

PSI JOURNAL

PSI Journal
Internationales Magazin
für Werbeartikel

Juni 2020
59. Jahrgang



65 Jahre FARE
Nachhaltigkeit
auf dem Schirm

Product Guide
Wellness, Kosmetik
und Beauty
Getränke, Trinkgefäße
und Tischkultur

Branche
Gemeinsam gegen die Krise

**25 Jahre
Company4**
Ein Vierteljahrhundert,
das verbindet

Eine Hohe Akzeptanz von Werbung
in Krisenzeiten
Chance
für Werbeartikel

Süße Werbung

... sag' DANKE & mach' MUT

Werbewirkung
schmeckt
NACHHALTIG!



Standard oder ...

... personalisiert

NEU

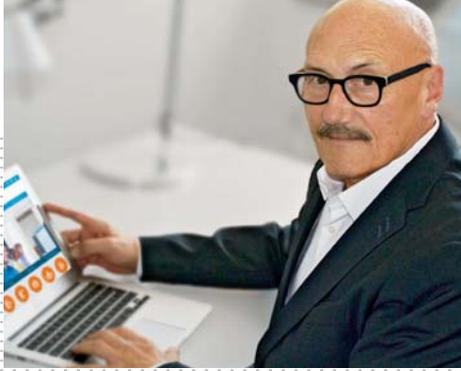
Süße MUT-MACHER

mit REGENBOGEN-Icon
Fruchtgummi 10 g Sonne

mit DANKE-Icon
Fruchtgummi 10 g Herzen
Fruchtgummi 20 g Danke-Mix
Herzbonbons
Maxi-Schokoladen-Täfelchen
Schokoladenherz
Dextro Energy

**DEXTRO
ENERGY**





Editorial

Schlagbäume weg – für immer

Die Re-Nationalisierung Europas beschäftigt mich derzeit mehr als das Virus selbst, das dies auf dem Gewissen hat. Wer hätte gedacht, dass wir in der Krise, anstatt nach europäischen Lösungen zu suchen, reflexartig in uralte Mechanismen wie Grenzschießungen zurückfallen. Ja, Angst essen Seele auf. Rainer Werner Fassbinders Melodram passt, zumindest vom Titel her, mal wieder in die Zeit. Brauchen wir noch weitere Generationen, bis Europa diese Angst überwindet?

Freunde aus Paris konnten mich lange nicht besuchen, die aus Belgien sah ich auch nur noch per Skype, ein Freund in Madrid kämpft gegen die Insolvenz, er exportiert Früchte in alle Teile Europas. Freundschaften leiden, werden die Krise aber überleben. Der europäische Binnenmarkt aber ist durch die Grenzschießungen massiv in Gefahr. Und erst Wochen nach dem Lock-down regte sich Widerstand. Überall in Europa wurde der Ruf nach offenen Grenzen laut. Angela Merkel in Deutschland und Emmanuel Macron in Frankreich machten sich stark um Schlagbäume wieder aus dem Weg zu räumen – das macht Hoffnung für die Zukunft.

Wie bei so vielen Maßnahmen, die das Corona-Virus in Schranken weisen sollen, so hat man auch bei den Grenzschießungen nicht genug und nicht genau genug hin gesehen. Inzwischen ist Europa besonders in den grenznahen Räumen so verflochten, dass man wie in einem Land lebt – in Europa halt. Plötzlich stehen da aber wieder Schlagbäume und Menschen kontrollieren wieder Menschen. Selbst Grenzpendler durfte nur zur Arbeit fahren, im befreundeten Nachbarland aber nicht mal ein Brötchen kaufen. „Wo sind wir denn hingekommen?“, darf man da schon mal erboht fragen.

Heute wissen wir, dass ein lokales oder regionales Lock-down von Hotspots viel mehr Sinn macht, als nationale Grenzen zu schließen.

Die Öffnung der Wirtschaftsräume war Leitidee und treibende Kraft beim Zusammenwachsen Europas. Eine erneute Re-Nationalisierung der Wirtschaft wird dagegen ihr Niedergang sein. Für offene Grenzen gibt es keine Alternative, auch und gerade nicht in der Krise. Das muss Wirtschaft, also auch unsere Branche, der Politik für alle Zukunft klar machen.

Europa ist gefragt denn je. Es ist die einzige Chance gegen die Wirtschaftsgiganten China und USA. Und Tatsache ist: die EU verfügt über einen größeren Binnenmarkt als die USA – aber nur ein Europa ohne Grenzen.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

New QS40 Air



Prodir is a brand of Pagani Pens SA.



PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2020

prodir®

Personality pens.
Swiss made.

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich
T +43 2622 40301

www.prodir.com
open.prodir.com

N° 2344

Hanna



- ✓ **Fairtrade - certified**
- ✓ **OEKO-Tex - certified**
- ✓ **12 colours**
- ✓ **140 gram weight**



All of the cotton is Fairtrade certified and sourced from Fairtrade producers.
Visit www.info.fairtrade.net

TRENDS & BRANDS

4

MARKTFORSCHUNG

8

FOKUS

Hohe Akzeptanz von Werbung in Krisenzeiten:
Eine Chance für die Branche 10

PRODUCT GUIDE

Wellness, Kosmetik und Beauty 14

BRANCHE

Unternehmen, Ereignisse, Märkte 24

Kreativ durch die Corona-Krise 27

PRODUCT GUIDE

Getränke, Trinkgefäße und Tischkultur 34

UNTERNEHMEN

65 Jahre FARE® Qualitätsschirme:
„waterSAVE“ – jeder Tropfen zählt 50

25 Jahre Werbeatikel bei C4:
Ein Vierteljahrhundert, das verbindet 52

PRODUCT GUIDE

Innovative Produkte 54

MYPSI

PSI: Mehr Tempo bei Covid-Soforthilfen 66

PSI Sourcing:
Verfügbarkeiten bei Schutzprodukten 67

Intertek: Prüfung von „Community Masks“ 68

MEINUNG

70

VORSCHAU – IMPRESSUM

72



MISTER BAGS®



www.misterbags.de



Hohe Akzeptanz von Werbung in Krisenzeiten: Eine Chance für die Branche **10**

In Zeiten massiver Umsatzeinbußen und großer Unsicherheit reagieren viele Unternehmen mit der Kürzung ihrer Werbebudgets. In der Folge ist auch die Werbeartikelbranche von Auftragsrückgängen und -stornierungen betroffen. Doch die momentane Krise bietet auch Chancen, sich zu profilieren. Unser Fokus zeigt, wie.

Schön, wohltuend und wirksam **14**

In der ersten unserer Produktneuheiten-Rubriken dreht sich alles um Schönes, Wohltuendes und (Werbe-)Wirksames aus dem Umfeld der Begriffe Wellness, Kosmetik und Beauty. Daraus hat sich in unserer Zeit ein umsatzstarker Markt entwickelt, zu dem auch die Werbeartikelbranche treffliche Produkte beizusteuern hat, die den Namen des Gebers in wahrhaft wohliger Erinnerung halten.



Gemeinsam gegen die Krise **27**

Die Corona-Krise hält die Welt im Griff. In einer global vernetzten Wirtschaft treffen die damit verbundenen negativen Auswirkungen auch die Werbeartikelindustrie. Doch schon zu Beginn und auch während des „lock down“ zeigte sich, dass „unsere“ Branche zusammenrückt und kreative Ideen, gegenseitige Hilfen und Lösungsansätze zur Überwindung dieser schwierigen Zeiten entwickelt. An dieser Stelle berichten wir über weitere wirksame Initiativen.



65 Jahre FARE®: Jeder Tropfen zählt **50**

FARE® steht für qualitativ hochwertige Schirme im Werbemittelmarkt und begeht in diesem Jahr 65-jähriges Bestehen. Das Traditionsunternehmen punktet mit steten Innovationen. Und seit einigen Jahren setzt der Spezialist auch verstärkt auf Nachhaltigkeit. Ein neues, umweltverträgliches Färbeverfahren hilft nun auch dabei kostbare Ressourcen zu sparen.





KLEINE URSACHE – GROBE WIRKUNG

Unlängst wurde ein gerade mal 170 Quadratmeter großer (oder kleiner) Garten zum Sieger des Wettbewerbs „Gärten des Jahres“ gekürt. Dass der Garten in Düsseldorf zu finden ist, wo auch die Fäden des internationalen Netzwerks der Werbeartikelwirtschaft zusammenlaufen, ist purer Zufall. Kein Zufall ist, dass es zahlreiche PSI Mitglieder gibt, die aus einem vordergründig einfachen Produkt einen Artikel mit Mehrwert machen.



Alles nach Plan

**Multitasking-Kugelschreiber
Construction
Troika Germany GmbH
business.troika.de
PSI 46311**

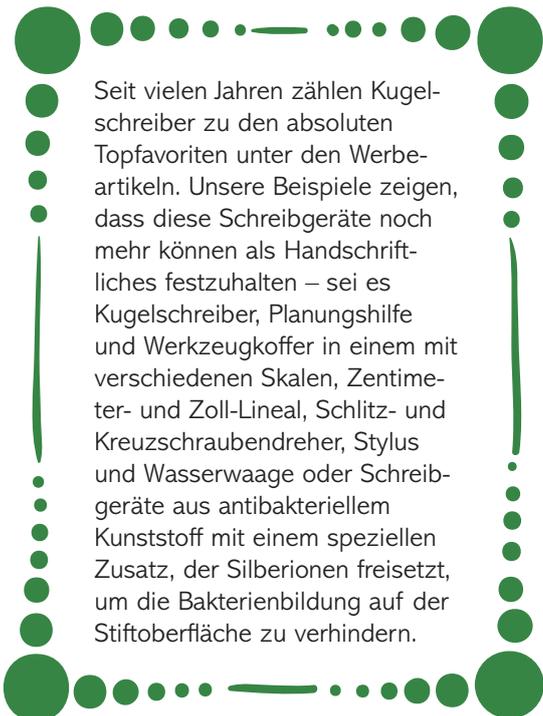


#gesundbleiPEN by uma

**Antibakterielle Schreibgeräte
uma Schreibgeräte
www.uma-naturals.com/
material-antibakteriell/
PSI 41848**

Hygienisch notiert

**Antibakterielle Schreibgeräte
DreamPen
www.dreampen.com
PSI 45720**



Seit vielen Jahren zählen Kugelschreiber zu den absoluten Topfavoriten unter den Werbeartikeln. Unsere Beispiele zeigen, dass diese Schreibgeräte noch mehr können als Handschriftliches festzuhalten – sei es Kugelschreiber, Planungshilfe und Werkzeugkoffer in einem mit verschiedenen Skalen, Zentimeter- und Zoll-Lineal, Schlitz- und Kreuzschraubendreher, Stylus und Wasserwaage oder Schreibgeräte aus antibakteriellem Kunststoff mit einem speziellen Zusatz, der Silberionen freisetzt, um die Bakterienbildung auf der Stiftoberfläche zu verhindern.

Spielzeug, werbende Dekorationsfigur oder darf's ein bisschen mehr sein? Mit diesem kleinen Früchtchen lässt sich der Stress wegdrücken und dabei auch noch die Hand- und Unterarmmuskulatur trainieren.



Stress ade

**Antistressfigur aus PU-Schaum
L&S GmbH
www.lunds-gmbh.com
PSI 43949**



Kraft der Natur

**Heilkräuter-Set
Multiflower GmbH
www.multiflower.de
PSI 45974**

Sie sind klein und entfalten sich zu großer Wirkung: Samen von Ringelblume, Kamille und Salbei. Und nicht nur die, wie dieses Heilkräuter-Set inklusive 24-seitigem Büchlein über Vorkommen, Aussehen und Anwendung verschiedenster einheimischer Heilkräuter zeigt.

**myrtle
beach**

**JAMES &
NICHOLSON**



 **RECYCLED
POLYESTER**

SPORTS

UNSERE ERSTE KOLLEKTION AUS RECYCELTEM POLYESTER

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

OFFEN SEIN FÜR NEUES ...

... heißt nicht zwingend, nach technischen Innovationen zu streben. Im Gegenteil. Ein vom Zukunftsinstitut definierter Megatrend lautet: Neo-Ökologie. Dazu zählt auch die Circular Economy, also die Kreislaufwirtschaft. In ihr, so die Zukunftsforscher, werden „Stoffströme zu Kreisläufen geschlossen und Abfall selbst wieder zur Ressource.“ [zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de)



Apfeltasche mal anders

Apple Laptop-Hülle aus
fibrösem Fruchtfleisch-Rest
Interall Group B.V.
www.interallgroup.com
PSI 41727

IM ODER GEGEN DEN UHRZEIGERSINN?



OFFEN SEIN FÜR NEUES, ZUKÜNFTIGES
ODER SICH AUF VERGANGENES,
VERTRAUTES BESINNEN?

Manchmal reichen für nostalgische Gefühle bereits kleine Dinge, etwa ein handgebrühter Kaffee.



brew@home

Kaffee-Handfilter

Mahlwerck Porzellan GmbH

www.mahlwerck.de

PSI 44833

BESINNEN AUF VERGANGENES, VERTRAUTES ...

... heißt nicht, an Altem bedingungslos festzuhalten. Nostalgische Gefühle besitzen sogar positive Kräfte. Der Psychologe Dr. Clay Routledge beschreibt die Nostalgie als eine Ressource, die Menschen in Zeiten der Belastung aktivieren und nutzen könnten. Sie hebe die Stimmung, steigere die Selbstachtung und fördere das Gefühl sozialer Verbundenheit, ein positives Zukunftsbild und die Wahrnehmung des Sinns im Leben. (www.clayroutledge.com/nostalgia)

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

33 Prozent der befragten Marketingentscheider in einer

Criteo-Studie glauben, dass Retailer zu wenig Energie in die Entwicklung attraktiver Werbeangebote stecken. horizont.net

24%

der für eine Studie des Adtech-Unternehmens Unruly Befragten gaben an, dass Marken gerade in der jetzigen Zeit in ihrer Kommunikation ein Gefühl von Kontinuität und Normalität vermitteln sollten. wuv.de

9.000

monatliche Meldungen von Unternehmen bilden die Basis für das ifo-Geschäftsklima. Mit 74,3 Punkten ist der Index im April auf einen historischen Tiefstand gefallen. statista.com

Neun

wichtigste Dinge, die Marken zum Content-Marketing in Krisenzeiten wissen sollten, hat wuv.de unter der Überschrift „Content und Corona“ gelistet. Die Quintessenz: besser mehr als weniger Inhalte – nicht nur in Zeiten von Corona.

60,5 Milliarden

US-Dollar hat die Finanzkrise von 2009 dem globalen Werbemarkt entzogen. Laut WARC hat die Werbewirtschaft acht Jahre gebraucht, um das zu verdauen. Auch die Corona-Krise wird den Werbemarkt nach Einschätzung der Marktforscher stark belasten. horizont.net

Ein Viertel

oder umgerechnet um 25 Prozent hat sich laut der Studie „**Moments of Next**“ der Empfehlungsplattform Taboola die Verweildauer auf den Nachrichtenseiten von Verlagen gesteigert. Die Seitenaufrufe verzeichneten ein Plus von 14 Prozent. wuv.de

Zwei Drittel

der Menschen in etwa sehen ihre Kaufentscheidungen davon beeinflusst, dass Marken sich in der aktuellen Situation anders verhalten. Zu diesem Ergebnis kommt der „Edelman Trust Barometer“. absatzwirtschaft.de



Die europäische Leitmesse der
Werbeartikelwirtschaft

12-14 JANUAR 2021
MESSE DÜSSELDORF

SAVE
THE
DATE

WWW.PSI-MESSE.COM

Organised by
 Reed Exhibitions

DIE WELT
DES WERBENS
UND VERKAUFENS



PromoTex
Expo

viscom 



Gerade dort, wo jetzt klassische Werbung zurückgefahren wird, kann die Branche mit individuellen Kampagnen punkten.

In Zeiten massiver Umsatzeinbußen und großer Unsicherheit reagieren viele Unternehmen mit der Kürzung ihrer Werbebudgets. In der Folge ist auch die Werbeartikelbranche von Auftragsrückgängen und -stornierungen betroffen. Doch die momentane Krise bietet auch Chancen, sich zu profilieren.

Hohe Akzeptanz von Werbung in Krisenzeiten

Eine

Chance

für Werbeartikel



Die Auswirkungen der Corona-Pandemie haben nahezu alle Lebens- und Wirtschaftsbereiche erfasst. Allein für das zweite Quartal 2020 prognostiziert das Ifo Institut einen Einbruch des Bruttoinlandsprodukts in Deutschland um rund 12 Prozent. Auf das ganze Jahr gesehen rechnen die Ökonomen des Münchner Forschungsinstituts mit einem Minus von 6,6 Prozent. Der vom selben Institut erhobene Geschäftsklima-Index ist im April mit rund 74 Punkten auf einem historischen Tiefstand angelangt. Auch das deutsche Bundeswirtschaftsministerium bestätigte Ende April, dass die Pandemie die Weltwirtschaft und mit ihr auch die deutsche Volkswirtschaft in eine Rezession stürzt, deren Auswirkungen die der Finanzkrise 2008/2009 noch übertreffen. Für Deutschland rechnet die Bundesregierung mit einem Rückgang des Bruttoinlandsprodukts um 6,3 Prozent, für das Jahr 2021 wird im Zuge des Aufholprozesses ein Zuwachs in Höhe von 5,2 Prozent erwartet. Auch die Verbraucherstimmung ist extrem eingebrochen: Laut der aktuellen GfK Konsumklimastudie waren Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung im freien Fall. Der für April erreichte Wert von -23,4 Punkten ist beispiellos in der Geschichte dieser Erhebung. Je nach Entwicklung der Pandemie könnte sich die Krise mit deutlich mehr Insolvenzen weiter verschlimmern, etwa wenn die jüngsten Lockerungen wegen weiterer Infektionswellen wieder zurückgenommen werden müssten. Das ist nur ein Bruchteil der Fakten, die täglich in den Wirtschaftsrubriken der Medien auf allen Kanälen zu lesen sind. Wie stark die Branche betroffen ist, wird im PSI Netzwerk und im Zuge unserer Gespräche mit Unternehmen schon seit Mitte März deutlich.

Werbung als gewinnbringende Investition

Schlechte Wirtschaftsnachrichten sind meist auch schlechte Nachrichten für die Werbebranche. Denn leider wird entgegen aller Erkenntnisse und Erfahrungen immer noch zuerst an den Werbeausgaben gespart. Ein fataler Fehler, wie die noch vor der Krise durchgeführte Untersuchung „Werbung in konjunkturellen Schwächephasen – Kosten oder Investition“ belegt, die im März in transfer, Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement, zusammengefasst wurde. Die Analyse beruht auf der Auswertung eines ganzen Bündels von Studien zu diesem Thema und zeigt, dass Werbung in Rezessions- im Vergleich zu Wachstumsphasen nicht geringer wirkt, sondern effektiver und wertgenerierender ist. Sie ist also eine sinnvolle Investition, die zu nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen führen kann. Darauf bezieht sich auch der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW), in dem auch das PSI Mitglied ist, in seinem Appell an Unternehmen und Marketingentscheider, „Werbung nicht einseitig als Kostenfaktor zu betrachten, sondern im Gegenteil, strategische, langfristige Entscheidungen bezüglich ihrer Unternehmens-

Werbung zu treffen, Budgets eben nicht zu kürzen und auf nachhaltige Vorteile im Markt abzielen“. Besonders im Hinblick auf die aktuelle Situation empfiehlt der ZAW, die vorliegenden Studienergebnisse zu nutzen – auch in der Argumentation gegenüber Kunden. Fazit: Werbung in der Krise ist eine gute Investition, denn sie stärkt Unternehmen für den Neustart und bietet viele Anlässe und Themen der Kommunikation sowie Möglichkeiten, Kunden zu binden und zu überzeugen.

Kommunikation intensivieren statt aussetzen

Auf vielen Plattformen wird davor gewarnt, die Kommunikation jetzt einzustellen: Wenn Unternehmen jetzt nicht handeln und der Situation angemessene Schwerpunkte in der Kommunikation setzen, kann dies das Vertrauen in Marken dauerhaft beschädigen, zu Umsatzeinbußen und langfristigen Reputationsverlusten führen. Keinesfalls sollten serviceorientierte Angebote, die Hilfen und Erleichterungen bieten, eingespart werden. Vielmehr wird geraten, bestehende Marketingpläne zu überprüfen und den Marketing-Mix anzupassen. Auch gegenständliche Werbung kann sich hier im Umfeld neuer und positiver Themen einen wirkungsvollen Auftritt verschaffen – als Mutmacher, Dankeschön und sympathischer Überbringer auch ernsterer Botschaften. Hier kann auch die Branche bei der Beratung ansetzen. Dabei haben es Agenturen und Berater leichter, die bereits stabile Kundenbeziehungen aufgebaut haben und nun in der Krise auf das Vertrauen des Kunden setzen können. Das gilt auch für die Industrie. Solche Unternehmen werden auch früher wieder werben. Ganz schwer haben es natürlich die Branchen, die ihre Aktivitäten komplett einstellen mussten, wie etwa die Tourismus-, Event- oder Gastronomiebranche. Hier muss man die weitere Entwicklung abwarten, doch sollten Firmen nach einhelliger Expertenmeinung dennoch nicht völlig unsichtbar werden. Denn dann wird es umso schwerer, sich wieder im Bewusstsein der Kunden zu verankern. Wer Kunden in diesen Bereichen hat, sollte sie auch darauf hinweisen.

Verbraucher wollen Werbung in der Krise

Marken kommt gerade in Krisenzeiten besondere Bedeutung zu, analysiert Jürgen Gietl in Absatzwirtschaft. Demnach stellte das Edelman Trust Barometer bereits 2019 fest, dass sich bis zu 64 Prozent der Befragten bei ihrer Markenwahl von deren Haltung zu gesellschaftlichen und sozialen Fragen beeinflussen lassen. Dieser Trend verstärkt sich in der aktuellen Krise, denn Menschen werden sensibler in ihrer Wahrnehmung. Je ungewisser die Zeiten sind, desto mehr sehnen wir uns nach Sicherheit, Stabilität, Vertrauenswürdigkeit und Lösungen aus der Krise. Marken, die aus ihrer angestammten Haltung heraus etwas zum Wohl der Gesellschaft tun, erhalten gerade sehr positives Feedback von ihren Kunden. Auch eine von Twit-

ter durchgeführte Umfrage unter 826 Nutzern kam zu dem Ergebnis, dass Werbung in Krisenzeiten eine wichtige Funktion auch für Konsumenten erfüllt. 64 Prozent der Befragten wünschen sich, dass Produkte weiter wie gewohnt beworben werden. Jeder Zweite fühlt sich durch Anzeigen beruhigt und erhält so ein Gefühl von Normalität. Dennoch muss sich die Brand-Kommunikation an die Krise anpassen. Nur sieben Prozent der Befragten halten es für angemessen, dass beim Marketing der normale Ton vorherrscht. 70 Prozent der Umfrageteilnehmer erwarten von Brands, dass sie positive Botschaften verbreiten und dazu beitragen, die Pandemie zu bekämpfen.

Große Chancen für Werbeatikel

Es besteht also weiterhin nicht nur die Notwendigkeit zu werben, sondern auch von Verbraucherseite der Wunsch nach Werbung und der Präsenz von Marken und positiven Botschaften. Entsprechend wird auch die Akzeptanz von Werbung wachsen – auch das sind gute Nachrichten für Werbeatikel, die verstärkt als nützliche Sympathieträger punkten dürften. Welche Themen werden nun im Marketing wichtig? Hierzu schauen wir uns eine von Serviceplan und Facit Research durchgeführte Umfrage unter 160 CMOs vom vergangenen Herbst an. Denn die Ergebnisse können gut als Orientierung dienen, auch wenn sie in der Krise neu bewertet werden müssen. Neben Digitalisierung sehen die Marketer die Stärkung der emotionalen Bindung der Zielgruppe an die Marke als eine ihrer Kernaufgaben, ebenso wie die Verbesserung des Kundenerlebnisses. Gerade hier kann gegenständliche Werbung ihre vielen Stärken ausspielen: Aufmerksamkeit generieren und auf ein Thema lenken, Sympathien wecken und emotional ansprechen, Freude bereiten, beruhigen und Vertrauen schaffen. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch das Ergebnis, dass für die Marketingverantwortlichen vor der Krise die Marketing-Effizienz an Stellenwert verloren hatte. Das heißt also, dass sie bereit waren, für die Erreichung der definierten Ziele auch entsprechende Budgets einzuplanen. Jetzt wird allerdings der Fokus zunächst einmal auf Kostensenkung liegen. Doch gerade auch hier bieten sich Chancen für die Branche, die allein schon auf-



grund der Vielfalt und der großen Preisspanne ihres Angebots wirkungsstarke Werbung für jedes Budget liefern kann. Wenn große Budgets für klassische Werbung gekürzt werden, dann macht es für den Werbenden gerade jetzt Sinn, einen Teil der Einsparungen für zielgenaue Kampagnen und aktuelle Aktionen mit unterstützendem Werbeatikel-Einsatz umzuwidmen. Da kommt viel Beratungsaufwand auf den Handel zu, der jedoch auf überzeugende Argumente, Ideen und Produkte zurückgreifen kann.

Veränderte Wahrnehmung von Werbung in der Krise

Dass die jetzige Situation auch die Wahrnehmung von Werbung und Marken verändert, hat das Online-Panel „Pilot Radar“ der Agenturgruppe Pilot ergeben. In der sechsten Erhebung zwischen dem 22. und 23. April wurden rund 1.000 Personen befragt. Demnach ist den Befragten bei der werblichen Kommunikation von Marken mittlerweile nicht mehr ganz so wichtig, dass diese gesellschaftlich relevante Inhalte aufweist. Vielmehr treten Sonderangebote und Rabatte aktuell wieder in den Vordergrund und zeigen im Zeitverlauf wachsende Zustimmung in der Werbung. Offenbar entwickelt sich auch ein gewisser Überdruß für Werbung mit Corona-Inhalten. 38 Prozent der Befragten empfinden Anzeigen als positiv, die sich nicht um die Krise drehen. Generell scheinen sich die Menschen hierzulande an ihre neue Lebensrealität zu gewöhnen, wobei wirtschaftliche Ängste dennoch allgegenwärtig sind.



Vorsichtig einsetzen: Die Akzeptanz von Werbung mit Corona-Bezug geht aktuell zurück.



Im weiteren Krisenverlauf und danach wird die Nachfrage langsam wieder steigen. Deshalb ist jetzt höchste Zeit für Werbung.

Neue Ideen und Engagement gefragt

Wenn klassische Werbung zurückgefahren wird, sind neue Ideen und Engagement gefragt: Coca-Cola etwa hat sich zwar gleich zu Beginn der Krise dazu entschieden, sämtliche Werbemaßnahmen zu stoppen, spendet aber gemeinsam mit seinen Abfüllpartnern und der Stiftung The Coca-Cola Foundation weltweit 120 Millionen Dollar für COVID-19-Hilfsmaßnahmen. Die Reaktionen hierauf waren sehr positiv, während das Verhalten von adidas die Marke zumindest für eine gewisse Zeit beschädigt haben dürfte. Zwei Beispiele, die zeigen, dass in der Krise richtige und falsche Entscheidungen gefällt werden, die auch später noch nachwirken. Viele Unternehmen, die jetzt etwas für das Allgemeinwohl tun, zahlen auf ihre Glaubwürdigkeit und den Markenwert ein, so etwa die Firmen aus dem Chemie-, Bekleidungs- und Maschinenbausektor, die ihre Produktionen spontan umgerüstet haben und jetzt Desinfektionsmittel, Schutzausrüstung und Medizintechnik liefern.

PSI unterstützt

Doch es müssen nicht immer die ganz Großen sein: Auch die Werbeartikelbranche hat viel Energie, Phantasie und Mittel investiert, um Lösungen anzubieten. Ganz vorne die vielen Firmen, die jetzt Masken oder andere Schutzartikel produzieren oder beschaffen, für Kunden Aktionen fahren und regional auf vielen Wegen helfen und unterstützen.

An Kreativität und Tatkraft hat es unserer Branche noch nie gemangelt, und auch das PSI tut viel, um Initiativen und Vertrieb seiner Mitglieder zu fördern. Hier seien nur die neuen Tools im Product-Finder genannt, die schnelle Übersichten über Schutzprodukte sowie Verfügbarkeiten liefern. Zusätzlich bieten wir auch Webinare und virtuelle Treffen an und informieren regelmäßig im PSI Business Newsletter, dem PSI Newsflash und in Mailings über die aktuellen, vor allem digitalen Angebote des PSI Netzwerks. Schauen Sie rein! Und lassen Sie uns, die Redaktion des PSI Journals, wissen, was wir für Sie in unseren Medien kommunizieren können. <

Checkliste Werbung und Marketing in und nach der Krise

- > Kommunikation in der Krise: überprüfen, anpassen, verstärken – aber keinesfalls aussetzen.
- > Verbraucher wünschen sich Werbung als Ausdruck der Normalität.
- > Werbung soll gerade jetzt informieren – aber auch unterhalten.
- > Aktionen zu Rabatten und Angeboten sind willkommen.
- > Reine Imagekampagnen in der Krise besser zurückstellen.
- > Effektiv für Imagebildung: Authentisches Storytelling im aktuellen Kontext.
- > Werbung mit Corona-Inhalten vorsichtig einsetzen: nicht zu viel, sachlich, informativ, positiv.
- > Marken werden gerade in der Krise für Kontinuität, Solidität und Vertrauen geschätzt.
- > Von Marken wird erwartet, dass sie transparent informieren, Problemlösungen anbieten und weiterhin reibungslosen, sogar erweiterten Service anbieten – das schafft zusätzliche Kommunikations-Anlässe.
- > Wichtigste Aufgaben des Marketings laut einer CMO-Befragung: Marken emotional erlebbar machen und Kundenerlebnis verbessern sind Kernaufgaben. Hier können Werbeartikel besonders effektiv unterstützen.
- > Anpassung von Werbung an neues Konsumverhalten nach der Krise:
 - > Aufgestaute Nachfrage wird zeitverzögert bedient, also steigt Nachfrage für Dinge, die nicht unbedingt nötig sind, aber Spaß machen.
 - > Verbraucher stellen Qualität vor Quantität. Hochwertige Marken ja, aber kein Luxus.
 - > Produkte, durch die Krise begleitet haben und hilfreich, werden tendenziell weiter verstärkt nachgefragt.



Wellness ist das Zauberwort, aus dem sich in unserer Zeit ein **umsatzstarker Markt** entwickelt hat, zu dem auch unsere Branche **treffliche Produkte** beizusteuern hat, die den Namen des Gebers in wahrhaft wohliger Erinnerung halten.



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

Wohlduftender Lavendel

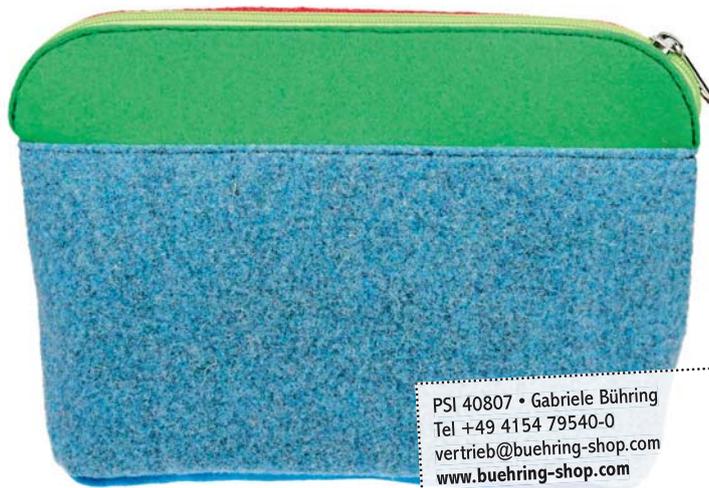
Zehn Gramm duftender Lavendelblüten hat Multiflower in kleine Säckchen gefüllt, für den werbewirksamen Einsatz als angenehmes Präsent zum Überreichen. Die qualitativ hochwertigen Blüten finden vielseitige Verwendung. Sie können in der Kosmetik eingesetzt werden oder dienen als Dufterfrischung an vielen Orten. Platz für den Werbedruck ist im Standardmotiv des Anhängerkärtchens oder in Form einer eigenen Gestaltung des Kärtchens, möglich jeweils ab einer Abnahmemenge von mindestens 250 Stück.



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

Natürliche Kosmetik

Klassische und nachhaltige Pflegeprodukte Made in Germany werden beim etablierten Kosmetik-Spezialisten KHK GmbH im hauseigenen Labor entwickelt. Der neue, bio-basierte Lippenpflege-Tiegel LipJar Bio im Retro-Look besteht zu über 90 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen und ist besonders CO₂-arm. Ebenfalls umweltfreundlich ist das Lippenpflege-Döschen Lipcare Eco aus FSC-zertifiziertem, kompostierbarem Karton. Beide Produkte aus der KHK Eco-Range sind mit der veganen Naturkosmetik-Lippenpflege LipNature Vanille Soft befüllt. Bartwachs oder Deo mit pflanzlichen Wachsen und Ölen gibt es in coolen Aluminium-Döschen. Sie werden mit einem vierfarbigen Papier-Etikett individualisiert und sind ab 300 Stück bestellbar. Alle Döschen sind auch sehr beliebt als Onpack-Artikel oder für die Messekommunikation. Pflegeprodukte von KHK werden gemäß der neuen Kosmetikverordnung sowie Kosmetik GMP produziert und im CPNP Portal gemeldet. Das Institut Fresenius führt eine kontinuierliche Rezepturprüfung nach europäischen Richtlinien durch.



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

Handschmeichelndes PET-Filz

Gabriele Bühring realisiert Produkte wie die Kosmetiktasche Alli aus handschmeichelndem Upcycling PET-Filz. Dieser Filz wird zu 100 Prozent aus recycelten PET-Flaschen hergestellt und ist völlig vegan. Alli sowie alle anderen Produkte aus Wollfilz sind je nach Wunsch ebenfalls aus dem günstigen, zertifizierten PET-Filz in zahlreichen peppigen aber auch dezenten Farben zu haben. Auch individuelle Gestaltungen sind möglich, wofür entsprechende Werkzeuge benötigt werden. Die Produktion erfolgt projektbezogen in Deutschland. Als Werbeanbringung empfiehlt Bühring Siebtransferdruck. Eine Blindprägung ist auf PET-Filz alternativ möglich bei Motiven, die nicht zu filigran sind. Die Lieferzeit beträgt zur Zeit etwa vier bis fünf Wochen nach Muster- und Logofreigabe, abhängig von der Menge und der Verfügbarkeit der Farbe können es auch acht bis zehn Wochen werden. Eilige können auf die größere Farbvielfalt des hochwertigen Wollfilzes zurückgreifen. Dann kann bereits rund vier Wochen nach Auftragsklarheit geliefert werden.

Prima Veredelung

Unbedenklicher Digitaldruck für Beauty, Kosmetik & Co.: Mit Digitran® Heißtransferbildern bietet iTech-Graphic eine unbedenkliche Alternative im Digitaldruck. Ohne Lösemittel und ohne UV-vernetzende Monomere sind die Transfere nicht nur einfach in der Handhabung, sondern auch ungefährlich. Zudem ist eine der neuesten Generationen der Digitran® Heißtransfere mit einer verbesserten Resistenz gegen Cremes und Lösemittel ausgestattet. Von der Cremetube über Tiegel, Hülsen und Flaschen lassen sich diverse Produkte in jeglicher Stückzahl veredeln. Alles mit herausragenden 1.200 dpi in CMYK und Weiß. Weitere Einsatzgebiete sind unter anderem Stifte, Zollstöcke oder Becher. Als Full-Service-Partner unterstützt iTech-Graphic seine Kunden bei der Suche nach der richtigen Maschine, dem besten Heißtransferbild oder nach einer Möglichkeit, die gewünschten Produkte extern veredeln zu lassen.



PSI 49262 • iTech-Graphic GmbH
Tel +49 5223 1809791
h.hartwig@itech-graphic.de
www.itech-graphic.de



PSI 46887 • Römer Wellness –
Kundenpflege, Wellness & Care
Tel +49 6541 812950
info@roemer-wellness.de
www.roemer-wellness.de

Wellness-Auszeit voller Aroma

Wer Kundenpflege wörtlich nehmen möchte, lässt sich am besten vom Sortiment des Spezialisten Römer Wellness inspirieren. In über 50 Wellness-Geschenkkörben in verschiedenen Farben, Duftrichtungen und Preiskategorien wird jeder fündig. Großer Wert liegt auf der Kombination von bleibenden Artikeln mit Pflegeprodukten. Im Set Lavendelkörbchen wird ein schickes Weidenkörbchen mit Duschgel, Schaumbad, Badesalz und einem Mesh-Schwamm in Weiß gefüllt. Das Geschenkset Jasmin-Topf dagegen kommt mit einem dekorativen kupferfarbenen Eimer nebst Duschgel, Körperlotion, Badesalz, sechs Badekugeln und einem Schwamm. Praktisch für die Reise ist die rosé-beigefarbene Kosmetiktasche des Sets Classic Care, gefüllt mit Gesichtereinigungsgel, 2in1-Duschgel und Shampoo, Körperbutter und einem Mesh-Schwamm. Ein Set, mit bester Wirkung in Sachen Pflege von Kunden- und Geschäftsbeziehung. Eine Werbeanbringung ist in Form von Hangtags, Einlegern oder Aufklebern möglich.

Maskuliner Schönheitshelfer

Mit der neuen Bartbürste, Artikel Nr. 177 von Frank Bürsten, wird die Bartpflege zum reinsten Vergnügen. Durch die Griffkehlen liegt das Beauty-Produkt angenehm in der Hand, mit den stabilen, hochwertigen Naturborsten fällt das Bändigen des Barts leicht. Zudem werden durch das Bürsten der Barthaare abgestorbene Hautpartikel entfernt. Bart-Öle oder andere Pflegeprodukte können mit der Bartbürste aufgetragen werden. Durch die regelmäßige Pflege wird der Bart durch mehr Fülle und Glanz perfekt in Szene gesetzt. Frank Bürsten fertigt mit modernster Technik mitten im Herzen des Schwarzwaldes. Das Holz der Bürste stammt ausschließlich aus deutschen Wäldern. Werbende Unternehmen verhelfen ihrer Zielgruppe mit dieser Bartbürste zu einem gepflegten Auftritt. Auf Wunsch platziert Frank Bürsten individuelle Firmen- oder Werbelogos auf dem Artikel.



PSI 41853 • Frank Bürsten GmbH
Tel +49 7673 88865-0
info@frank-brushes.de
www.frank-brushes.de



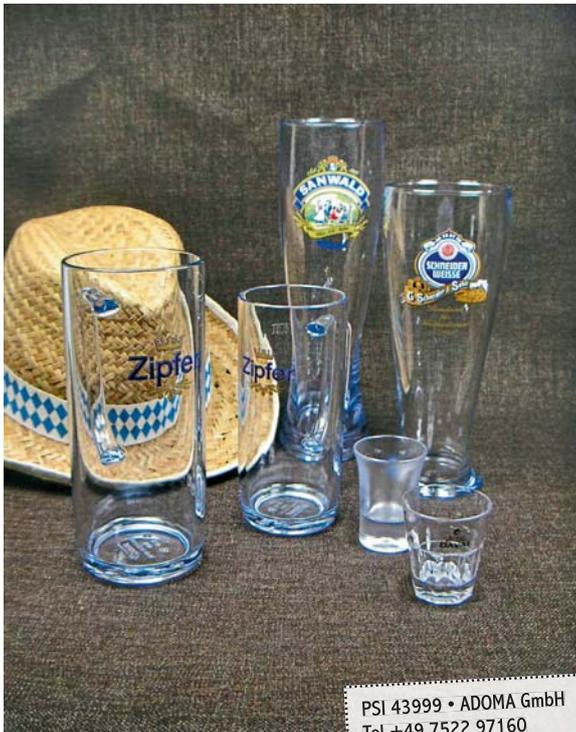
Wohlfühlfruchtgummi

Das vegane Wohlfühlfruchtgummi in Sonnen-Form mit Zitrusgeschmack und mit Chicorée-Oligofructose aus Insulin ist frei von tierischen Bestandteilen und schafft durch seinen hohen Ballaststoffgehalt und die Wirkung der enthaltenen Aloe Vera ein besseres Wohlbefinden. Die pinken, glitzernden Beauty-Fruchtgummi-Kussmünder mit dem Geschmack von Granatapfel und Himbeere sowie Cranberry und Açaï enthalten Versiol® – das Kollagen, das von innen heraus den Kollagenstoffwechsel der Haut anregt. Somit werden nicht nur die äußeren Lagen der Haut erreicht, wie es etwa bei Cremes der Fall ist. Bereits ein Tütchen mit zehn Gramm Beauty-Fruchtgummi deckt den Tagesbedarf an Versiol® und schafft bei einer Einnahme über einen längeren Zeitraum hinweg deutlich sichtbare Ergebnisse.



Stets frische Luft

Der rotorlose Standventilator mit Ambilight TKG VT 2000 von Team Kalorik ist ab sofort bei Efbe Elektrogeräte für den Werbeartikelhandel erhältlich. Das Gerät sorgt an heißen Sommertagen für eine effektive, geräuschreduzierte und stilvolle Abkühlung. Der rotorlose 2-in-1 Tisch- und Standventilator mit drei Leistungsstufen bringt nicht nur eine stilvolle integrierte Beleuchtung in den vier verschiedenen Farben Türkis, Grün, Lila sowie Blau mit sich, sondern auch eine einstellbare Timer-Funktion von einer halben bis zu vier Stunden. Die Soft-Touch-Bedienelemente verfügen über blaue LED-Beleuchtung. Außerdem gehören eine Fernbedienung und zuschaltbare 90° Oszillation zur Ausstattung des auch auf der höchsten Leistungsstufe mit 59 Dezibel besonders leisen Geräts.



PSI 43999 • ADOMA GmbH
Tel +49 7522 97160
info@adoma.de
www.adoma.de



Stilvoller Genuss

Auch aus den Trink-Gläsern aus Kunststoff von Adoma lässt es sich stilvoll genießen. Auf den ersten Blick fällt der Unterschied gar nicht ins Auge. Das Bier aus den Kunststoff-Weizenbieregläsern und -Bierseideln ist immer ein Genuss, ob in der Gastronomie, in Biergärten oder ganz ungezwungen beim Campen mit Freunden und Familie. Adoma hat seine Gläser von Brauereien testen lassen und alle haben den „Schaumtest“ bestanden. Weiterer Pluspunkt: Kunststoff ist Isolator, weswegen die Getränke länger kühl bleiben als im Glas. Umweltfreundlichkeit ist durch Mehrweg gegeben und der Lieferant garantiert Haltbarkeit in der Spülmaschine für bis zu 500 Spülgänge. Zu den Highlights gehören der Isarseidel als Leichtgewicht unter den Oktoberbierfestgläsern und auch die Partybecher in verschiedenen Größen, die zum entspannten Genuss von Cocktail oder Mixgetränk mit oder ohne Alkohol einladen. Die Gefäße sind platzsparend stapelbar, bruchsicher, sehr leicht, kinderleicht zu transportieren und optisch einfach ein Hingucker.

-Anzeige-

UPCYCLING! meets Promotion

Der OGeB® ObstundGemüseBeutel

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





Gepflegter Auftritt

Smokey Eyes und Bushy Brows sind es bei den Damen, Beard Trimming und Two-Dollar-Haircut bei den Herren: angesagte Trends 2020 in der Mode- und Kosmetikwelt. Für gepflegtes Styling unterwegs steht die Reißverschluss-Tasche Frame von Halfar. Alles darin ordentlich und außergewöhnlich stilvoll verpackt, von Lidschatten bis Lippenstift und von Pinsel bis Pomade. Das schwarz-grau-melierte Material beweist Charakter. Der Reißverschluss lässt sich weit öffnen und sorgt für einfaches Packen. Der Tragegriff ermöglicht auch das Aufhängen am Haken im Bad. Auffällig und dekorativ ist die Steppung auf der Vorderseite. In deren Zentrum bekommt die Veredelung eine besondere Präsenz, schnell und unkompliziert zu realisieren per Halfar Fast Lane®. Ab nur einem Tag nach Auftragsfreigabe ist die Werbeanbringung auf dem Trägerrahmen fertig. Mehr zur neunteiligen Frame Serie mit Halfar Fast Lane® im Katalog oder auf www.halfar.com.



Kompakter Blickfang

Der Kulturbeutel Stripy von Inspirion ist mit seinem maritimen Streifen-Look nicht nur ein Hingucker, sondern er überzeugt zudem mit seiner kompakten Größe und bietet Platz für Kosmetik- und Pflegeartikel, ganz gleich, ob daheim oder auf Reisen. Der kleine Transporthelfer verfügt über ein Hauptfach mit Reißverschluss sowie innen über ein kleines Reißverschlussfach. Die Möglichkeit einer Werbeanbringung empfiehlt sich auf der Kunstleder-Applikation im vorderen Bereich des Kulturbeutels.



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

Wellness-Triple

Dreifache Entspannung mit den Totes-Meer-Badesalzen ist das Versprechen des aromatischen Werbeprodukts von Multiflower: Das Natur- oder Aroma-Badesalz ist ein Erlebnis. Die Packung kann ab 250 Stück mit einem Logo versehen oder individuell gestaltet werden. Ein Päckchen enthält zirka je 15 Gramm Aroma-Badesalz Orange, Aroma-Badesalz Granatapfel sowie Totes-Meer-Badesalz.

Wellnessartikel mit Stick

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

PSI 49110 • Stickerei Klam
Tel +49 7129 92869-0
mail@klam.de
www.stickerei-klam.com



Duften Relaxen im Home-Office

Unter der Artikelnummer 136 führt Giving Europe seine Duftkerze Glow, ideal für eine Relax-Auszeit im Home Office mit Vanille-, Kaffee- oder Zimtduft. Das für Wohlfühl-Ambiente sorgende Produkt kommt in einer Metalldose mit Deckel beim Kunden an, die Oberfläche ist mit Kordeln gegossen. Eine Werbeanbringung erfolgt auf der Tasche mittels Tampondruck, Lasergravur oder Doming.



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



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

Attraktives Accessoire fürs Bad

Die hoch attraktive Bentry Sublimations-Badematte von Anda Present aus Spanien kann sich sehen lassen: Veredelbar per Sublimationsdruck, lassen sich extrem hochauflösende Fotomotive im kundenindividuellen Design auf dem Schmuckstück fürs Bad realisieren. Der Blickfang vor dem Waschbecken besteht aus weichem, geschmeidigem Flanell.

Verdiente Anerkennung

Derzeit ist es mehr denn je wichtig, die kleinen Momente zu feiern und die gebotene Dankbarkeit gegenüber Personal sowie den Kunden mit einem außergewöhnlichen Geschenk auszudrücken. Auf der Suche nach einem adäquaten Firmengeschenk bietet Trendfactory mit der Marke Rituals passende Geschenksets und Produkte für verschiedene Anlässe und Budgets an. Die Sets Beauty to Go von Sakura und Ayurveda passen ins kleinere Budget. Die Reisetasche kann wiederverwendet werden und ist mit 50 Milliliter des bekannten Duschschaums und 70 Milliliter Körpercreme gefüllt. Rituals ist mehr als nur ein Geschenk und steht für die Weitergabe von Momenten, Erinnerungen und die Freude, das Glück in den kleinen Dingen zu finden.



PSI 60135
Trendfactory Deutschland GmbH
Tel +49 30 57704181
info@trendfactory.eu
www.trendfactory.eu



Flüssigseife mit Kaffee-Aroma

Weltweit werden rund 46 Milliarden Kilogramm Orangenschalen und zirka 50 Milliarden Kilogramm Kaffee-Masse für den täglichen Konsum der Menschen produziert. Was übrig bleibt, wandert in den Abfall. Im Falle der Flüssigseife aus dem Angebot der Interall Group dreht es sich um ein Hygieneprodukt vollständig hergestellt aus Kaffeesubstanz. Auch die Flasche ist umweltfreundlich hergestellt: aus 100 Prozent RPET-Material. Das Produkt der WoW Sustainable Collection von Interall Group lässt sich wahlweise mit einem Logo oder etwa einer Textbotschaft individualisieren.

PSI 41727 • Interall Group B.V.
Tel +31 20 5203850
info@interall.nl
www.interallgroup.com



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

Schöne Etuis aus Juco

Green Earth Products hält zwei aus Juco, einer Mischung aus Jute und Baumwolle, gefertigte, praktische Etuis der Marke Eco-Products für Make-up und Pflegeprodukte für den Sektor bereit, mit Reißverschluss und auf der Innenseite mit einem Baumwollen Liner versehen. Die Etuis werden nach international anerkannten Standards ISO9001, ISO14001, ISO18001 und SA8000 hergestellt. Weitere Infos beim Lieferanten aus den Niederlanden.

STYLE

by FARE®

Your Statement

Botschaften werden nicht geflüstert. Ein top Werbemittel bietet Raum, nutzt Individualität und macht schon beim Hinsehen Spaß. #FAREstyle



» Weitere Styles finden Sie unter

www.fare.de/feed

Werbemittel großer Spielmarken



ASS Altenburger

ASS Altenburger steht seit vielen Jahren für Kartenspiele und Spielkarten Made in Germany. Neben den beliebten Klassikern Quartett, TOP ASS, Skat oder Rommé des eigenen Produkortiments hat das weltweit vernetzte Unternehmen mit Sitz im thüringischen Altenburg auch Spiele anderer bekannter Spielmarken wie Mattel, Hasbro oder Asmodee im Promotion-Portfolio. Im Rahmen einer – tlw. bereits viele Jahre andauernden – Lizenzpartnerschaft, bietet ASS Altenburger Werbekunden Spiele wie Uno, Phase 10 oder Scrabble von Mattel, Monopoly Deal, Trivial Pursuit und Twister von Hasbro sowie Dobble und Jungle Speed von Asmodee zur kundenspezifischen Nutzung in der Kategorie Pocket Games.

Mattel ist nach Lego der zweitgrößte Spielwarenhersteller weltweit und erfreut sich mit Top- Brands wie Hot Wheels oder Barbie sowie dem Kartenspielklassiker Uno großer Bekanntheit und Beliebtheit. Seit vielen Jahren verbindet ASS Altenburger und Mattel eine gute partnerschaftliche Beziehung – so setzte ASS Altenburger bereits eigene Lizenz-Kartenspiele der Marken Barbie und Hot Wheels um. Seit einigen Jahren kooperieren die beiden Unternehmen auch im Promotion-Bereich. Die Mattel-Kartenspiele Uno, Dos, Skip-Bo, Scrabble, Pictionary und Phase 10 können bei ASS Altenburger im Mini- und/oder Pocketformat als kundenspezifische Promotionsvariante bestellt werden.

Mit über 750.000 verkauften Uno-Spielen, fast 350.000 mal Skip-Bo und über 200.000 mal Phase 10 im Jahr 2019 (lt. Eurotoys), zählen die Mattel-Kartenspiele zu den bekanntesten in Deutschland. Alle o.g. Titel sind auf der Verpackung und der Kartenrückseite mit Kundenlogo individualisierbar. Promotion-Nutzung und Layout bedürfen der Zustimmung durch den Lizenzgeber.

Weitere Informationen: www.werbispielkarten.com



Geschmackserlebnisse in Nuss

Neu im Kreis des PSI Netzwerks ist das Unternehmen P-STASH, eine Genuss-Manufaktur mit Sitz in Berlin, die sich der Schaffung außergewöhnlicher Nusskreationen widmet, welche sich durch ihren exquisiten Geschmack und ein verführerisches Äußeres von der breiten Masse abheben. Man kann sie pur genießen, doch machen sie sich auch wunderbar als aromatische Begleiter zu Wein, Gin oder anderen Spirituosen. Geröstet wird von Hand, „mit viel Liebe und Geduld“ und nach traditioneller Art: „In kleinen Mengen und bei niedrigen Temperaturen, geben wir unseren Nüsschen besonders viel Zeit, um ihr volles Aroma zu entfalten. Das Ganze geschieht per Hand und selbstverständlich ohne Fett“, erläutert P-STASH Geschäftsführer Niclas Marwege und ergänzt: „Perfekt aufeinander abgestimmte Gewürzkombinationen verleihen unseren Nusskreationen eine besondere Note und sorgen für ein unvergessliches Geschmackserlebnis.“ Die nussigen Zungenschmeichler gibt es in vielen leckeren Varianten, zum Beispiel Pistazien mit Chili und Orange, Mandeln mit Vanille und Zimt oder Cashews mit Pfeffer und Zitrone. Natürlich sind all die feinen Produkte auch personalisierbar, werden so zum Unikat und stärken das Markenerlebnis. Der Ansprechpartner für Interessenten aus dem Werbemittelsektor ist Walter Sterkler, Tel. +49 30 4036349-11.

walter@p-stash.com • www.p-stash.com



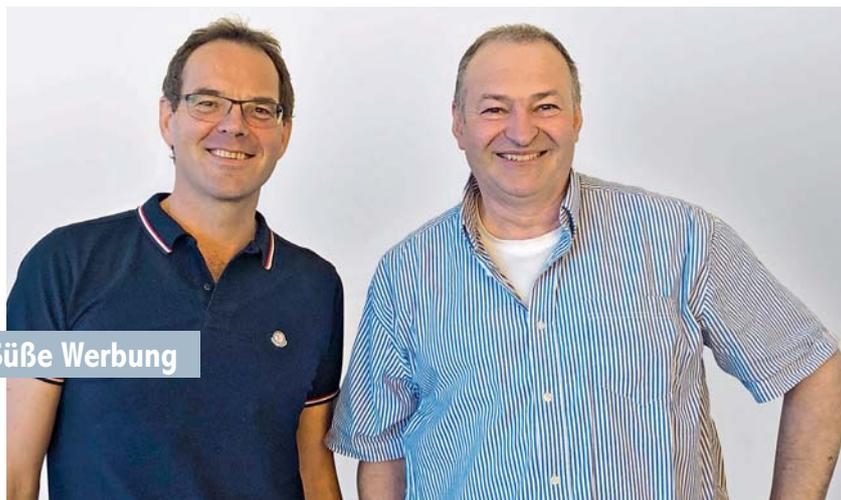
P-STASH

Wechsel in der Geschäftsleitung

Im Rahmen der strategischen Neuausrichtung der Zertus Gruppe werden die Unternehmen Dextro Energy und Kalfany Süße Werbung organisatorisch zusammengeführt, um künftig den Geschäftsbereich „Functional Nutrition“ zu bilden. Die operative Leitung als Vorsitzender der Geschäftsführung übernimmt Andreas Romankiewicz, seit 2005 Geschäftsführer der Dextro Energy GmbH & Co. KG. Komplettiert wird die Geschäftsleitung durch Stefan Harms (Geschäftsführer Produktion Krefeld), Klaus Richter (Geschäftsführer Produktion Herbolzheim und Müllheim) sowie Dr. Henric Hahne (Kaufmännischer Leiter).

Fritz Haasen ist zum 30. März 2020 aus dem Unternehmen ausgeschieden, Elmar Schlesinger übergibt die kaufmännische Leitung zu Ende Mai an Dr. Henric Hahne und scheidet ebenfalls aus der Geschäftsleitung aus. „Wir bedanken uns bei beiden für den persönlichen Einsatz, der maßgeblich zum Unternehmenserfolg beigetragen hat und wünscht beiden alles erdenklich Gute für den weiteren beruflichen sowie persönlichen Lebensweg“, betont Andreas Romankiewicz.

„Wir sind überzeugt, dass wir durch den organisatorischen Zusammenschluss die Stärken der beiden Unternehmen weiter ausbauen können und die Marken von einer gemeinsamen Weiterentwicklung profitieren werden. Auf unsere Kontinuität, unsere führende Produktqualität sowie unsere Innovationsstärke können Sie sich auch weiterhin verlassen“, so Romankiewicz an die Adresse der Kunden. „Ich freue mich auf die Fortsetzung und Ausbau bestehender Geschäftsbeziehungen sowie der Erschließung neuer Kunden und Märkte“, ergänzt er. www.suesse-werbung.de



Zwei neue Gesichter in der Geschäftsführung (v.l.): Andreas Romankiewicz und Klaus Richter.



Dirk Hanke

Neuer Vertriebsleiter

Bereits im Januar dieses Jahres konnte der BRUNNEN & EILERS Promotion Service – Spezialist für Werbekalender, Notizbücher und Schreibbedarf mit Vertriebsbüros in Bielefeld und Heilbronn – Dirk Hanke als zukünftigen Vertriebsleiter begrüßen. Nach einer gründlichen Einarbeitung in den vergangenen Monaten übernimmt er zum 15. Mai die Nachfolge von Sven Weiß. Mit über zwei Jahrzehnten erfolgreicher Tätigkeit als Führungskraft und Prokurist in verschiedenen Vertriebspositionen verfügt Dirk Hanke über fundierte Kenntnisse in der PBS-Branche sowie in artverwandten Branchen. Mit seinen Erfahrungen in der Neukundenakquise, im Key-Account-Management und in der Betreuung großer Handelsunternehmen soll er neue Impulse im Vertrieb von BRUNNEN & EILERS Promotion Service setzen. „Mit Dirk Hanke konnten wir einen ausgewiesenen Vertriebspezialisten für uns gewinnen, der unser Werbemittelangebot in Industrie und Handel erfolgreich vermarkten wird. Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit“, so Geschäftsführer Andreas Helmsorig.

www.brunnenpromotion.com



50 Taschen aus eigener Produktion befüllt mit Lebensmitteln gingen an die Essener Tafel.

Mister Bags

Essener Tafel mit Lebensmitteltaschen unterstützt

„Geben statt Nehmen“ – so lautete das Motto für eine Solidaritäts-Aktion des Baumwolltaschenspezialisten Mister Bags mit Sitz in Essen, die das Unternehmen in diesen Tagen für die örtliche Tafel initiiert hatte. „Gerade in Zeiten wie diesen, in denen wir alle getrennt sein müssen und ja fast schon in Isolation leben, haben wir uns gedacht, an andere Menschen

zu denken ist jetzt umso wichtiger“, so Geschäftsführer Tobias Gottwald. Die Corona-Pandemie stellt die Tafeln in Deutschland vor große Herausforderungen. Die Unterstützung der 1,65 Millionen Tafel-Kundinnen und Kunden kann aufgrund der Ausbreitung des Coronavirus in der herkömmlichen Form nicht aufrechterhalten werden. Viele Tafeln haben ihren Betrieb vorübergehend eingestellt – zum Schutz ihrer Mitarbeiter, sowie Kundinnen und Kunden. Andere Tafeln organisieren ihren Betrieb um, sodass die Ausgabe der Lebensmittel möglichst kontaktarm umgesetzt werden kann. Allein dieser Aspekt ist bereits eine Herausforderung, wo doch die reguläre Tafel-Arbeit darauf ausgelegt ist, möglichst viel persönlichen Kontakt zu gewährleisten. Eine der akuten Herausforderungen ist ein teilweise starker Rückgang von Lebensmittel-Spenden, da der Einzelhandel durch die stark gestiegene Nachfrage weniger Überschüsse und keine Kapazitäten für die Sortierung der aussortierten Lebensmittel für die Tafeln hat. Nicht wenige Tafeln mussten ihre Ausgabe genau aus diesem Grund ganz oder teilweise schließen. „Wir haben uns überlegt, dass wir gerne unterstützen möchten und haben 50 Taschen mit Lebensmitteln des täglichen Bedarfs befüllt und an die Essener Tafel gespendet.“ www.misterbags.de

Neues Händlerportal myUMA geht online

Die Welt der Werbeschreibgeräte ist bunt, vielseitig und immer wieder neu. Seit Jahren überzeugt der Schreibgerätehersteller uma mit starker Qualität, hoher Produktvielfalt und immer neuen Ideen. Mit my-UMA bietet uma seinen Händlern den direkten Zugang zu dieser Welt. myUMA verschafft Zugriff auf sämtliche Bilder, Videos, Verkaufshilfen sowie auf den myConfigurator, in dem jeder Händler sein individuelles Sortiment selbst zusammenstellen kann. Wer noch nicht registriert ist, kann dies in wenigen Klicks nachholen unter:

www.my.uma-pen.com

uma



Imagefilm gewinnt Bronze bei den German Stevie Awards 2020



Klio-Eterna

Gemeinsam freuen dürfen sich der Schreibgerätehersteller Klio-Eterna und die Filmproduzenten Rec.Tec aus Fischerbach über die Auszeichnung mit dem Bronze Stevie® Award 2020. In der Kategorie „Bester Imagefilm Unternehmen/Unternehmensübersicht“ überzeugte das 5-minütige Imagevideo „Eine feine Linie“, über die Entstehungsgeschichte des Schwarzwälder Schreibgeräteproduzenten Klio-Eterna die Jury mit einer Kombination aus emotionalen Bildern gepaart mit modern aufbereiteten Fakten und sicherte sich die begehrte Bronze-Trophäe. Für alle, die den Klio-Eterna Imagefilm noch nicht kennen: Zu sehen ist dieser Auf Youtube, www.klio.com, sowie den Social Media-Kanälen Facebook und Xing. Ab sofort ist der Film auch in einer englischen Variante verfügbar.

Mehrwert ist in Krisenzeiten besonders wichtig

„Vor allem in diesen schwierigen Corona-Zeiten ist es für Industrieverbände besonders wichtig, ihren Mehrwert aufzuzeigen und für ihre Mitglieder und die Branche einzutreten,“ erklärt Joop van Veelen, Vorsitzender der niederländischen Werbeartikel-Plattform PPP (Plattform Promotional Products). Welche Initiativen PPP verfolgt, erläutert er im Weiteren: „PPP investiert momentan viel Zeit und Energie in Lobbyarbeit, um auf die Themen und Probleme hinzuweisen, mit der unsere Branche zu kämpfen hat. Obwohl die Krise alle Einwohner und Firmen in den Niederlanden und darüber hinaus beeinträchtigt, ist unsere Branche möglicherweise noch stärker betroffen, so dass die Bitte um zusätzliche staatliche Unterstützung berechtigt ist.“

Aus diesem Grund müssen wir uns in Den Haag, dem politischen Zentrum unseres Landes, Gehör verschaffen. Dies geschieht mit Unterstützung des Interessenverbands ONL Ondernemend Nederland, der die Interessen aller Unternehmer dieses Landes vertritt. Als Partner von ONL weist PPP häufig auf bestehende Probleme hin. Das macht sich bezahlt. Gemeinsam ist es uns z. B. gelungen, die Steueroptionen für Unternehmen zu erweitern, um Mitarbeitern zusätzliche Vergütungen zahlen zu können. Dadurch setzt unsere Branche ein gutes Signal, vor allem am Jahresende, wenn zahlreiche Mitarbeiter von ihrem Arbeitgeber das übliche Weihnachtsgeld erhalten. Diese Novelle des von ONL und PPP erkämpften Arbeitskostenschemas hat dafür einen größeren, vorteilhaften Finanzrahmen geschaffen.

Dies ist nur ein Beispiel dafür, dass sich gemeinsame Lobbyarbeit auszahlt. Dazu ist es wichtig, dass uns unsere Mitglieder mit Input versorgen und Themen vorschlagen, die auf die politische Agenda gesetzt und mit den entscheidungsgebenden Ministern besprochen werden sollen. Wir erhalten von unseren Mitgliedern ausreichend Diskussionsstoff, um uns dank unserer Zusammenarbeit mit ONL in Den Haag Gehör zu verschaffen. Dies ist ein wichtiger Mehrwert, den PPP als Industrieverband in diesen unsicheren Zeiten bieten kann, außer für seine Mitglieder da zu sein und ihnen zuzuhören.“ www.ppp-online.nl



Toppoint

Neue Kollektion an Schutzartikeln

Auch der niederländische Werbeartikel-Generalist Toppoint hat im Zuge der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie eine neue, umfangreiche Kollektion an Schutzartikeln aufgelegt. Das entsprechende Sortiment besteht unter anderem aus zahlreichen Modellen von wiederverwendbaren Gesichtsmasken. Durch die Vielseitigkeit der Kollektion ist es Toppoint möglich, passgenau auf Kundenwünsche einzugehen und gleichzeitig den verschiedenen Richtlinien in Europa Rechnung zu tragen. Außerdem umfasst das Angebot auch viele andere Sicherheitsartikel für besonderen Schutz, z.B. Beispiel Handgele, Gesichtsschilde und handfreie Türöffner. Die Artikel sind direkt bestellbar und die meisten Modelle sind ab Woche 20 lieferbar, heißt es aus dem Unternehmen. Short link:

<https://bit.ly/3cbqFnH> (deutsch) • <https://bit.ly/2W7JDpv> (englisch)

Mit Schutzengeln Freude bereiten

Die bis in das kleinste Detail durchdachten und mit Hingabe kreierten Produkte schenkYOU genießen mittlerweile große Bekannt- und Beliebtheit. Sie tragen die Philosophie des Unternehmens als positive Botschaft in die Welt hinaus. Hierfür sprechen mehr als 300.000 Kunden, der Strategiepries 2017 und nicht zuletzt der German Design Award, den das Design-Team mit dem schenkYOU-Kopf Melih Kesmen für eine Gemeinschaftsarbeit mit Häftlingen bei der Errichtung eines Gebetsraumes in einer Justizvollzugsanstalt erhalten hat.

Auch die derzeitige Corona-Krise hat den Gründer und Geschäftsführer dazu veranlasst, aktiv zu werden. So hat Melih Kesmen eine individuelle Idee entwickelt, diese schwierige Zeit noch menschlicher zu gestalten: mit einem kostenlosen Schutzengel Freude bereiten. Wie es dazu kam, beschreibt der Designer und Unternehmer wie folgt: „Wir wollen jetzt ein Zeichen setzen, dass niemand alleine ist. Die schlechten Nachrichten überhäufen sich in der aktuellen Krise. Vor allem Selbstständige und Kleinunternehmer werden von der schwierigen Lage hart getroffen.“

Meine Frau und ich führen seit 2014 die Manufaktur schenkYOU im Herzen des Ruhrgebiets. Auch unsere Branche, die Werbemittelindustrie, wird von der aktuellen Lage stark überschattet. Die Grundphilosophie unserer Firma allerdings war es schon immer, Beziehungen zu knüpfen und Menschen eine Freude zu machen. Inspiriert durch einen Brief unseres Sohnes Isaak an einen 90-jährigen Nachbarn, in dem er seine Hilfe für alltägliche Aufgaben anbietet, haben wir uns überlegt, wie sich dieser solidarische und positive Grundgedanke in der Gesellschaft verbreiten lässt, so dass sich niemand alleine fühlt.

Entstanden ist die Schutzengel-Aktion. Eine Schutzengelkarte aus nachhaltigem Kirschbaumholz, die wir kostenlos verbreiten möchten (lediglich die Versandpauschale wird erhoben). Mit dieser Karte wollen wir Menschen ermöglichen, füreinander da zu sein oder einfach auch mal Danke zu sagen.“ Für weitere Informationen und Details steht Melih Kesmen zur Verfügung unter Tel. +49 177 8800863.

Näheres unter: <https://youtu.be/B1Y0hu2x574> • <http://www.schenkyou.de/kollektion/Schutzengel.html>
<https://www.schenkyou.de/schenkyou-story>



Yeliz und Melih Kesmen mit den schenkYOU Schutzengelkarten.

schenkYOU Aktion



Meinhard Mombauer, Harald Augustin und eine Mitarbeiterin der Kölner Tafel bei der Übergabe der Spende von 5.000 Mund-Nasen-Masken.

Mund-Nasen-Masken für Kölner Tafel

„Mer stonne zesamme“ („Wir stehen zusammen“) heißt es in Köln auch in Zeiten der Corona Krise. „Gehamsterte“ Regale in den Supermärkten, leere Innenstädte und die von der Regierung auferlegte Kontaktsperre. Die Kölner Tafeln für Bedürftige haben es dieser Tage noch schwerer als sonst. Das Unternehmen REFLECTS GmbH aus Köln Marsdorf, die für gewöhnlich Promotion- und Merchandising-Artikel vertreibt, importiert mittlerweile auch Mund- und Nasenmasken und vertreibt diese über den Handel. Hier wollte Meinhard Mombauer, Gründer und Geschäftsführer von REFLECTS nun ansetzen und stellte den Kölner Tafeln 5.000 Mund-Nasen-Masken zur Verfügung. „Wir freuen uns sehr über die Spende“, sagt Harald Augustin, Geschäftsführer der Tafeln, „sie ermöglicht uns, Hilfsbedürftigen auch hier etwas an die Hand zu geben, das in diesen Zeiten weiterhilft.“

www.reflects.com

7.000 Kasacks an DRK gespendet

Der Kampf gegen das Coronavirus führt auch bei dem international agierenden Textilhersteller Karlowsky Fashion GmbH zum Umdenken, vor allem aber zum Handeln. Der Deutsches Rotes Kreuz-Regionalverband Magdeburg-Jerichower Land e. V. erhielt eine Spende von insgesamt 7.000 Stück Kasacks vom Traditionsunternehmen aus Magdeburg.

Kasacks sind Kittel, die vor allem im Bereich der Reinigung, Pflege und Medizin genutzt werden. Besonders im Bereich der Berufsbekleidung, hat sich Karlowsky einen Namen gemacht. Speziell werden die Sparten Gastronomie, Hotellerie, Lebensmittelverarbeitung, Pflege & Medizin in den Blick genommen. Derzeit lässt das Traditionsunternehmen Mund-Nasen-Masken (Community-Masken) herstellen. „Wir sind der Firma Karlowsky Fashion sehr dankbar für deren Unterstützung. Unsere

420 Pflegefachkräfte in den vier Sozialstationen, zwei Tagespflegeeinrichtungen, sechs Seniorenwohntzentren und Seniorenwohnanlagen arbeiten derzeit unter erschwerten Bedingungen und sehen das soziale Engagement der Firma Karlowsky Fashion als Motivation und Danksagung zugleich, weiter mit dem gleichen Herzblut für die Menschen da zu sein, wie sie es bisher auch getan haben. Dass die Pflegefachkräfte dies nun in neuer Arbeitskleidung tun können, freut mich besonders“, erklärt der Geschäftsführer des DRK-Regionalverbandes Magdeburg-Jerichower Land e. V. Frank Ruth.

Ganze acht Europaletten brauchte es, um die 7.000 Kittel in allen Größen, sicher für den Transport zu verpacken. Die ersten Kasacks wurden am 4. Mai 2020 am DRK-Seniorenwohnpark in Magdeburg an die dortigen Pflegefachkräfte übergeben. Anwesend waren neben den Vertretern Karlowsky Fashion-Geschäftsführer Thomas Karlowsky und seinem Sohn Niels Karlowsky auch der IHK-Magdeburg Hauptgeschäftsführer Wolfgang März, der DRK-Geschäftsführer, Frank Ruth, sowie der Leiter der Pflegeeinrichtung Herr Wagner und einige seiner Pflegefachkräfte, die die Kasacks präsentierten.

Die Spendenhöhe beläuft sich auf einen Gesamtwert von 150.000 Euro, wie es vonseiten der Karlowsky Fashion GmbH hieß. „Eine Summe, die nicht selbstverständlich und schon gar nicht alltäglich ist“, meint Frank Ruth, der zum besagten Termin eine entsprechende Spendenbescheinigung mitgebracht hatte. www.karlowsky.de



Vorbildlich maskierte Spendenübergabe (v.l.): Wolfgang März, Frank Ruth, Thomas und Niels Karlowsky.



6.000 chirurgische Masken an belgische Organisationen

Anlässlich der Corona-Krise hat der belgische Werbemittelverband BAPP (Belgian Association of Promotional Products) seine Solidarität durch die Spende von 6.000 chirurgischen Gesichtsmasken an verschiedene Gesundheitseinrichtungen in ganz Belgien bekundet. „Wir wollten in dieser Gesundheitskrise einen bescheidenen Beitrag leisten und haben deshalb diese Masken an Gesundheitsdienstleister gespendet, die sie bei ihrer riskanten Arbeit täglich benötigen“, erklärt der BAPP-Vorsitzende Michel Deboudt. „Als nationaler Verband betreuen wir alle 3 Regionen Belgiens (Flandern, Wallonie und Brüssel). Das größte Problem war, rechtzeitig Masken zu bekommen, die die geforderten Sicherheitsstandards erfüllen. Vor kurzem haben wir 2.000 Masken an die gemeinnützige Organisation CSD in Brüssel übergeben, die Patienten und Senioren zu Hause versorgt. In der Wallonie wurden weitere 2.000 Masken an CIFI (Wallonischer Verband freier Krankenpfleger) übergeben. In Flandern überreichten wir ebenfalls 2.000 Masken an die Organisation ‚Kind en Gezin‘, der Flämischen Agentur für Kleinkindpflege.“ BAPP zählt 160 Händler und Lieferanten aus der Werbemittelbranche mit ca. 3.000 Arbeitsplätzen und einem Umsatz von ca. 360 Millionen Euro. www.bapp.be

elasto erweitert Produktion um Schutzartikel

elasto – eigentlich der Spezialist für Werbe- und Promotionsartikel – erweitert seine Eigenproduktion in Sulzbach-Rosenberg aufgrund der Corona-Krise um eine Vielzahl an Schutzprodukten. Ebenso wie in vielen anderen Branchen hat COVID-19 auch im Bereich des Werbemittel-Spezialisten für tiefe Einschnitte gesorgt. „Die Corona-Krise fordert mich als Firmenchef einerseits und als Vorsitzender des THW-Ortsverbands Lauf- Nürnberger Land andererseits gleich doppelt. Jeden Tag ergeben sich neue Meldungen und Sachlagen, die uns vor komplett neue Herausforderungen stellen, die es zu meistern gilt“, so Marcus Sperber, Geschäftsführer der elasto form KG. elasto hat mit seiner eigenen Kunststoffproduktion in Deutschland einen entscheidenden Vorteil gegenüber Unternehmen, die sich ausschließlich auf das Importgeschäft aus Fernost verlassen. Die eigene Produktion bietet kurze Produktions- und Lieferzeiten, höchste Qualitätsstandards und eine unkomplizierte Auftragsabwicklung.

Qualität steht – Sortiment täglich erweitert

Was vorher Mehrweg-Kaffeebecher, Trinkflaschen, Vorratsdosen und Einkaufswagenchips waren, sind jetzt Schutzbrillen, Masken, Hygieneboxen und Flaschen mit und ohne Desinfektionsmittel. „Wir als mittelständisches Unternehmen wollen

unseren Beitrag leisten und im Kampf gegen Corona aktiv mitwirken. So sind wir mittlerweile in der Lage bis zu 12.000 Schutzbrillen pro Tag zu produzieren.“, so Marcus Sperber. „Auch der Bedarf nach unseren Flaschen mit und ohne Desinfektionsmittel und den Hygieneboxen mit Einweghandschuhen, Reinigungstüchern und Co. ist sehr hoch. Und wir tun unser Möglichstes um die Anfragen wie gewohnt zuverlässig zu bedienen.“

Mund-Nasen-Schutz (MNS) und Corona-Virus Pandemie Atemschutzmasken (CPA) genügen den Anforderungen des Corona Schnelltest Verfahrens, gemäß Prüfgrundsatz für Corona SARS-Cov-2 Pandemie Atemschutzmasken. Neben den Produkten aus Kunststoff arbeiten die Sulzbach-Rosen-

berger auch mit Hochdruck daran selbst FFP2- und FFP3-Masken zu produzieren. Die Maschinen sind gekauft und ab Ende April ist ein Ausstoß von 20.000 Masken pro Woche geplant.

Kostenlose Schutzbrillen für Hilfsdienste

„Die Corona-Krise wird uns noch so lange beschäftigen bis entweder ein Großteil der Menschen Träger des Virus ist oder Medikamente und Impfstoffe gefunden worden sind. Wir gehen davon aus, dass das noch mehrere Monate dauern wird. Aber: Wir tun in dieser schwierigen Zeit unser Bestes, um zum einen als Familienunternehmen zu bestehen und zum anderen unseren Beitrag im Kampf gegen Corona zu leisten“, betont Marcus Sperber abschließend. Um die regionale Verbundenheit und die Verantwortung der Gesellschaft gegenüber zu unterstreichen, hat elasto 2.000 Schutzbrillen an die integrierte Leitstelle für Feuerwehr und Rettungsdienst Amberg und weitere 1.500 Schutzbrillen an Rettungsorganisationen im Landkreis Amberg/Sulzbach und Nürnberger-Land kostenlos zur Verfügung gestellt.

Mehr Infos zu elasto und den Schutzprodukten unter: www.elasto.de/schutzartikel

SCHUTZARTIKEL.

UNSERE AKTUELLEN SCHUTZARTIKEL.

<p>01429 Schutzbrille</p>  <p>Verfügbar.</p>	<p>01438 Flasche mit Desinfektionsmittel 0,4l 01439 Flasche mit Desinfektionsmittel 1,0l</p>  <p>Verfügbar - Nur solange der Vorrat reicht.</p>	<p>01447 Flasche für Desinfektionsmittel 0,4l 01448 Flasche für Desinfektionsmittel 1,0l</p>  <p>Verfügbar.</p>	<p>01458 Gesichtsschild Premium</p>  <p>Verfügbar - Nur solange der Vorrat reicht.</p>
<p>08531 Hygienebox V1</p>  <p>Verfügbar - Nur solange der Vorrat reicht.</p>	<p>01434 Hygienebox V2</p>  <p>Verfügbar - Nur solange der Vorrat reicht.</p>	<p>01433 Hygienebox V3</p>  <p>Verfügbar - Nur solange der Vorrat reicht.</p>	<p>01459 Warnweste Corona</p>  <p>Verfügbar - Nur solange der Vorrat reicht.</p>
<p>01449 Regenponcho Standard</p>  <p>Verfügbar - Nur solange der Vorrat reicht.</p>	<p>01460 Schutzset Handel</p>  <p>Verfügbar - Nur solange der Vorrat reicht.</p>	 <p>#zusammengegencorona</p>  <p>elasto PROMOTION FOR LIFE</p>	

Stand: 21.04.2020

Logistik trägt besondere Verantwortung in der Krise

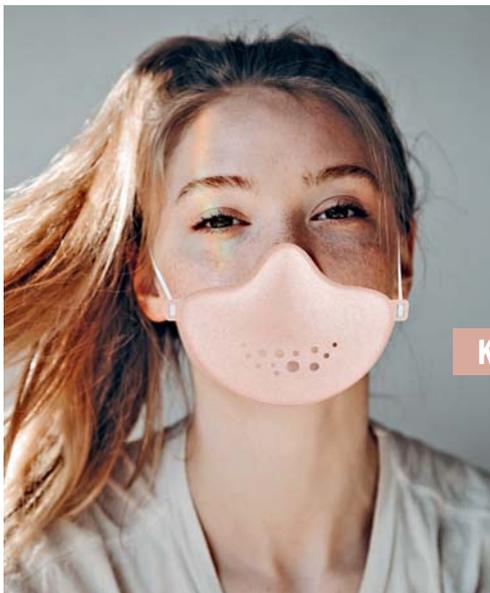
Homeoffice ist für viele Logistikberufe in der Corona-Krise keine Option. Wichtige Güter des täglichen Bedarfs sowie Medikamente oder Drogeriewaren müssen weiterhin gelagert, kommissioniert und transportiert werden. „Was wir in diesen Wochen und Monaten erleben, ist tatsächlich einmalig“, berichtet Peter Kieffer, Geschäftsführer des Logistikdienstleisters und offiziellen PSI Partners QTRADO Logistics. „Lkw-Fahrer und Lageristen sind nach wie vor täglich im Einsatz und wir tun alles Nötige dafür, sie bei ihrer Arbeit bestmöglich zu schützen.“ Das Krefelder Unternehmen, das seine Wurzeln in der Presselogistik hat, stellt aktuell seine freien Kapazitäten für Unternehmen zur Verfügung, die in diesen Zeiten besonders flexibel zusätzliche Lagerflächen oder eilige Transportfahrten benötigen. „Als Logistiker tragen wir in dieser Krise eine besondere Verantwortung dafür, die Grundversorgung der Menschen sicherzustellen und dafür zu sorgen, dass beispielsweise E-Commerce-Produkte so gewohnt zuverlässig wie sonst ankommen, weil viele Geschäfte geschlossen sind.“ Umso wichtiger seien Initiativen und Plattformen, die jetzt einen schnellen und unkomplizierten Austausch von Kunden und Logistikern fördern. „Dazu zählt für uns beispielsweise die Plattform des Fraunhofer IML Logistikhilft.de, die genau das ermöglicht, oder auch offene Portale wie OpenLogistics.net, bei denen Unternehmen eintragen können, ob vor Ort jemand Lieferungen annehmen kann oder nicht“, erklärt Peter Kieffer. „Wir schaffen Kapazitäten, um jetzt kurzfristig auf Anfragen von Kunden reagieren zu können, die in dieser Krise vor logistischen Herausforderungen stehen. Das trifft besonders viele Mittelständler hier in NRW hart“, so der QTRADO Logistics-Geschäftsführer weiter. „Schnelle und unkomplizierte Unterstützung ist darum jetzt das Gebot der Stunde.“

Kontakt: #LogistikfuerNRW • www.qtrado-logistics.de
www.logistikfuernrw.de



Das Team von QTRADO Logistics vor der Firmenzentrale in Krefeld.

Community Maske HI entwickelt



Jetzt heißt es #MASKEAUF! Doch auch einfachste Gesichtsmasken sind nur mehr schwer zu bekommen. Die koziol »ideas for friends GmbH, renommierter Hersteller hochwertiger Haushaltswaren mit unverwechselbarem Design, hat nun in kürzester Zeit eine intelligente Lösung für eine Community Maske entwickelt. „HI“ ist die nachhaltige und schöne Lösung für die Abdeckung von Mund und Nase und eine stimmige Alternative zu Einwegmasken: Eine technische Neuentwicklung im typischen Koziol-Design und mit maximalem Tragekomfort. Das Besondere ist die Möglichkeit, das Filtervlies auszutauschen und die Maske selbst vielfach zu benutzen. Sie ist einfach von Hand oder in der Spülmaschine zu reinigen und vor allem auch schnell wieder zu trocknen. Das Material ist extrem flexibel und anschmiegsam. Die Maske ist dreiteilig aufgebaut. Zwischen Maskenkörper und Innenteil wird ein Vlies eingelegt, das man nach Bedarf jederzeit auswechseln kann. „Wir empfehlen ovale Maxi-Watte-Pads, die in jeder Drogerieabteilung erhältlich sind. Es kann aber auch jeder andere atmungsaktive Stoff als Filter verwendet werden“, heißt es bei koziol. Die Maske kann ab sofort vorbestellt werden unter: www.koziol-shop.de

20.000 Schutzmasken für medizinische Einrichtungen



Sebastian Römer (Mitte), bei der Übergabe von 8.000 Mund-Nasen-Schutz Masken an Prof. Dr. Christian Bruch, Chefarzt für Innere Medizin (rechts) und Jürgen Esch von der Klinikleitung des Verbundkrankenhauses Bernkastel/Wittlich.

„Echte Dankbarkeit entsteht aus einem inneren Bedürfnis und dem Schätzen über das, was jemand selbstlos verschenkt hat!“ [Monika Minder]. Mit diesen Worten bedankte sich eine Klinik bei Sebastian Römer, Geschäftsführer der Unternehmensgruppe Römerfamilie, für eine Spende von dringend benötigten medizinischen Mund-Nasen-Schutz Masken. In den vergangenen zwei Wochen hat die Römerfamilie über 20.000 solcher Masken an verschiedene medizinische Einrichtungen aus der Region und in besonders betroffenen Corona-Gebieten gespendet. Sebastian Römer: „In diesen schwierigen Zeiten, ist es ganz besonders wichtig zusammenzustehen und Solidarität zu zeigen. Wir sind froh, dass wir einen kleinen Beitrag dazu leisten konnten, dass sowohl Patienten als auch Mitarbeiter der medizinischen Einrichtungen in ihrem harten täglichen Kampf gegen das Virus besser geschützt sind.“ www.roemerfamilie.de

Auswirkungen der Corona-Krise auf die Werbeartikelbranche

Der von Bund und Ländern verfügte Shutdown hat weitreichende Folgen für die gesamte Wirtschaft und den Arbeitsmarkt. Um in Erfahrung zu bringen, in welchem Maße speziell die Werbeartikelbranche mit den ihr angeschlossenen Unternehmen betroffen ist, hat der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) gemeinsam mit dem Kölner Institut für Handelsforschung IfH eine Befragung zu den Auswirkungen durchgeführt.

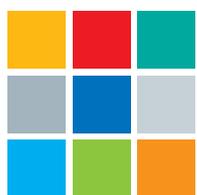
Befragt wurden in der Zeit vom 8. bis 20. April insgesamt rund 1.600 Lieferanten und Werbeartikelberater, von denen 393 an der Erhebung mitwirkten. Obwohl der der Befragung zugrunde gelegte Zeitraum von der Corona-Krise nur partiell erfasst wurde, sind die ablesbaren Auswirkungen laut Umfrage erheblich. Demnach haben 30% der Lieferanten und 45% der Berater allein für den Monat März Umsatzrückgänge gegenüber dem Vorjahreszeitraum zu verzeichnen. Bei den Auf-

tragsrückgängen liegt der Durchschnittswert für den benannten Zeitraum sogar bei 53%. Vorausschauend auf das 2. Quartal 2020 vermelden 66% der antwortenden Unternehmen Auftragsstornierungen. Rund 60% der Umfrageteilnehmer geben an, dass die Liquiditätsreserven maximal noch für das 2. Quartal reichen werden.

Die für die Mitglieder des Gesamtverbandes im geschlossenen Bereich vollumfänglich einzusehenden Ergebnisse der Befragung dienen laut GWW als Benchmark und können somit ggf. auch eine Hilfestellung bei der Beantragung von Krediten darstellen. Anhand der Ergebnisse will der Gesamtverband

auf die herausfordernde Situation für die Werbeartikel-Wirtschaft und die drängenden Nöte der betroffenen Unternehmen hinweisen sowie nachhaltige steuer- und wirtschaftspolitische Unterstützung einfordern. Der Vorsitzende des Gesamtverbandes Frank Dangmann dazu: „Es bedarf zwingend zusätzlicher Maßnahmen seitens der Politik, um die Probleme der Unternehmen zumindest abzumildern. Der Gesamtverband hat mit Unterstützung des BGA und weiterer relevanter Wirtschaftsverbände eine Reihe von Vorschlägen erarbeitet, mit denen die drängendsten Probleme adressiert werden.“

www.gww.de



GWW

Gesamtverband der
Werbeartikel-Wirtschaft e.V.

GWW Erhebung

Appell an die Branche

Das Düsseldorfer Startup Dankebox hat es sich zur Aufgabe gemacht, mit ihren schönen und hochwertigen Boxen „Made in Germany“ besonderen Menschen Wertschätzung zu zeigen und sich bei ihnen zu bedanken. Und wer hätte das in diesen Krisenzeiten eher verdient, als Ärzte, Pfleger, Polizisten, Feuerwehrleute, Apotheker, Kassierer, Laborfachkräfte und alle anderen, die an vorderster Front kämpfen, um Leben zu retten, Schäden zu begrenzen und die Grundversorgung zu sichern. Deshalb spendet das Startup unter dem Motto „Durchhalten“ 100 Dankeboxen für genau diese Berufsgruppen. Und jeder kann mitmachen. Wie das genau geht, verrät das Startup auf seiner Facebook- und Instagramseite.

Jetzt in der Corona-Krise ist das Startup wie viele Unternehmen von einem starken Auftragseinbruch betroffen und wendet sich mit einem offenen Brief an alle Freunde und Geschäftspartner. Die Kernbotschaft: Durchhalten – und sich dabei treu bleiben. In dem emotionalen Schreiben sprechen die Gründer zunächst über ihre Sorgen angesichts der Krise und sprechen anderen Unternehmen ihre Solidarität aus. Das Startup war finanziell bisher gut aufgestellt: der Umsatz wurde im Jahr 2018 verzehnfacht, 2019 noch einmal verfünffacht und die Firma ist profitabel. Doch nun gehen die Aufträge zurück. Integrative Werkstätten, mit denen das Startup zusammenarbeitet, wurden geschlossen. Messen fallen aus. Im weiteren Verlauf des Briefs rufen die Jungunternehmer dennoch zum Durchhalten auf. „Halten Sie durch, bis die Kurve abflacht, bis staatliche Hilfen greifen oder es ein Medikament gibt. Versuchen Sie das Beste aus der Situation zu machen, treiben Sie digitale Alternativen voran oder gehen Sie liegengeliebene Projekte an“, heißt es darin. Über 5.000 Newsletter-Abonnenten und Social Media Follower hat das Startup mit seiner Botschaft schon nach 2 Tagen erreicht, in Social Media haben mehrere reichweitenstarke Influencer die Aktion geteilt.

Kontakt: www.dankebox.de • facebook.com/dankebox • instagram.com/dankebox



Dankebox-Gründer und CEO Alexander Hoyer und COO Wilhelm Meyer.



Kundenaktion „Andrà tutto bene“ gestartet

Textilgroßhändler L-SHOP-TEAM wendet sich mit positivem Blick in die Zukunft an seine Kunden und bietet in Krisenzeiten Unterstützung an. „Andrà tutto bene – Alles wird gut!“ Auf handgemalten Regenbogen-Motiven ging dieser Satz als Zeichen der Solidarität um die Welt und vertritt die Haltung: „Wir lassen uns unsere Zuversicht nicht nehmen, wir schauen positiv in die Zukunft!“ Daran möchte L-SHOP-TEAM anknüpfen. Das Unternehmen möchte seine Kunden unterstützen und gemeinsam mit ihnen Ideen entwickeln, um nach

L-SHOP-TEAM

Lockerung der aktuell notwendigen Maßnahmen, gemeinsam (wieder neu) durchstarten zu können. Um dies zu erreichen, hat der Textilgroßhändler eine Postaussendungsaktion realisiert, die unter dem Motto „Andrà tutto bene“ Kunden dazu motivieren möchte, sich zu melden und Anregungen zu geben, wie L-SHOP-TEAM sie in den kommenden Wochen unterstützen kann, um aktiv gemeinsam Erfolge anzustoßen. Die Aktion, die neben dem Motivationsschreiben eine Baumwolltasche mit fröhlichem Regenbogen-Motiv umfasst, erreicht europaweit Kunden von L-SHOP-TEAM.

www.l-shop-team.de



Produkte, die in ihrer Rolle als Werbeartikel nicht nur durch ihre **Funktion und Aussehen** überzeugen, sondern auch im doppelten Wortsinn **„geschmackvoll“** sind und wirken, stellen wir auf den folgenden Seiten unseres **Product Guide** vor.



PSI 45169
 Cup Trends – Inh. Torsten Schieck
 Tel +49 351 21991592
 schieck@cuprends.de
 www.cuptrends.de

Der Sommer wird bunt

Mit den beliebten Thermobechern von Cup Trends für Heiß- oder Kaltgetränke nutzen Anwender ein nachhaltiges Werbemittel mit Langzeiteffekt. Die auslaufsicheren Thermobecher aus hochwertigem 18/8 Edelstahl und SAN Kunststoff sind mit einer Einfüllhöhe von nur 12,5 cm und 300 Milliliter Volumen besonders alltagstauglich. Die Thermobecher gibt es in verschiedenen Formen und brillanten Farben. Die Veredelung erfolgt bis fünfifarbig im Tampondruck ab 108 Stück.



PSI 44954 • happyROSS GmbH
 Tel +49 4532 28050
 info@happyross.de
 www.happyross.de

Nachhaltig mit Filz

Nachhaltige Werbung versprechen die Filzuntersetzer aus recyceltem PET von happy ROSS. Sie liegen nicht nur voll im Trend, sie schonen auch die Umwelt und dienen als praktischer und langanhaltender Werbeträger. Das Material lässt sich in Wunschgröße, -farbe und -form umsetzen, wahlweise bedrucken oder mit verspielten Ausstanzungen und Logo-Ausschnitten verzieren. Weitere Inspirationen finden Kunden auf der Homepage des Unternehmens.

Heri
 Made in Germany

protect
 KIDS STAMP PERSONALISIERT

STOP VIRUS

HILFT KINDERN IHRE HÄNDE SAUBER ZU HALTEN

Scholessen.de
 COLOP Printer 20

- 1. STEMPLEN**
- 2. WASCHEN**
- 3. SCHÜTZEN**

MICROBAN Products Company
 Laboratory Tested
 PRODUCT CERTIFICATION PROGRAMME

Cooler Outdoor Begleiter

Mit der doppelwandigen Trinkflasche Origin Outdoors Active stellt Relags eine Isolierflasche mit 0,75 Liter Inhalt vor. Die Kupferbeschichtung unterstützt zusätzlich den Temperaturerhalt der Flasche. Dadurch bleiben Getränke bis zu 12 Stunden warm und 24 Stunden kalt. Zugleich wirkt der hochwertige Edelstahl (18/10) antibakteriell. Durch die große Öffnung ist die Trinkflasche einfach zu reinigen. Der Bügel am Deckel dient dem leichten Öffnen und zur Befestigung der Flasche am Rucksack. Erhältlich ist sie in Blau, Schwarz matt und Edelstahl matt.

PSI 48295 • Relags GmbH
Tel +49 8065 90390
relags@relags.de
www.relags.de



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

Frisch serviert im Freien

Kühltaschen von Halfar sind willkommene Helfer, wenn im Sommer Tischkultur ohne Tisch auskommen muss und Snacks und Getränke sicher, stilvoll und gut gekühlt im Garten, auf der Wiese oder am Strand serviert werden. Die FLOW Thermobag ist genau genommen eher Kühlbeutel als Kühltasche. Die kleine Coole verpackt Getränke und Snacks wie Sandwiches oder Salate stylisch und unkompliziert in sieben Farben: Schwarz, Weiß, Maigrün, Marine, Anthrazit, Cyan und Rot. Dank lebensmittelechter Folie bleibt alles frisch und kühl. Ganze fünf Ein-Liter-Flaschen passen stehend in die Kühltasche Solution. Per Schultergurt lässt sie sich zudem einfach dahin tragen, wo der Sonnenuntergang gerade am Schönsten ist.





PSI 41727 • Interall Group B.V.
 Tel +31 20 5203850
 info@interall.nl
 www.interallgroup.com



Reisabfall für Kaffeetrinker

Der neue Rice Cup der Interall Group besteht komplett inklusive Deckel aus dem, was man gemeinhin als „Abfall“ bezeichnen würde. Große Menge an Reisabfällen in Form von Blättern, Schalen und vielem mehr dienen als Grundlage für die Herstellung der Cups. Die Tassen bestehen zu 80 Prozent aus Reisschalenasen und 20 Prozent Ligninstärke. Sie sind in zwei Größen erhältlich und sind sowohl spülmaschinenfest wie für den Gebrauch in der Mikrowelle geeignet. Die Tassen sind melamin- und BPA-frei sowie vollständig zersetzbar. Die Kompostierung auf einem Komposthaufen dauert etwa zwei bis drei Jahre.

Wechselnde Botschaften

Wer seinem Lieblingsmenschen nicht nur einen frischen Kaffee an den Arbeitsplatz bringen, sondern gleichzeitig einen lieben persönlichen Gruß übermitteln möchte, ist mit dem „Play“ Becher von Giving Europe gut bedient. Der individuell gestaltbare Becher ist immer wieder abwisch- und neugestaltbar und zudem spülmaschinen- und mikrowellentauglich. Er wird inklusive Kreidestift geliefert, die Werbeanbringung erfolgt mittels Keramiktransferdruck.



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



Kleine Geste – große Wirkung

Vom natürlichen Mineralwasser aus Deutschland über diverse schmackhafte Dosengetränke wie Energy Drinks, Sportgetränke, Apfelspritzer, Secco, Hugo, Frizzante Rosé und Latte Macchiato bis hin zu exklusiven Sektvarianten in verschiedenen Flaschenfarben reicht die Palette bei Römer Drinks. Dabei gibt es auch innovative und patentierte Produkte wie den Fairtrade Bio Werbe-Kaffee und Bio Werbe-Tee im originellen Brühbeutel. Alle Getränke bieten mit einem Eigenetikett eine individuelle Werbemöglichkeit. Alle Getränke können auch in exklusive Getränke-Verpackungen wie Schmuckwellen, Kartonagen oder Rollen gepackt werden.



Erleuchtung beim Trinken

Ein echter Hingucker sind die neuen leuchtenden Becher von Lumitoys. Durch den individuellen Allover-Print werden Logo und Werbebotschaft des Kunden zum perfekten Blickfang. Das absolute Highlight zeigt sich aber beim Einfüllen des Getränkes. Durch den Kontakt mit der Flüssigkeit fangen die integrierten LEDs an zu Leuchten und machen den Becher so zum ultimativen Eyecatcher. Die Becher sind erhältlich in den Größen 300 und 450 Milliliter, die LED-Farbe kann auf Wunsch angepasst werden.

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



PSI 49592 • Klever GmbH Solingen
 Tel +49 212 22710
 info@klever.de
 www.klever.de

Allzeit bereit für Brotzeit

Ganz gleich ob Frühstück, Brotzeit, Jause oder Vesper – mit dem Messer Ava von Klever geht all dies leicht von der Hand. Kräftige Brotkruste schneidet Ava mit Wellen- oder Sägeschliff mühelos. Butter und Frischkäse schmiert das Messer durch die breite Streichklinge leicht und selbst Tomaten werden in hauchdünne Scheiben geschnitten. Seit mehr als 80 Jahren produziert Klever Schneidwaren mit dem Qualitätssiegel Made in Solingen. Die Avas schneiden messerscharf wie die erfolgreichen kleinen Solinger Obst- und Gemüsemesser. Ab einer Bestellmenge von 300 Stück werden die Klingen mit einem Kundenlogo individualisiert.



PSI 60139
 German Bakery Stapper
 Tel +49 1609499580
 info@keks-kreator.de
 www.keks-kreator.de

Klimaneutrales Keks-Kästchen

Das Handwerksstartup Keks Kreator, das sich auf das Backen von individuellen Logokeksen spezialisiert hat, hat im ersten Quartal sein neuestes Produkt präsentiert: Das klimaneutrale Keks-Kästchen. Hierbei werden acht Butter-Vanille Logokekse in einem zertifiziert klimaneutralen Blockbodenbeutel in einem kompostierbaren Holzkästchen verpackt. Das Holzkästchen aus Pappelholz kann bereits ab einer Stückmenge von 50 Stück individuell mit einer Gravur veredelt werden. So können nicht nur die Kekse durch ihre besondere Optik, sondern auch die Verpackung als Werbeträger genutzt werden. Keks Kreator verarbeitet ausschließlich beste regionale Rohstoffe bei Verzicht auf Zusatz-, Farb- oder Zusatzstoffe. Die Lieferzeit der klimaneutralen Keks-Kästchen liegt je nach Auftragslage bei ca. 10-20 Tagen.

Mehrwegbecher aus der Sonne

Der patentierte Mehrwegbecher von Global Innovations besteht aus Sonnenblumenkernhüllen, die als Abfall bei der Speiseölproduktion anfallen. Damit wird er praktisch für den Alltag und dazu noch nachhaltig. Zudem ist der Becher lebensmittelecht und spülmaschineneignen. Es ist nachgewiesen, dass ein Kompostverhalten nach etwa zwölf Monaten im Gartenkompost auftritt. Den Becher gibt es in mehreren Farben und es wird auf Becher-zu-Becher-Recycling geachtet, betont der Anbieter.



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



PSI 40785
Schreiner Coburg GmbH
Tel +49 9561 833011
erika.linke@schreinercoburg.de
www.schreinercoburg.de

Gut platzierte Werbung

Als Werbeträger für Menü- oder Getränkevorschläge am Tisch oder für das spezielle Produkt an der Theke eignen sich die Aufsteller von Schreiner. Sie sind rund, oval, eckig oder in ausgefallener individueller Gestaltung lieferbar. Aktionen, Hinweise und Angebote werden platzsparend und designstark präsentiert. Der zweiteilig zerlegbare Aufsteller aus stabilem Kunststoff ist etwa 60 Gramm leicht, beidseitig bedruckbar, äußerst flach und verfügt über eine große Fläche für Werbebotschaften. Im Büroalltag ist er zudem als Handyhalter einsetzbar.



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

Ausgefallen verpackt

Als Banane getarnt kommt die neue Flasche für unterwegs von Anda Present daher. Die knallgelbe Buddel aus Edelstahl für 150 Milliliter hochprozentigen Inhalt erregt sicher überall Aufsehen, wo sie aus dem Rucksack geholt wird. Zum Empfänger gelangt das Plantano hip flask Set in einer schwarzen Geschenkbox mit zwei Edelstahlbechern und einem Fülltrichter.

Your partner in promotional lifestyle bottles

Bottle
Promotions

- Günstigste Fruit-Fusion-Trinkflasche
- Große Druckfläche vom Ring bis zur Unterkante
- Europäische Produktion
- Großer Vorrat vorhanden



Auch erhältlich
in 75% biologisch
abbaubarem
Material



We care for your health

a **Tacx** company

// ECO



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

Beliebte Durstlöcher

Ob zur Erfrischung im Homeoffice und im Büro oder beim Workout in der Natur – wenn die Kehle trocken wird, schafft Sanders Imagetools mit erfrischenden Getränken Abhilfe. Zum gesenkten Preis können Unternehmen für ihren durstlöschenden Werbeauftritt aus fünf Getränken in der Dose wählen: spritzige oder stille Apfelschorle, Bier, Energy Drink und Iso Drink in der Geschmacksrichtung „Redberries“. Um die Werbebotschaft nachhaltig zu unterstützen bietet Sanders Imagetools die Dosen unter anderem mit der Label-Variante „Eco Label“ an. Erhältlich sind die Dosen ab 264 Stück. Außerdem startet Sanders Imagetools ein Sommer Special, bei dem für allen Getränkedosen die Vorkosten bis 31. August 2020 entfallen.

Heiß und kalt zu jeder Zeit

Mit der Trinkflasche Teykmi® wandelt der Spezialist für elektronische Werbemittel Vim Solution auf neuen Pfaden. Die vakuumisolierte Flasche hält den Inhalt bis zu zehn Stunden heiß oder bis zu 30 Stunden kalt. Somit ist die Trinkflasche ein willkommener Begleiter sowohl im kommenden Sommer, als auch im Winter. Hergestellt wird die Flasche aus solidem Edelstahl und ist in den Farben Schwarz, Blau, Silber, Gold und Roségold erhältlich. Sondereinfärbungen sind bereits ab 1000 Stück möglich. Das Fassungsvermögen beträgt 550 Milliliter, die Flasche wiegt dabei nur 350 Gramm.

PSI 47555 • Vim Solution GmbH
 Tel +49 7661 90949152
 marketing@vim-solution.com
 www.trader.vim-solution.com



Erfrischend zischend

Leckere Eistees, spritzige Limos oder würzig-fruchtige Infused-Water: Das individuelle Getränkebuch Durstlöscher von der Edition Michael Fischer bereitet auf den Sommer mit Obst, Gemüse, Superfoods und Kräutern vor. Darf es vielleicht noch eine passende Knabberei zum sommerlichen Drink sein? Kein Problem, Rezepte für kleine Snacks gibt es obendrauf. EMF fertigt individuelle Bücher ganz nach Wunsch und Budget. Dabei können beworbenen Produkte des Unternehmens in den Fokus gerückt werden. Der Verlag entwickelt für seine Kunden maßgeschneiderte Printmedien mit All-inclusive-Garantie vom Konzept bis zur Auslieferung.



PSI 49982
Edition Michael Fischer GmbH
Tel +49 89 213107-50
tatjana.bleiler@emf-verlag.de
www.emf-verlag.de



Schönheit zum Nachfüllen

Mit der Metmaxx® Wasserflasche „GenerationRefillGourmet“ stellt Spranz eine Glastrinkflasche mit besonderem Designfaktor vor. Sie ist geeignet für Tee, Wasser oder andere Getränke und besticht durch Zusatzfunktionen. Die Thermo-Textil Manschette für Heiß- und Kaltgetränke ist abnehmbar und schmiegt sich eng an das thermobeständige Borosilikatglas an. Die Flasche fasst 800 Milliliter und das integrierte Teesieb ist herausnehmbar.

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

Kaffee fest im Griff

Mit dem aus überwiegend nachwachsenden Rohstoffen bestehenden Kaffee-Henkelbecher STRONGLY von Inspirion wird die Flüssigkeitszufuhr am Arbeitsplatz zum Kinderspiel! Der Kaffee-Becher überzeugt mit seinem schlichten Design und einer Füllmenge von 300 Millilitern, so dass auftretender Müdigkeit keine Chance gegeben wird. Erhältlich ist der Becher in drei verschiedenen Farben.

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



Art Culinaire

2021



»Genuss
ist der
Beginn aller das Ende
eines gesegneten
Lebens.«
Epikur von Athen

ACKERMANN

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

Kulinarische Kunstmomente 2021

Der Küchenkalender „Art Culinaire“ von Ackermann im beeindruckenden XXL-Format setzt erlesene Zutaten, frische Früchte und kulinarische Spezialitäten so genussvoll und künstlerisch in Szene, dass einem das Wasser im Mund zusammenläuft. Die kalligrafisch inszenierten Zitate bekannter Köche und Gastrosophen machen jedes Kalenderblatt zu einem Gesamtkunstwerk. Wie alle Ackermann Kalender wird er in Deutschland produziert und in Kooperation mit NatureOffice klimaneutral auf Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft gedruckt. Werbeindrücke sind bereits ab 50 Stück möglich.



PSI 49644 • LEONARDO -
glaskoch B. Koch jr. GmbH + Co. KG
Tel +49 5253 860
dirkmueller@leonardo.de
www.leonardo.de

Individualisierbare Glashalme

Leonardo ist das Glas für jede Gelegenheit. Durch permanente Innovationen und einen zeitlosen Look sind die Produkte treue Begleiter für den Alltag und besondere Momente. Seit diesem Jahr liegt der Fokus des Unternehmens stärker denn je auf einer nachhaltigen Ausrichtung. Ressourcenschonung, Klima- und Umweltfreundlichkeit sowie die Wiederverwertung von Materialien sind dabei wichtige Aspekte. Was bietet sich da besser an als Glasprodukte? Das diesjährige Highlight von Leonardo sind die individualisierbaren Glashalme. Sie sind nicht nur gut für die Umwelt, sondern werten jeden Drink auch optisch enorm auf. Im Viererpack und direkt mit einer praktischen Bürste zur Reinigung liefert Leonardo die trendigen Trinkhalme, die in Deutschland aus bruch sicherem Glas hergestellt werden.



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

Ahorn als schützender Untergrund

Die Untersetzer Ms Maple in Form eines Ahornblatts von Gabriele Bühring können wahlweise aus natürlichen Wollfilz oder aus veganem Upcycling PET-Filz in der Wunschfarbe des Kunden produziert werden. Die Lieferung ist in einer Größe oder auch als Set möglich. Ms Maple verschönert saisonweise oder ganzjährig sowohl als Dekoration als auch als schützender weicher Untersetzer den Tisch oder die Anrichte. Die Ahornblätter können mit einem Siebtransferdruck veredelt werden. Gabriele Bühring realisiert auf Wunsch auch individuelle Formen nach Vorgabe des Kunden.



PSI 47555 • Vim Solution GmbH
Tel +49 7661 90949152
marketing@vim-solution.com
www.trader.vim-solution.com

Beton auf den Flaschenhals

Aus der Produktserie Major hat Vim Solution die Flaschenverschlüsse Major Round und Major Square im Sortiment. Egal ob mit der runden oder der eckigen Version, verschließen sie Flaschen sicher und mit Stil im angesagten Industriedesign. Die Verschlüsse sind geeignet für alle Flaschen mit einem Durchmesser bis 18 mm. Wie alle Produkte der Serie werden die Flaschenverschlüsse aus echtem Beton in der Heimat von Vim Solution im Schwarzwald gegossen. Somit sind diese Produkte „Made in Germany“. Sie sind ab einer Mindestmenge von 25 Stück lieferbar.



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



42487 • REFLECTS GmbH
Tel +49 2234 99000
info@reflects.de
www.reflects.de

Nachhaltig trinken mit Werbeeffect

Nachhaltige Trinkflaschen und Becher gehören mittlerweile zum Alltag vieler Menschen, weiß man bei Reflects: Auf dem Weg zur Arbeit wird der morgendliche Kaffee als „Coffee to go“ mitgenommen. Zum Sport eignet sich eine praktische Trinkflasche und ist zur Stelle, wenn man ins Schwitzen gerät. Und kommt unterwegs Lust auf einen köstlichen Tee auf, sorgt eine stilvolle Glasflasche für den perfekten Tee Genuss. Tagtäglich kommen Nutzer mit diesen Artikeln in Berührung – und somit in Kontakt mit der individualisierten Markenbotschaft. Trinkflaschen und Becher sind nicht nur praktische und langlebige Werbeartikel. Sie sind vor allem bei den Kunden auch sehr beliebt. Bei Thermobechern, Trinkflaschen oder Strohhalmen der Marke Retumbler® vereint Reflects® ein hochwertiges und wachsendes Drinkware Sortiment mit größtmöglichem Nutzen. Das i-Tüpfelchen verleiht eine individuelle Veredelung mit Logo und Grafik des Kunden.

Der Wein muss atmen

Rotweine brauchen Luft zum Atmen. Besonders vollmundige Tropfen müssen zudem ausreichend geschwenkt werden, damit ihre Aromen voll zur Geltung kommen. Ideal entfalten kann sich ein Wein in einem WMF Dekanter aus dem Hause Lehoff. Dabei handelt es sich um eine grifflose Glaskaraffe mit extrabreitem Bauch. In dem schlanken Hals des WMF Dekanters zirkuliert die Luft dosiert, ohne dass das Bouquet entweicht. Der Dekanter fasst ein Volumen von 1,5 Litern und hat eine Höhe von 24 Zentimetern.



PSI 41259
Lehoff Im- und Export GmbH
Tel +49 40 5296070
info@lehoff.de
www.lehoff.de

Kein Schmutz im Getränk

Für die Außengastronomie, Gartenpartys und viele andere Einsatzzwecke sind diese Trinkglasabdeckungen von Promowolsch einsetzbar. Alle Produkte werden in Deutschland hergestellt, sind modern designed und trotz ihrer hohen Funktionalität noch preiswert. Die Abdeckung schützt den Anwender vor herabfallenden Blättern oder Insekten im Getränk, aber auch vor Straßenstaub. Große Werbeflächen runden den Auftritt der verschiedenen Abdeckungen ab.



PSI 44724
Promowolsch – The Customer Factory
Tel +49 2942 570201
info@promowolsch.de
www.promowolsch.de



Stilvoll fürs Büro

Eleganz und Nutzen müssen kein Widerspruch sein, auch nicht im Büroalltag. Das beweisen die ROMINOX® Glaskaraffen von Römer Lifestyle, welche Trinken für alle Sinne zum Genuss machen. Beide Karaffen bestehen aus temperaturbeständigem Borosilikatglas und sind damit für die Spülmaschine geeignet. Die 0,5 Liter Karaffe Fiola hat einen Schraubverschluss mit Dichtungsring, die 1 Liter Karaffe Silika kommt mit einem automatisch öffnenden Silikon Wippdeckel daher. Werbeanbringungen sind per dezenter Lasergravur auf dem Deckel oder als Siebdruck auf der Karaffe möglich.

PSI 43714
Römer Lifestyle - ROMINOX GmbH
Tel +49 654 181290
info@roemer-lifestyle.de
www.roemer-lifestyle.de

Moderne Form to go

Tischkultur für unterwegs ist keine Unmöglichkeit, beweist der neue Henkelbecher to go aus der Porzellanfabrik Seltmann. Der Becher aus Markenporzellan ist 100 Prozent Made in Germany, spülmaschinenfest, rundum bedruckbar und überzeugt durch eine moderne Formensprache. Bei einer Höhe von 124 Millimetern fasst der Becher 0,45 Liter Inhalt.



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



PSI 49447
 Alessi Deutschland GmbH
 Tel +49 89 206028812
 chiara.sergiacomi@alessi.com
 www.alessi.com

Handtasche für das Frühstück

Wer mit rasantem Tempo durchs Leben rauscht, wird die kleine Pause als wichtigen Moment wahrnehmen. Mit den Objekten der Kollektion „Food à porter“ von Alessi hat man die gesündesten Speisen und Getränke unterwegs dabei und kann sie bequem im Büro, im Freien oder auf Reisen genießen. Die Objekte kommen in raffiniertem und zeitgemäßem Look daher, wobei die kompakte Form einer Handtasche gleichkommt. Angeboten werden die Lunch box mit zwei oder drei Einsätzen, ein Reisebesteck aus Edelstahl und eine doppelwandige Thermosflasche aus farbigem Edelstahl.



Praktischer Durstlöcher

Die Sport Trinkflasche CONDY von Inspirion eignet sich ideal als kleiner Sportbegleiter. Besonders der praktische Tragegriff an der Flasche ermöglicht einen komfortablen Transport. Mit einer Füllmenge von 750 Millilitern, abnehmbarem Trinkhalm und einer Trinköffnung zum Aufklappen, erfüllt die modische Trinkflasche, die in sechs verschiedenen Farben erhältlich ist, souverän ihren Zweck.

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



Voll auf dem Holzweg

Der Fruchtkorb in Apfelform aus Bambus von team-d Import-Export Warenvertrieb ist schick, innovativ und umweltfreundlich. Bambus gehört zu den besten Alternativen für nachwachsende Rohstoffe. Der formschöne Korb wird flach geliefert, verpackt in einer hochwertigen Geschenkverpackung und dient in dieser Form als Untersetzer. Mit einem einfachen Griff wird daraus ein bildschöner Fruchtkorb. Die Veredelung ist als Branding auf dem Apfelblatt möglich.

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



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



Nachhaltige Trinkgefäße

Die innovativen, langlebigen und hochwertigen Trinkflaschen und Porzellantassen der L&S GmbH sind nützliche und nachhaltige Produkte, welche in verschiedenen Designs, Farbgestaltungen und Füllmengen erhältlich sind. Die Gefäße bieten ein angenehmes Trinkgefühl und eine hohe Stabilität. Die Trinkflaschen überzeugen durch ihre Auslaufsicherheit, verschiedene wählbare Materialien und Verschlussmöglichkeiten. Die Werbebotschaft kann gut sichtbar durch verschiedene Drucktechniken bis 4c an verschiedenen Stellen angebracht werden. Alle Anforderungen im Rahmen des LFGB-Zertifikates sind erfüllt.

Die Marke FARE® steht für qualitativ hochwertige Schirme im Werbemittelmarkt und begeht in diesem Jahr 65-jähriges Bestehen. Im Laufe der Zeit haben sich das Unternehmen und das Know-how rund um den Schirm kontinuierlich weiterentwickelt. Seit einigen Jahren setzt der Spezialist auch verstärkt auf Nachhaltigkeit. Ein neues, umweltverträgliches Färbeverfahren hilft nun auch dabei, kostbare Ressourcen zu sparen.

65 Jahre FARE® Qualitätsschirme



„waterSAVE“ – jeder Tropfen zählt

Ein Schmuckstück:
Das neue, smarte Firmengebäude.



Seit 1955 wurden durch FARE® vielfache Innovationen auf den Markt gebracht: so zum Beispiel im Jahr 1989 der weltweit erste Taschenschirm mit Doppelautomatik. 1999 dann der kleinste Doppelautomatik-Taschenschirm der Welt: Genie-Magic®. 2015 präsentiert das Unternehmen mit dem FARE®-iAuto eine Weltneuheit: den ersten Taschenschirm, der sich per Knopfdruck elektrisch öffnen und vollständig wieder schließen lässt.

Nachhaltigkeit auf dem Schirm

Das immer wichtiger werdende Thema der Nachhaltigkeit führt dazu, dass eine ganze Produktfamilie ÖkoBrel-

la eingeführt und ständig erweitert wird. Angefangen beim 2011 ersten Bambus-Stockschirm mit einem Bezug aus recyceltem Kunststoff und Bambusgestell. Ein Jahr später ein passender Taschenschirm. Der 2017 lancierte AOC-Mini-Taschenschirm ÖkoBrella wird mit dem PSI Sustainability Award in der Kategorie „Sustainable Product 2017“ ausgezeichnet. Dieses Jahr wird die Familie um ein weiteres Produkt ergänzt: den Mini-Taschenschirm ÖkoBrella Shopping, nachhaltiger Schirm und Einkaufstasche in einem. Innovation beweist das Unternehmen auch bei der Produktion: so wird seit diesem Jahr bei ausgewählten Modellen das neue, nachhaltige und nach OEKO-TEX Standard 100 zertifizierte Bezugsmaterial „waterSAVE“ eingesetzt. (mehr dazu unten)

Dreifacher Jubiläums-Dank

Bedanken möchte sich das Unternehmen auch bei seinen Kunden und Mitarbeitern für den Erfolg der vergangenen Jahre. Kunden profitieren das ganze Jahr über von Jubiläumsangeboten auf ausgewählte Artikel. Mitarbeiter erhalten neben bereits bestehenden Zusatzleistungen wie der Möglichkeit einer kostenlosen Teilnahme am Fitness-training und einem wöchentlichen Obstbecher im Jubiläumsjahr zusätzlich die Möglichkeit, eine subventionierte Massage im Haus in Anspruch zu nehmen. Leider wurde der „Tag der offenen Tür“ am 16. Mai 2020 im Rahmen der lokalen Veranstaltung „Wirtschaft erleben“ aufgrund der Corona-Krise auf unbestimmte Zeit verschoben, bei dem FARE® auch den Bürger*innen vor Ort in Remscheid die Möglichkeit bieten wollte, mit Führungen und Aktionen (wie Schirme selbst bedrucken) einen Einblick in den 2019 fertig gestellten Neubau zu erhalten und sich über das Unternehmen und den Arbeitsalltag der Mitarbeiter zu informieren. Aber auch hier gilt: aufgeschoben ist nicht aufgehoben.

Neues umweltfreundliches Färbeverfahren

Die Nachfrage nach umweltfreundlichen Werbemitteln in hervorragender Qualität und einem angemessenen Preis-Leistungsverhältnis wächst seit Jahren immer stärker. „Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie prüfen und überdenken wir bei FARE® auch unsere Produktionsverfahren, um bereits die Herstellung unserer Produkte umweltfreundlich zu gestalten. Aus diesem Grund hat sich FARE® für ein umweltfreundliches Färbeverfahren entschieden, dem sogenannte DOPE DYED Verfahren. Dieses wird in der Textilindustrie bereits seit einiger Zeit eingesetzt“, erläutert Fare-Geschäftsführer Volker Griesel.

Kostbare Ressourcen werden gespart

Beim klassischen Färbeverfahren unterliegen die Fasern einem mehrstufigen Produktionsprozess: Die Faser muss erst ausgesponnen und gewebt werden, anschließend wird sie im Nass-Färbeverfahren eingefärbt. Sowohl die Herstellung als auch die Einfärbung benötigen sehr viel Energie, Wasser und Chemikalien, um die Farbpigmente auf der Faseroberfläche dauerhaft zu fixieren. Beim einstufigen DOPE DYED Verfahren hingegen wird die Farbe direkt bei der Ausspinnung in die Faser eingebracht. Dieses revolutionäre Färbeverfahren ist wesentlich umweltverträglicher und spart kostbare Ressourcen ein. Da es „trocken“ funktioniert, beträgt die Wassereinsparung ca. 90% im Vergleich zum klassischen Färbeverfahren. Weitere Vorteile sind die Senkung des CO₂-Ausstoßes um mehr als 60%, die Reduzierung des Energieverbrauchs bis zu 70% und die Verringerung des Klärschlamm-Ausstoßes um ca. 98%.



Ein schlagkräftiges Team im Dienste des Werbeschirms: Die Fare Belegschaft in Remscheid.

Garn aus recycelten Kunststoffen

Als Rohmaterial für das Garn setzt FARE® auf den Einsatz von recycelten Kunststoffen, sogenanntem Post-Consumer Material. Das sind Materialien, die aus Kunststoffprodukten von Haushalten, institutionellen Einrichtungen oder Industrieanlagen stammen und nicht mehr für ihren vorhergesehenen Zweck eingesetzt werden können. Hierzu zählt auch Material, das aus Rückläufern aus der Distributionskette stammt. Diese Kombination aus recycelten Kunststoffen und nachhaltigem Färbeverfahren macht das water-SAVE Bezugsmaterial aus, das sogar nach STANDARD 100 by OEKO-TEX® zertifiziert wurde. Kunden erkennen die Modelle an dem waterSAVE Webetikett und dem zusätzlichen Hangtag. Durch den besonderen Herstellungsprozess, Zertifizierungen und Nutzung von recycelten sowie nachwachsenden Materialien ist der Einkaufspreis der Schirme höher als gewöhnlich. Eine Ausgabe, die sich aber bezahlt macht, da die nachhaltige Fertigung den ökologischen Fußabdruck der Schirme erheblich reduziert, getreu dem Motto: „Mehr ausgeben, um zu sparen.“ <



FARE®-Schirme mit waterSAVE Bezugsmaterial:

- 5084 Taschenschirm FARE®-Mini Style
- 5484 Taschenschirm FARE®-AOC-Mini Style
- 5584 Taschenschirm FARE®-AC-Mini Style
- 1084 AC-Stockschirm Colorline
- 2384 AC-Gästeschirm FARE®-Style
- 4784 AC-Midsize-Stockschirm FARE®-Style
- 5659 AOC-Oversize-Taschenschirm FARE®-Steel
- 5644 Oversize-Taschenschirm FARE®-AOC Colorline

Der Oversize-Taschenschirm FARE®-AOC Colorline wurde im März 2020 mit dem Red Dot Award: Product Design 2020 ausgezeichnet. Besonders überzeugte bei diesem Modell die gelungene Verbindung von außergewöhnlichem Design und nachhaltigem Material bei einem Premium-Produkt.



Im Jahr 2020 begehen die Werbemittelspezialisten der 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.

25 Jahre Werbeartikel bei C4

Ein Vierteljahrhundert, das verbindet

Un dieser Frist entwickelte sich das heute mit Hauptsitz in Ismaning (bei München) beheimatete Unternehmen kontinuierlich zu einem leistungsfähigen Spezialisten für Werbemittel und Logistik und einem innovativen Vorreiter für eCommerce im Bereich Marketing-

logistik und IT-gestütztem Werbeartikel-Sourcing. Seit der Gründung war und ist C4 eine nachhaltige und auf gemeinsamen Nutzen ausgerichtete Beziehung zu Kunden, Dienstleistern und Partnern immer besonders wichtig: „Profit Through Partnership“ hieß es damals, heute nennen wir es: 1/4 Jahrhundert, das verbindet!“, so Firmengründer Dr. Dieter Trautmann, dessen Tochter Inga Trautmann seit 2015 alleinige Geschäftsführerin ist.



C4-Gründer Dr. Dieter Trautmann mit seiner Tochter Inga Trautmann, der jetzigen Geschäftsführerin.

Profit Through Partnership

Bereits ein Vierteljahrhundert ist es nun her: C4 wurde zum 1. Januar 1995 durch einen Management-Buy-Out des Marketing-Services-Departments eines internationalen Pharma-Konzerns in Unterschleißheim gegründet. Schon 1995 stellte Dr. Dieter Trautmann im Gründungs-Interview mit der Arzneimittelzeitung heraus, wie wichtig C4 eine gute Partnerschaft mit Kunden wie Lieferanten ist: „Wir arbeiten gemeinsam an einer für beide Seiten erfolgreichen Zukunft, angetrieben durch die Forderungen nach Innovation, Qualität und Kostenkontrolle.“ Das gilt

heute noch genau wie damals. So hat sich C4 nach 25 Jahren zur Feier ihres Jubiläums wieder für ein Motto entschieden, dass die Kundenbeziehung in den Mittelpunkt stellt: „25 Jahre C4 – 1/4 Jahrhundert, das verbindet!“

Langfristige Kunden-Partnerschaften

„Wir streben eine langfristige Partnerschaft mit unseren Kunden an. Dazu entwickelt jeder von uns kontinuierlich persönliche Arbeitsbeziehungen zum Kunden, die sich auf der Basis des gemeinsamen Erfolgs vertiefen. Durch unsere Beiträge zur Erreichung seiner Ziele wird für den Kunden die Zusammenarbeit mit uns zum Erfolgserlebnis. Unsere Dienstleistungen sind das Ergebnis der Erwartungen und Bedürfnisse unserer Kunden. Daran messen wir unsere Ressourcen und entwickeln sie weiter, ständig“, umreißt Inga Trautmann die Leitlinien der Firmenphilosophie. Mit vielen der Kunden arbeitet C4 bereits seit Jahrzehnten eng zusammen. Dabei geht das angebotene Dienstleistungsspektrum weit über den reinen Werbeartikeleinkauf und Standard-Logistikleistungen hinaus. Vernetzte Services für Werbung und Verkaufsförderung sind die Kernkompetenzen des Unternehmens, mit dem C4 schon zahlreichen Kunden zu erfolgreichen Marketingkampagnen verhelfen konnte.

Als PSI Besucher immer auf dem neusten Stand

Um immer auf dem neuesten Stand zu sein, ist das C4 Team auch ständiger Gast der PSI Messe. Auch im Januar dieses Jahres besuchte man Europas Branchenplattform Nummer Eins in Sachen Werbeartikel, um für seine Kunden neue Produkte, neue Trend und neue Lieferanten zu suchen und finden. Die Highlights dieser Recherche fasst das Unternehmen bündig wie übersichtlich in einer online verfügbaren Broschüre zusammen. <

**12-14 JANUAR 2021
MESSE DÜSSELDORF**

**SAVE
THE
DATE**

WWW.VISCOM-MESSE.COM

Adam und Eva

Adam und Eva heißen die bei Mister Bags erhältlichen, **wiederverwendbaren Food Bags** aus 84 Prozent Bio-Baumwolle und 16 Prozent recyceltem PET. Adam und Eva bieten das Rundum-Bio-Paket und sind sowohl Fairtrade als auch GOTS-zertifiziert. Sie unterscheiden sich ausschließlich in ihrer Größe. So hat Adam einen Umfang von 30 mal 40, Eva von 25 mal 30 Zentimetern. Sowohl Adam als auch Eva sind LFGB-getestet, was bedeutet, dass in ihnen jegliche Lebensmittel unbedenklich transportiert werden können. Die Bedruckung der beiden Taschen ist ausschließlich auf der Baumwollseite der Tasche möglich.

PSI 43410 • Mister Bags GmbH
Tel +49 201 8904140 • info@misterbags.de
www.misterbags.de



Happy Coin

Green Coin, der erste Einkaufswagenchip aus FSC®-zertifiziertem Holz und erhältlich bei e+m Holzprodukte, hat weitere Produktvarianten bekommen. Gute Laune beim Einkaufen sollen die Aussparungen in Herz- oder Baumform sowie in der Form eines Einkaufswagens verbreiten. Der **Einkaufswagenchip aus Holz** ist auf der Vorderseite mit einem Kundenlogo personalisierbar und erreicht als Werbeartikel eine hohe Aufmerksamkeit. Die Funktion des Chips ist TÜV-geprüft. Lieferbar in der bedruckbaren Einzel-Verpackung, über ein individuell gestaltbares Klappkärtchen bis hin zur losen Verschickung.

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



Kompostierbare Cool Card

Die neue kompostierbare Cool Card von Jung since 1828 bringt frischen Wind in die Kommunikation mit dem Medium Karte und setzt dabei auf Nachhaltigkeit. Aufgeladen mit erfrischenden, zuckerfreien Stevia Pfefferminzpastillen, besteht sie aus nachwachsenden, papierbasierten Rohstoffen und ist frei von Erdöl. Banken, Versicherungen und Handel sind Beispiele für Branchen, bei denen Kunden-, Kredit- oder Krankenversicherungskarten nicht mehr wegzudenken sind. Die **kompostierbare Cool Card** ist hierfür der perfekte, zielgruppengerechte Werbeträger. Als Mailingartikel, Paketbeilage oder Dankeschön: Die kompostierbare Cool Card lädt den Frischespeicher beim Empfänger wieder auf und sorgt für optimierte Responsequoten.

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



Nachhaltiger Evergreen

Was macht einen guten Streuartikel aus? Im optimalen Falle ist er nachhaltig, nützlich, wird täglich verwendet, lässt sich an das Corporate Design anpassen und ist individuell bedruckbar. Wie der bei Reidinger bestellbare Bleistift. Er passt zu einer großen Zielgruppe und hat ein **unschlagbares Preis-Leistungsverhältnis**. Je mehr dieser Anforderungen ein Artikel erfüllt, umso besser kommt die Werbebotschaft auch bei der Zielgruppe an und umso besser prägt sich die Werbebotschaft beim Kunden ein. Das nachhaltige Schreibgerät aus zertifizierten Hölzern ist zu 100 Prozent klimaneutral produziert und lässt sich im Handumdrehen in einen individuellen Werbebotschafter verwandeln. Bedruckt mit Firmenlogo oder Slogan und veredelt mit Radiergummi, Magnet, Tauchkappe oder einem Schmuckaufsatz, ist Aufmerksamkeit garantiert. Der individuelle Werbebleistift kann im Konfigurator gestaltet werden. Händler erhalten über den Anfrage-Button ihr ganz individuelles Angebot.

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



Effektive Krisenhelfer

Als kleines Dankeschön und Anerkennung für all die Menschen, die in Krisenzeiten Tag für Tag ihr Bestes geben, hat Jung since 1828 kleine Krisenhelfer, mit denen das Danke sagen leichter fällt und die Motivation geschmackvoll ankommt: Die ökologisch abbaubare Papierdose Eco, die als Motivator für Mitarbeiter täglich ein kleines Dankeschön von Herzen bereit hält mit leckeren Fruchtsaftbonbons aus eigener Herstellung. Oder der bei Groß und Klein beliebte Einser-Fruchtgummi der Marke Trolli in Form eines „Danke“ Schriftzuges, den der Kunde an der Kasse erhält, als Dankeschön für seine Unterstützung des regionalen Einzelhandels. Jung since 1828 hält eine abwechslungsreiche Auswahl an Gestaltungsideen **zum „Danke“ sagen** bereit, die Kunden und Interessenten für Aufträge gratis nutzen können.

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



Kids kontra Corona

Der Stempelautomat von Heri **motiviert Kinder zum Händewaschen**: Protect Kids Stamp ist eine spielerische Lösung fürs regelmäßige Händewaschen, ein kleines „Corona-Monster“ auf einem Stempel, der die Kinder zum Hände reinigen motivieren soll. Morgens, gleich nach dem Aufstehen, geht's zum Stempel abdrücken auf jeden Handrücken sowie auf die Innenhand, das Corona Monstermotiv zirka zehn Sekunden trocknen lassen und dann tagsüber mehrfach gut waschen. Abends, vor dem Schlafengehen, ist das Virusmonster verschwunden, sofern die Hände ausreichend oft gewaschen worden sind und das Kind so dabei geholfen hat, das Virus zu „besiegen“. Dieser in Österreich produzierte Stempel enthält zertifizierte Stempelfarbe, die dermatologisch unbedenklich ist. Jeder Stempel hält etwa 3.000 Abdrucke.

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

Werkzeuge für Profis

Das **praktische Profi-Set** VDE 162i PH Tool-Finder Incentive von Wera Werkzeuge besteht aus zwei der gängigsten VDE Kreuzschlitz Schraubendreher-Abmessungen. Die Werkzeuge besitzen den bewährten Kraftform-Griff, dessen Form sich der menschlichen Hand optimal anschmiegt. Durch die Fertigung aus mehreren Komponenten wird für ein Optimum an Arbeitsgeschwindigkeit und Kraftübertragung gesorgt: Die Weichzonen bewirken eine hohe Griffigkeit, wodurch Handverletzungen wie Schwielen oder Blasen vermieden werden. Durch die Hartzonen wird ein sehr schnelles Umgreifen und Weiterdrehen des Griffs erreicht. Mit Werkzeugfinder Take it easy für ein schnelles Auffinden des richtigen Werkzeugs im Werkzeugkoffer. Besonders wichtig: Die Werkzeuge sind bei 10.000 Volt stückgeprüft und garantieren somit sicheres Arbeiten bis 1.000 Volt. Ab 250 Stück sind sie mit einem Kundenlogo individualisierbar.

PSI 48078 • Wera Werkzeuge GmbH
 Tel +49 202 4045194 • info@wera.de
www.wera.de



Individualisierbarer Mundschutz

Wiederverwendbare, doppelt genähte Gesichtsmasken für den Nasen-Mund-Schutz bietet der Textilspezialist Filanti. Zusätzlich sind die nicht als Medizinprodukte einzustufenden Schutzartikel zur Verhinderung der Verbreitung der Tröpfchen beim Sprechen, Niesen oder Husten auch mit Öffnung zur Einführung eines Filters erhältlich. Hergestellt zu 100 Prozent aus Bio-Baumwolle und GOTS zertifiziert, können die **Gesichtsmasken allover per Digitaldruck** nach Kundenlayout mit reaktiven Druckfarben mit Oekotex Pass Epson individualisiert werden. Die Mindestbestellmenge der bei 60° Grad Celsius waschbaren Produkte, die nach einer Lieferzeit von rund vier Wochen aus Italien kommen, beträgt 100 Stück.

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



Deutlich weniger Kunststoff

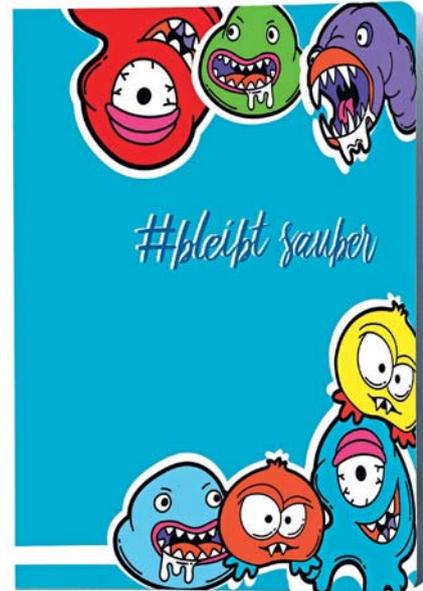
Der neue QS40 Air des Schweizer Schreibgeräteherstellers Prodir bietet ein ebenso sichtbares und wie fühlbares Mehr an Nachhaltigkeit: seine Form schwebt, sie ist federleicht und atmet. Einen Teil der Gehäuseoberfläche des neuen QS40 hat sein Designer, Christoph Schnug vom Studio C Milano, durch seine 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

Soft und antimikrobiell

Myrix als Spezialist für innovative Notizbücher und Papierprodukte bietet ab sofort ein **antimikrobielles Notizbuch-Konzept**. Mit einer speziellen antimikrobiellen Beschichtung der Myrix Notizbücher kann eine effiziente Keimreduzierung von bis zu 99,5 Prozent erreicht werden. Die Wirkung der Beschichtung gegen Bakterien, Viren, Pilze und Sporen ist langfristig und wurde durch das Fraunhofer Institut klinisch getestet und bestätigt. Die Gestaltung der Softcover-Bücher erfolgt sowohl außen wie auch auf den Notizseiten zu 100 Prozent im Kundendesign. Die Bücher können in allen gängigen Produktgrößen angeboten werden.

PSI 49948 • Myrix GmbH
Tel +49 7240 6163200 • info@myrix.de
www.myrix.de



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 eine Anstoßkappe** nach EN 812 vom Unternehmen 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 vor Augen führt. Sicherheit in 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 • Voss-Helme GmbH & Co. KG
Tel +49 5139 959530 • info@voss-helme.de
www.voss-helme.de

Wandelbares Schreibgerät

Der Kugelschreiber Stabilo style fabric beeindruckt durch eine neue **Oberfläche im „industry style“** mit überraschender Haptik. Der moderne Look überzeugt alle, die mit ihren Werbeaktionen trendbewusste Zielgruppen mit Design-Anspruch erreichen wollen. Der Druckkugelschreiber fühlt sich überraschend anders an. Die griffige Oberfläche im urbanen Look verleiht dem stylischen Kuli eine coole Beton-Optik. Der extrabreite Drücker und die bewährte Jumbomine sorgen für hohen Schreibkomfort. Der Stabilo style fabric in Stabilo-Markenqualität bietet viel Platz für individuelle Werbung auf Schaft und Clip. Der Kugelschreiber-Schaft in Grau ist kombinierbar mit einem transparenten Oberteil in den vier Trendfarben Blau, Grün, Lila und Schwarz. Ab 5.000 Stück gibt es das Oberteil des Schreibers auch in der Wunschfarbe.

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



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

KURZE BOTSCHAFT, KLEINE PREISE, GROSSE WIRKUNG +++ DER PSI-KLEINANZEIGEN-MARKT +++ JETZT JEDEN MONAT NEU +++ EXKLUSIV IM PSI-JOURNAL +++ JETZT SCHON BUCHEN FÜR DIE NÄCHSTE AUSGABE +++ TEL.: +49 211-90191-114/-321/-315+++ FAX: +49 211-90191-180 +++ MAIL: VERLAG@PSI-NETWORK.DE

FROTTIERWARE / TERRY CLOTH

HERKA frottier
Wir weben Vielfalt

Stick ab 1 Stück

Jacquard-einwebung ab 100 Stück

100% made in Austria

Bordüre-einwebung ab 40 Stück

herka-frottier.at

www.herkat-frottier.at

PSI No. 46235

www.herkat-frottier.at

EINKAUFWAGENAUSLÖSER / KEY CHAIN

TRIGGI
Der Einkaufswagenauslöser

TRIGGI[®] Original
Die Alternative zum Einkaufswagenchip

- angenehme Haptik
- über 100 designgeschützte Formen
- brilliante Farben

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

TRIGGI.de

ab 300 Stück

www.pinsundmehr.de

PSI No. 46925

www.pinsundmehr.de

MADE IN GERMANY

frank

Brushes made in Germany

www.frank-brushes.de

PSI No. 41853

www.frank-brushes.de

MOSKITOSTICH SCHMERZSTILLER / MOSQUITO BITE PAINKILLER

Mücken- und Moskitostich Schmerzstiller

Der Mückenstich Schmerzstiller stoppt das Jucken nach einem Mückenstich, vermindert das Bedürfnis zu kratzen und reduziert die Schwellung. Durch leichte elektrische Impulse auf der Haut wird die Histamin-Ausschüttung und somit die unangenehme Wirkung des Insektengiftes gestoppt.

Keine Batterie - Keine Giftige Chemie - Klinisch getestet
Hält 1.000 Anwendungen / ca. 5.000 Clicks.

In 6 Farben erhältlich mit Stoffband

Auch in ansprechender Blisterverpackung erhältlich bei

lupenmaxx
...wir machen's größer!

info@lupenmaxx.de - ☎ 0 76 61 / 9 09 98 80
www.lupenmaxx.de - www.mikrofasertuch.de

PSI No. 47814

www.lupenmaxx.de

PSI LOGISTIKPARTNER / PSI LOGISTICS PARTNER

MAKE IT SMART
QTRADO LOGISTICS FOR ADVERTISING MATERIAL

QTRADO LOGISTICS

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

PSI No. 80068

www.qtrado-logistics.de

SPIELWAREN / TOYS

SEMO Newbies

Großes Standardsortiment mit mehr als 500 SEMO Plüschtieren!

SEMO Plüschtierwelt

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

8 verschiedene Tiere im Sortiment. Größe: 13 cm.

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

PSI No. 44970

www.semo.de

STELLENANGEBOTE / JOB OFFER



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

INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
45428	Asia Pins Direct GmbH Auma e.V.	019 069
47411	badge4u Wojciech Pawlowski	U4/OBC
45767	Bottle Promotions a Tax International Company	041
42819	Gustav Daiber GmbH	005
43144	FARE - Guenther Fassbender GmbH FKM e.V.	023 071
41016	Heri-Rigoni GmbH emotion factory	035
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	U2/IFC
47814	Lupenmaxx GmbH	062
43927	memo AG	007
43410	Mister Bags GmbH	002+003
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	062
43417	Prodir GmbH PromoTex Expo - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	001 061
	PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	009
	PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	U3/IBC
42938	REIDINGER GmbH	015
44970	TRIGON Deutschland GmbH (ehemals SEMO Deutschland GmbH)	045
	viscom - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	053

Beilage / Insert (*Teilaufgabe / part circulation)
49467 Einkaufswagenlöser.de PINkey AG*

TOP-PRODUKTTHEMEN IM PSI JOURNAL

Die Hälfte des Jahres ist geschafft! Doch wer denkt jetzt schon an Weihnachten... – richtig Sie! Bewerben Sie Ihre Weihnachtsartikel und Präsentsets sowie Spielzeug und Plüschprodukte pünktlich zum Anbruch der zweiten Jahreshälfte in der Juli-Ausgabe des PSI Journals.

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

Ausgabe
10
2020

ALLES FÜR HERBST & WINTER, SCHIRME, OUTDOORKLEIDUNG und MESSER UND WERKZEUG

Redaktionsschluss: 14.08.2020
Anzeigenschluss: 07.09.2020

Ausgabe
11
2020

ELEKTRONIK, DIGITALES UND ACCESSORIES und AUTO, FAHRRAD, VERKEHR UND SICHERHEIT

Redaktionsschluss: 17.09.2020
Anzeigenschluss: 05.10.2020



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

New and
sustainable
Business



novelty**BOX**

Folgende Produkte waren in
der März Ausgabe der
PSI Novelty Box.

Haben Sie diese verpasst?

**Dann schauen Sie
doch online vorbei:
www.psinoveltybox.de**

The following products
were already in the
PSI Novelty Box March.
Did you miss this?

**Then have a look online:
www.psinoveltybox.de**



Brozeit- und Foodbox
Original Buchsteiner
Klickbox – midi –
Artikel-Nr.: 7742
<https://bit.ly/2wsUdNb>
PSI Nr. 60126
Johannes Buchsteiner
GmbH & Co. KG



Creano Teeflasche
„Teamaker schwarz“
400ml
Artikel-Nr.: 302
<https://bit.ly/39g3hDM>
PSI Nr. 48136
Creano GmbH



**Natürliches dänisches
Trinkwasser 0,50 l**
Artikel-Nr.: Penta-
0.5l-still-d'lux
<https://bit.ly/2vqysxJ>
PSI Nr. 43865
MultiMarketing – Aquadana

Popsockets / PopGrip
Artikel-Nr.: 707605,
707604, 700011
<https://bit.ly/3aBdYBa>
PSI Nr. 43755
POPSOCKETS EMEA Oy



**PROMOKARTE –
ALC/CONTROL**
Artikel-Nr.: CC_001
<https://bit.ly/2Th1aKl>
PSI Nr. 43407
testme GmbH



**Personalisierte
Papierstrohalme**
Artikel-Nr.: 1 TBC754
<https://bit.ly/3cGs6Lj>
PSI Nr. 46304
The Brand Company



**WASSERFLASCHE
COLORISSIMO , 700 ml**
mit kostenloser
Bedruckung
Artikel-Nr.: HB02
<https://bit.ly/3ax0A00>
PSI Nr. 48510
Reiter Polska Sp. z. o.o

**Magnet-Bleistift,
„3-in-1 Verpackung“
separat erhältlich**
Artikel-Nr.: 7090
<https://bit.ly/38fTb4F>
PSI Nr. 42938
REIDINGER GmbH



**Promospecs
Kustom Koloro
Sunglasses**
Artikel-Nr.: PS801
<https://bit.ly/32JjpvD>
PSI Nr. 49109
Promopremiums BV.



**Individuelle Druckartikel
Becher, Deckel, Servietten,
Zuckerbeutel & Sticks**
<https://bit.ly/2wCoBVC>
PSI Nr. 43860
GEBAS GmbH



PSI | Mehr Tempo bei Covid-Soforthilfen

Als Reaktion auf die Klagen von PSI Mitgliedern hat das PSI in einem Schreiben an alle Wirtschaftsministerien der Länder darauf hingewiesen, dass Soforthilfen zu langsam ausgezahlt würden und die Anträge oft nicht einmal bestätigt worden seien. Mit kritischen Fragen soll Druck aufgebaut werden. Eine erste Antwort kam aus Baden-Württemberg.

Mitglieder des PSI wandten sich Mitte April an die Geschäftsführung des Netzwerks und berichteten von ihrem Unmut über die teils schleppende Bearbeitung der Corona-Soforthilfen durch verschiedene Landesregierungen. Die Soforthilfen für Selbstständige und kleinere Unternehmen seien zwar groß angekündigt, aber nur zögerlich bearbeitet und ausgezahlt worden, so der Tenor. Rheinland-Pfalz scheint hier besonders aufzufallen. Bestätigt wird dies vom rheinland-pfälzischen stellvertretenden CDU-Fraktionsvorsitzenden Alexander Licht. Mehrfach hat er in den sozialen Medien den Vorwurf erhoben, dass die Landesregierung aus SPD, Grünen und FDP den Mittelstand im Regen stehen lasse, schleppend auszahle und anderen Ländern weit hinterherhinke. Das PSI hat daraufhin an alle 16 Wirtschaftsministerien ein Schreiben gerichtet und auf die schwierige wirtschaftliche Situation einer großen Zahl von Mitgliedern hingewiesen. Viele behördliche Anordnungen hätten, so das PSI, weite Teile der Wirtschaft zum Erliegen gebracht und damit auch jede Marketingmaßnahme, die die Werbeartikelwirtschaft zu

bieten habe. Konkret fragte das PSI nach, wie viele Anträge auf Soforthilfe bisher eingegangen, wie viele Anträge bearbeitet worden seien und ob es Schwierigkeiten durch Serverausfälle bei der Bearbeitung von Empfangsbestätigungen gegeben habe. Dass es hierzu nicht von jedem Ministerium konkrete Angaben erhalten würde, davon ging man in Düsseldorf aus. Wichtig sei, so Michael Freter, Geschäftsführer des Unternehmensnetzwerks, dass man Druck ausübe und klarmache: „Wir haben im Blick, was da passiert und wir legen den Finger in die Wunde“.

Als erstes Wirtschaftsministerium hat sich das aus Baden-Württemberg gemeldet, eines der Länder, die auch als erste mit einem eigenen Soforthilfe-Programm an den Start gingen. In seiner Stellungnahme bittet das Ministerium um Verständnis, dass es in der ersten Phase eine große Flut von Anträgen gegeben habe. Leider sei es auch zu Verzögerungen durch die nötigen Abstimmungen mit dem Bundesprogramm gekommen. Es wird erklärt, dass die Bearbeitung nun zügig vorangehe. Gleichzeitig weist das Ministerium darauf hin, dass es auf seiner Homepage eine umfassende Darstellung mit FAQs zur Corona-Soforthilfe gebe. Wenn der PSI-Hinweis in einem so großen Bundesland wie Baden-Württemberg aufgefallen und beantwortet worden ist, so darf man davon ausgehen, dass er zumindest überall zur Kenntnis genommen wurde und die Bearbeitung von Anträgen mit beflügelt hat.

Virtuelles Datencafé | Auftakt nach Maß

Am 7. Mai feierte das virtuelle Datencafé des PSI eine gelungene Premiere. Zehn Teilnehmer aus den Reihen der PSI Lieferanten- und Händlermitglieder hatten sich eingewählt, um sich rund um den PSI Product Finder vom PSI Product Finder Team qualifiziert beraten zu lassen und sich auszutauschen. Die Inhalte waren auf die jeweiligen Bedarfe der Zielgruppen abgestimmt. Da die teilnehmenden Lieferanten bereits Produkte im Product Fin-



der gelistet haben, galt das Hauptaugenmerk dem Thema Datenimport mit Schwerpunkt auf Datenaktualisierung. Darüber hinaus erhielten sie nichtsdestotrotz wertvolle Hinweise, wie ein guter Produkteintrag aufgebaut sein und was er enthalten sollte. Die Händlermitglieder lernten die Funktionen des PSI Product Finders kennen – insbesondere die neuen Produktlisten. Beiden Zielgruppen gemeinsam wurde die ebenfalls neue Chat-Funktion im Product Finder und FAQ-Bereich vorgestellt.

Zusätzlich erfolgte eine Vorschau auf die neue Nachrichtenfunktion. Das Resümee der Premierveranstaltung fiel sehr gut aus. Eine angenehme Atmosphäre und prima Stimmung bestätigten die Teilnehmer im Anschluss unisono. Dass das virtuelle Datencafé keineswegs ein einseitiges Webinar war, sondern von gegenseitigem Austausch und einer angeregten Unterhaltung lebte, kam gut an und gab den Organisatoren recht.

my > PSI

PSI Sourcing | Verfügbarkeiten bei Schutzprodukten

Schutzmasken, medizinische Seife und antibakterielle Kugelschreiber: Normalerweise sind dies nicht die klassischen Topseller unter den Werbeartikeln. Seit einigen Wochen stehen Produkte, die in der Corona-Krise helfen, allerdings ganz weit oben in der Kundengunst.

Beim PSI Sourcing Team gehen täglich Anfragen von Händlern ein, die nach dem passenden Werbeartikel für ihre Kunden suchen. Kaum jemand kennt die Verfügbarkeit und den Bedarf daher so gut wie Astrid Langenstein, Junior Projekt Manager beim PSI Sourcing. Im Interview erläutert sie, wonach die Kunden aktuell suchen und wer zuverlässig liefern kann.



Die Corona-Krise hat den Werbeartikelmarkt erheblich verändert. Welche Auswirkungen hat das auf Ihren Arbeitsalltag im PSI Sourcing Team?

Die aktuelle Situation bedeutet für viele eine absolute Ausnahme-situation und viel Unsicherheit: neue Lebens- und Arbeitsumstände, Existenzängste, eine Doppelbelastung durch Arbeit und Kinderbetreuung. Trotzdem können wir, dank moderner Technik, die Anfragen unserer Mitglieder aus dem Homeoffice genauso organisiert und strukturiert beantworten wie im Büro. Besonders wichtig ist uns, jeden Einzelnen in dieser schwierigen Zeit so gut wie möglich zu unterstützen. Dabei unterscheiden wir nicht nach Mitgliedschaftsmodellen, die Hilfe aller steht für uns an erster Stelle.

Wie haben sich die täglichen Anfragen verändert?

Die bunte Welt der Werbeartikel hat sich der Situation deutlich angepasst. Waren es vor wenigen Wochen noch Schreibgeräte, Süßwaren und Becher, die unsere Suche bestimmten, werden jetzt Produkte angefragt, die zum Schutz gegen das Corona-Virus dienen.

Welche Produkte sind das konkret?

Zu den meistgesuchten Produkten im Product Finder gehören momentan Atemschutzmasken, Mundschutze und medizinische Seife. Aber auch antibakterielle Kugelschreiber, mechanische Augenschutz-Produkte, Gesichtsschilde und Einweghandschuhe sind sehr gefragt.

Wie geben Sie Händlern einen zuverlässigen Überblick über die Warenverfügbarkeit der Lieferanten und das spezielle Sortiment der Schutzprodukte?

Wir haben inzwischen eine allgemeine Verfügbarkeitsliste im Product Finder erstellt, der die Händler aktuelle Informationen zur Lieferfähigkeit der Lieferanten unseres Netzwerks entnehmen können. Darüber hinaus haben wir eigens eine Liste erstellt, welche Lieferanten Produkte führen, die in der aktuellen Situation besonders gefragt sind. Da sich diese Liste täglich erweitert, können uns unsere Mitglieder natürlich wie gewohnt telefonisch und schriftlich über E-Mail an productsourcing@psionline.de erreichen, um einen aktuellen Stand zu erfragen und die Liste zu bekommen. Ab sofort sind wir übrigens auch über WhatsApp zu erreichen. Wer per App mit uns Kontakt aufnehmen möchte, schickt uns zunächst einfach eine E-Mail an astrid.langenstein@reedexpo.de. Im Anschluss können die Mitglieder mit uns genauso einfach kommunizieren wie mit Familie und Freunden.

Was möchten Sie Ihren Mitgliedern gerne mit auf den Weg geben?

Das PSI ist für Sie da. Gemeinsam schaffen wir das. Bleiben Sie und Ihre Familien gesund.

PSI Distributor Finder | Aufmerksamkeit sichern

Der PSI Distributor Finder listet alle aktuellen Kontaktdaten der PSI Distributoren. Wer im Distributor Finder steht, wird gefunden. Er bietet echte Gewinn-Möglichkeiten: PSI Lieferanten können einfacher und schneller suchen. Denn der Distributor Finder ist das Nachschlagewerk für Außendienstmitarbeiter des Lieferanten. Werbemittelhändler und -berater, die als qualifizierte PSI Mitglieder ausgewiesen werden, haben die Chance, neue Geschäftskontakte zu generieren. Noch **bis 10. Juli** haben Händler Gelegenheit, ihren Eintrag online und kostenlos zu aktualisieren unter: <http://connect.psi-network.de/datenaktualisierung>



Intertek | Exklusiv für PSI Mitglieder

In diesen Tagen gehören Mund-Nasen-Masken zweifelsohne zu den am stärksten nachgefragten Produkten. Immer häufiger fällt dabei auch der Begriff der sogenannten „Community Masks“, also Behelfs-Mund-Nasen-Masken aus handelsüblichen Stoffen. Das Inspektions-, Prüfungs- und Zertifizierungsunternehmen Intertek unterbreitet PSI Mitgliedern nun ab sofort ein exklusives Preis-Angebot zur Prüfung von Community Masks aus 100 Prozent Baumwolle. Getestet werden Masken mit Gummiband/elastischem Band zur Befestigung (Variante A) und Masken ohne elastische Befestigung (also normale Stoffbänder) (Variante B).

my PSI

Bei Variante A werden folgende Parameter auf den Prüfstand gestellt:

- > Blei und Cadmium total Gehalt
- > PAK
- > zinnorganische Verbindungen
- > SVHC Paket Kunststoff
- > PCP
- > DMFu (nur Einzelanalysen möglich)
- > Azofarbstoffe (bei farbigem Textil)
- > SVHC Paket Textil.

Bei Variante B werden geprüft:

- > PCP
- > DMFu (nur Einzelanalysen möglich)
- > Azofarbstoffe (bei farbigem Textil)
- > SVHC Paket Textil.

Hier können Prüfungen auf zinnorganische Verbindungen, Blei und Cadmium total Gehalt, SVHC Paket Kunststoff sowie PAK weggelassen werden.

Der Sonderpreis für PSI Mitglieder beträgt für **Variante A: 760, 00 Euro und Variante B: 344,00 Euro.**

Beide Angebote gelten ausschließlich für den Intertek-Standort Fürth. Dort werden im Übrigen auch noch weitere Beratungen, Prüfungen und Analysen angeboten, etwa von Werbemitteln gemäß den wesentlichen nationalen und internationalen Sicherheitsanforderungen und -normen wie ASTM, BS, DIN, EN, FDA, ISO, NF und anderen: www.intertek.de/werbeartikel/. Auch hier profitieren PSI Mitglieder von einer exklusiven Offerte: 10 Prozent auf die Prüfung, Analyse und Beratung am Standort Fürth. Das Angebot gilt nicht für andere Intertek-Standorte. Darüber hinaus ist der Rabatt nicht mit eventuell schon bestehenden Kundenrabatten kumulierbar. Er besitzt ab sofort bis 31. Dezember 2020 Gültigkeit.

Interessierte PSI Mitglieder richten ihre Anfrage bitte an Ralf Uwe Schneider, Head of Distributor Sales PSI, E-Mail: uwe.schneider@reedexpo.de, Telefon +49 211 90191-297.



8

0

Orders

49

In

Internationality

ACQUISITION FACTOR

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

ERFOLG
DURCH
MESSEN
.DE



AUMA

Die deutsche
Messewirtschaft

Die Branche hält zusammen

Keiner kann es mehr hören, aber es verfolgt uns und wird uns auch weiterhin begleiten: Covid19 ist und bleibt das dominierende Thema. Ein Thema, das aber auch Positives hervorbringt. Wir müssen zwar Abstand halten, rücken aber dennoch zusammen.

Wenn Verträge unterschrieben sind, werden sie von den Vertragsparteien auch eingehalten. In der jetzigen Zeit, in der unsere Branche schwer durchgerüttelt wird, weicht die Linie zwischen den Parteien auch mal auf. Wo vertraglich Zugesichertes nicht geleistet werden kann, wird viel miteinander gesprochen: Händler mit Lieferanten, Kunde mit Händler, Agenturen mit Dienstleistern. Viel Einvernehmliches kommt da heraus, hört man. Keine Streitereien, keine Anwälte, sondern man sucht nach Lösungen.

Das ist in dieser unsicheren Zeit doch eine gute Nachricht: Das Besinnen auf Gemeinsames, der Zusammenhalt.

Es grüßt Sie



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



Weiß auf Blau ist das neue Schwarz auf Weiß.

Verlässliche Messedaten 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.



Festlich und werbestark

Mitten im Sommer bricht auch für die Werbearbeitelbranche die für das Geschäftsjahr immer noch wichtigste Zeit an: das Jahresendgeschäft, geprägt von der Adventszeit und den Weihnachtstagen. Auch wenn sich in derlei wirtschaftlich uneteten Phasen noch nicht genau taxieren lässt, in welchem Umfang die Unternehmen ihre traditionellen Gaben verteilen werden – der kluge Werbearbeitler baut vor und bietet der werbenden Wirtschaft auch diesmal zahllose Anreize, das Jahr erfreulich ausklingen zu lassen. Im Mittelpunkt stehen die der Weihnachtszeit angemessenen sympathischen, unaufdringlichen, indes umso wirksameren Momente der Kundenbindung. Kreatives wie Einfallsreiches, Präsentsets, Spielzeug und Plüschprodukte. Die entsprechenden Seiten laden Sie ein auf eine kleine Entdeckungstour durch die wunderbare Weihnachtswelt der Werbearbeitel.

**Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Doppel-Ausgabe August / September 2020 mit den Themen-
gruppen „Ökologische und nachhaltige Produkte, Veganes“
sowie „Schokolade und Süßes“ und senden Sie Ihre Produkt-
vorschläge (Bild und Text) bis spätestens 22. Juni 2020 an:
Edit Line GmbH – Redaktion PSI Journal
E-Mail: hoechemer@edit-line.de**

Individuelle, kreative Drehscheiben-Lösungen

Die fides Druck und Medien GmbH beliefert seit über 20 Jahren den Werbearbeitelhandel und Agenturen mit kreativen, wirkungsstarken Park- und Drehscheiben Made in Germany. Neben Klassikern und Sonderformaten entwickelt das Unternehmen immer wieder neue Produkte zu aktuellen Themen. Jüngstes Beispiel: Die Corona-Parkscheibe mit sinnvollem Zusatznutzen.



Lasst Schuhe sprechen



IDSnakers ist der Hersteller von personalisier- ten, modischen Sneakers, die garantiert die Blicke auf sich ziehen. Das in Katalonien beheimatete Unternehmen wurde gegründet mit dem Ziel, durch trendige Freizeitschuhe ein neues Modekonzept in der Werbearbeitelbranche zu etablieren. Und dies scheint auch gelungen.

Impressum

Verlegt exklusiv für die Werbearbeitel-Wirtschaft von

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

Herausgeber: Michael Freter

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, André Weijde

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

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

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

Chef vom Dienst: Martin Höchemer

Head of Publishing: Anja Heidbüchel

Anzeigenverkaufsleitung: Lars Kessler

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

Cross Media Sales

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

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

Regionale Kontakte

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

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

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

Türkei: Istexpo
Ismail Sezen,
ismail@istexpo.com

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

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

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

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

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

Druck: Kössinger AG
D-84069 Schierling

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 52 vom 1. September 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.

PRODUCT FINDER

NEU!

TEILEN SIE
INDIVIDUALISIERTE
PRODUKTLISTEN
MIT IHREN KUNDEN!



**ICH SEH´ SCHWARZ...
ROT, GOLD!**

**QUALITÄT SWERBEMITTEL
AUS DEUTSCHLAND!**

WWW.PSIPRODUCTFINDER.DE/DEUTSCH



helping you succeed

Personal Protective Equipment



Face mask

175x170mm, 100% polyester, OEKO-TEX Standard 100 certificate-compliant and washable face mask with two layers. All of the surface can be customized. Optionally, masks are also available with KN95 filter.



Face mask strap

Put an end to the pain and irritation caused by wearing face mask with our face mask strap. Fully customizable space of the strap (175x30mm) is a great place for your logo.



Face mask box

Forget about your face masks being scattered all over the place! Use our face mask box to always keep your masks ready at hand, well-organized and clean. Full surface can be customized.



Face shield

Our face shield covers the whole face and provides its users with protection against spray, splatter, droplets, dust, oil, smoke and so on. The forehead element made of soft and breathable foam is the guarantee of comfortable wearing. Adjustable head strap helps you to find the perfect fit.



Multifunctional bandana

Our multifunctional bandana comes in handy in all situation which you may meet during your everyday outdoor activities. During bike trips, it can serve as a mask protecting you from the sweat dripping down your face or dust on the uncharted roads which just to be discovered.



more products
www.badge4u.eu



info@badge4u.eu



+48 32 616 55 72



[badge4u.eu](https://www.facebook.com/badge4u)



[badge4u](https://www.youtube.com/badge4u)



[badge4u](https://vimeo.com/badge4u)