009
42938	REIDINGER GmbH	053
45328	Stilolinea Srl	014+015
44970	TRIGON Deutschland GmbH (ehemals SEMO Deutschland GmbH)	017
47555	Vim Solution GmbH viscom - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	U2/IFC 065
48682	VOSS-HELME GmbH & Co. KG	029
Beilage / Insert (*Teilaufgabe / part circulation)		
47123	fides Druck und Medien GmbH	

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 Österreich

Bordüre-einwebung ab 40 Stück

herka-frottier.at

PSI No. 46235

www.herkat-frottier.at

PSI LOGISTIKPARTNER / PSI LOGISTICS PARTNER

MAKE IT SMART
QTRADO LOGISTICS
FOR ADVERTISING
MATERIAL

PROMOLOGICAL LOGISTICS

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

PSI No. 80068

www.qtrado-logistics.de

EINKAUFSWAGENAUSLÖSER / KEY CHAIN

Der Original
TRIGGI[®]
Der Einkaufswagenauslöser

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

ab 300 Stück

teamline
Gemeinde Köngen

Werbeträger · Einkaufswagenauslöser · Flaschenöffner

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

PSI No. 46925

www.pinsundmehr.de

SPIELWAREN / TOYS

SEMO Newbies

Großes Standardsortiment mit mehr als 500 SEMO Plüschtieren!

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

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.: 07861 909988 0
www.lupenmaxx.de | www.mikrofaserluch.de

PSI No. 47814

www.lupenmaxx.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2020 oder online
in unserem PSI Product Finder

www.psiproductfinder.de

STELLENANGEBOTE / JOB OFFER



Tanzen Sie gerne aus der Reihe? Wir versprechen Ihnen einen spannenden Job im Kreis zielorientiert arbeitender Kolleginnen und Kollegen. Für unseren Standort Bochum-Wattenscheid suchen wir Verstärkung für unser Team.

Innendienstmitarbeiter/in für den Werbemittelvertrieb (m/w/d)

- Zu Ihrem Aufgabenbereich zählt die Betreuung von Bestandskunden und die Erstellung von Angeboten sowie deren Verfolgung
- Beratung im Bereich Werbeanbringungsmöglichkeiten sowie Erfassung und Abwicklung eingehender Aufträge
- Teilnahme an fachbezogenen Messen

Voraussetzungen:

- Sie haben eine kaufmännische Ausbildung (zum/zur Groß- und Außenhandelskaufmann/frau, gern auch Quereinsteiger/innen mit Berufserfahrung)
- Erste Berufserfahrung in der Werbemittelbranche und Vertrieb
- Erfahrung mit der Werbemittelsoftware CDH sowie gute Office-Kenntnisse
- Sie haben gute kommunikative Fähigkeiten und sprachliches Ausdrucksvermögen, sowie Freude am Verkauf
- Sie verfügen über gute Englischkenntnisse
- Sie überzeugen durch eine organisierte, strukturierte und selbstständige Arbeitsweise
- Ein hohes Maß an Eigeninitiative, Einsatzbereitschaft sowie Ziel- und Ergebnisorientierung runden Ihr Profil ab

Das bieten wir Ihnen:

- Sie haben die Möglichkeit mit uns zu wachsen und neue Bereiche mit aufzubauen
- Eine abwechslungsreiche, herausfordernde Tätigkeit in einem netten Team
- Eine lebendige Firmenstruktur mit flachen Hierarchien und kurzen Entscheidungswegen

Wenn Sie sich angesprochen fühlen, senden Sie uns bitte Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Ihren Gehaltsvorstellungen an folgende Email-Adresse: bewerbung@buw.com

B&W Druck und Marketing GmbH
Emil-Weitz-Straße 2 · 44866 Bochum
info@buw.com · www.buw.com

TOP-PRODUKTTHEMEN IM PSI JOURNAL

Der Sommer steht vor der Tür – Urlaubszeit in Deutschland. Wichtig dafür: die Strandfigur und der Kugelschreiber zum Postkarten schreiben. Platzieren Sie passend dazu Ihre Werbeatikel rund um die Themen Gesundheit, Sport und Fitness sowie Bürobedarf und Schreibgeräte in der Mai-Ausgabe des PSI Journals.

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

Ausgabe
8/9
2020

ÖKOLOGISCHE & NACHHALTIGE PRODUKTE,
VEGANES und **SCHOKOLADE UND SÜSSES**

Redaktionsschluss: 22.06.2020
Anzeigenschluss: 05.08.2020



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

PSI

Die Epidemie, Teil 2

Aus der Epidemie ist nun eine lähmende und beängstigende Pandemie geworden. Sie hat Europa erreicht und trifft uns alle hart. Messen und Veranstaltungen wurden abgesagt oder verschoben, Reisen werden stark eingeschränkt. Auch Meetings werden gecancelled und Büros geschlossen, die Börsen sind eingebrochen.

Die Mitarbeiter arbeiten von zu Hause aus. Ich auch gerade. Es ist eine gespenstische Situation. Ich denke, keiner von uns hat jemals so etwas erlebt. Die Technologie spielt nun eine neue Rolle und ermöglicht Kommunikation über das Internet in neuer Form: Meetings finden online statt, Videokonferenzen gehören jetzt ebenso wie Telefon und E-Mail zu den wichtigsten Kommunikationsinstrumenten.

Die Lieferketten unserer Branche sind teilweise unterbrochen oder funktionieren nur eingeschränkt. Wir verzeichnen in unseren Sourcing-Services einen deutlichen Anstieg konkreter Anfragen nach Produkten, die in Europa produziert werden. Wir haben bereits Stimmen aus der Branche zur aktuellen Situation über unseren Newsletter kommuniziert. Die intensive Kommunikation untereinander und entlang der Wertschöpfungskette ist jetzt zwingend. Nutzen Sie unbedingt unsere Sourcing-Hotline für Anfragen und um Ihre Kunden besser informieren zu können. Auch die schnell produzierten Landingpages im PSI Product Finder sind ein zentrales Element in der Kommunikation von Lieferant zu Händler oder von Händler zu Kunde. Diese Funktionalität ist kinderleicht einzusetzen.

Ich wünsche uns allen, dass die Geschäfte wieder in Schwung kommen. Allem voran aber: Bleiben Sie gesund.

Es grüßt Sie



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



Für Planer, die nichts dem Zufall überlassen.

Verlässliche Messdaten tragen dieses Zeichen:



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



Werben mit „gesund und fit“

Drei Themengruppen stehen im Zentrum der Produktrubriken in unserer Maiausgabe. Neben den immer jungen Klassikern der Bereiche „Bürobedarf und Schreibgeräte“ und Qualitätserzeugnissen „Made in Germany/Europe“ präsentieren wir neue und innovative haptische Highlights der Sparte „Gesundheit, Sport und Fitness“ – drei Begriffe, die auf dasselbe hinauslaufen: das bekannte „mens sana in corpore sano“, eine Erkenntnis der alten Römer, die bis heute Bestand hat. Zum Wohlbefinden von Körper und Geist gehören eine regelmäßige körperliche Betätigung, aber auch eine gesunde, ausgewogene Ernährung. Menschen, die sich aktiv fit halten, gelten als gesünder und haben, statistisch gesehen, eine höhere Lebenserwartung. In solch lebhaftem Umfeld wirbt sich auch bestens.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Juni 2020 mit den Themengruppen „Wellness, Kosmetik und Beauty“ sowie „Getränke, Trinkgefäße und Tischkultur“ und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 17. April 2020 an:
Edit Line GmbH – Redaktion PSI Journal
E-Mail: hoechemer@edit-line.de



Paul Ballantone im Gespräch

Paul Ballantone ist Präsident und Vorstandsvorsitzender des PPAI. Als Vertreter der amerikanischen Werbearbeitungsindustrie besuchte er zu Beginn des Jahres die PSI und sprach mit uns über die Unterschiede zwischen dem nordamerikanischen und dem europäischen Markt sowie über zukünftige Trends und den Nutzen einer Mitgliedschaft in Branchennetzwerken wie dem PSI oder PPAI.

Ein Vierteljahrhundert, das verbindet



Im Jahr 2020 begeht die Company 4 Marketing Services GmbH (C4) ihr 25-jähriges Bestehen. Das ist ein Vierteljahrhundert „Services für Marketing und Verkaufsförderung“ mit Schwerpunkt auf der gesamten Supply-Chain für gegenständliche Marketing-Materialien. Seit der Gründung war und ist C4 eine nachhaltige und auf gemeinsamen Nutzen ausgerichtete Beziehung zu Kunden, Dienstleistern und Partnern immer besonders wichtig. Wir berichten.

Impressum

Verlegt exklusiv für die Werbearbeitungs-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.amos@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.



WirmachenDruck.de

Sie sparen, wir drucken!

Noch ganz dicht?

z.B. 10.000 Standbodenbeutel,
250 ml, schon ab 0,47 €/St.**



Und wie! Unsere individuellen Standbodenbeutel schützen Ihre Produkte zuverlässig und halten sie dicht verschlossen lange frisch. Mit Verpackungen, Drucksachen, Werbeartikeln und mehr in fast fünf Millionen Druckvariationen ist bei WIRMACHENDRUCK mehr für Sie drin. Unsere Garantie: absolute Tiefpreise, schnelle Lieferung und immer **Top-Qualität Made in Germany!**

**Standbodenbeutel, 250ml (13 x 22 x 7 cm), mit individueller Bodenfalte, Zipper und Euroloch, 120 g/m2 hochwertiger weißer Kunststoffverbund, 4-farbig bedruckt, inkl. Versandkosten, inkl. Mehrwertsteuer. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten.



*als Preisdifferenz in Form eines Rabattgutscheins auf Ihren nächsten Einkauf

+49 (0) 711/995 982 - 20

@ info@wir-machen-druck.de

www.wir-machen-druck.de

Clippy

Advertising
Car sunshades
Manufacturers
since 1987

Wir stellen alle
Modelle seit 1987



Compact

Jumbo



Chip Fold



Textil



Pop Up Fan



Sedex Member

PSI member

euofins

Intertek

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