

PS1 JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Dezember 2018

57. Jahrgang



Volker Riedle

Riedle
Papiertaschenmacher
in neuem Format

Product Guide

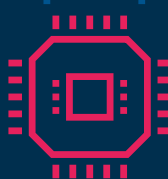
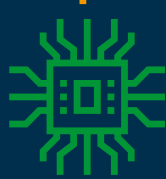
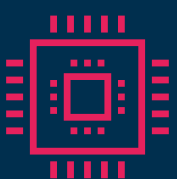
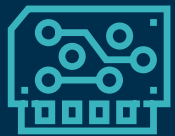
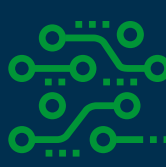
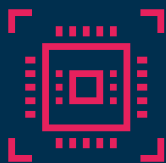
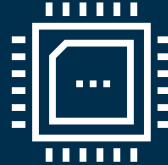
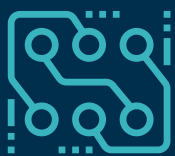
Elektronik, Speichermedien
und Digitales
Spielwaren und Plüschartikel

PSI 2019 PromoTex Expo viscom

Cross-mediales
Messeerlebnis

Vonmählen

Passgenaue Lifestyle
Tech-Accessoires



Zeitgemäß, trendy, vielseitig

Elektronisch Werben – ganz analog





Products comply with international
quality standard ISO 9001

Eco-compostable, sustainable and
recyclable products lines

Manufactured with low emissions using
renewable energy (ISO 14001)

CTCO
05/07 Feb 2019
Lyon
HALL 3
STAND 3R31

PTE
23/25 Jan 2019
Milan
PAD 3
STAND C36

PSI
08/10 Jan 2019
Duesseldorf
HALLE 10
STAND F20



STILOLINEA - Via Toscana, 26 - San Mauro T.se (TO) ITALIA

Ph +39 011 2236350 - Fax +39 011 2236337

info@stilolinea.it - www.stilolinea.it

MADE IN ITALY





Editorial

Bewegte Zeiten

Das scheidende Jahr war für die Werbeartikelwirtschaft offenbar ein gutes Jahr. Aus noch nicht veröffentlichten Studien erfährt man, dass das Wachstum der Branche für das Jahr 2018 bei nahezu 6 Prozent liegen soll. „Chapeau“ kann man da nur sagen, denn dieses Ergebnis liegt weit über dem Wachstum anderer Wirtschaftszweige in Europa. Aber wo hat sich das Wachstum innerhalb der Branche am stärksten konzentriert? Gab es große Verschiebungen oder bleibt es, wie es lange Zeit war? Bald werden wir mehr wissen.

Tatsache ist, dass auch die Werbeartikelbranche im Umbruch ist – wie so viele Branchen. Die Digitalisierung stellt die Welt auf den Kopf. Wo der Zug hinfährt, weiß niemand wirklich. Veränderung ist angesagt und nur wer bereit ist, diese mitzugestalten, der wird auf der Seite der Gewinner sein. Ja, es ist ein abenteuerlicher Weg und es wird Mut brauchen, ihn zu beschreiten.

Nein, das ist kein Abgesang auf traditionelle Werte. Kein Abgesang auf die Pflege guter Kundenbeziehungen. Kein Abgesang auf Beratung und guten Service. Auch kein Abgesang auf erfolgreiche Face-to-Face-Kommunikation. Es ist vielmehr ein Abgesang auf „Das war schon immer so und das wird auch so bleiben“. Alt und Neu werden sich vermischen und bereichern müssen. Das Neue erfordert viel Mut, Aufwand, Wissen und ja, auch Investitionen. Bleibt zu hoffen, dass möglichst viele Unternehmen der Branche diesen Weg in die Zukunft mit uns gehen – in allen Branchenstufen.

Die Angst vor den Großen, den Seiteneinsteigern, den Amazons, ebays und Alibabas dieser Welt macht sich immer mehr in den Diskussionsrunden der Branche breit. Ebenso die Angst vor Konzentration und dem Wettbewerb mit Online-Druckern und Veredlern. Dabei hat der deutsche Regisseur, Schauspieler und Autor Rainer Werner Fassbinder schon gewusst: „Angst essen Seele auf“. Lassen wir uns diese Seele nicht nehmen. Machen wir die Risiken zu Chancen, die Zukunft zu unserer Zukunft. Die „neue Welt des Werbens und Verkaufens“ – die drei zeitgleichen Messen PSI, PromoTexExpo und viscom – sind ein wichtiger Schritt in diese Zukunft. Kommen Sie im Januar nach Düsseldorf und Sie werden als neuer Mensch nach Hause fahren – als Mensch voller neuer Ideen, neuer Erkenntnisse und neuen Mutes.

Vielen Dank für ein gutes und vertrauensvolles Jahr der Zusammenarbeit – ja, es ist schon wieder rum. Schöne und geruhsame Weihnachten und einen fröhlichen Aufbruch in ein erfolgreiches Jahr 2019 wünscht Ihnen das Redaktionsteam des PSI Journals.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

New QS30. The working tool.



Prodir is a brand of Pagani Pens SA.

prodir®

PSI 2019
January 8–10
Düsseldorf
Hall 10, Stand F42

Personality pens.
Swiss made.

www.prodir.com
open.prodir.com

TRENDS & BRANDS	
	4
MARKTFORSCHUNG	
	8
DIE NEUE WELT DES WERBENS UND VERKAUFENS 2019	
	10
FOKUS	
Elektronisch werben – ganz analog	14
PRODUCT GUIDE	
Elektronik, Speichermedien und Digitales	22
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	36
Giving Europe Partnerevent in Barcelona	40
CHOICE:	
Connecting Passion – the sky is no limit!	44
PRODUCT GUIDE	
Spielwaren und Plüschartikel	44
UNTERNEHMEN	
RIEDLE:	
Papiertaschenmacher in neuem Format	64
Vonmählen:	
Passgenaue Lifestyle Tech-Accessoires	68
BUSINESS	
Verbotene Weichmacher in Kunststoffen	72
Deutscher Marketing Tag 2018	74
Jahresabschluss: Fristen unbedingt einhalten	76
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	78
MYPSI	
	86
MEINUNG	
	118
VORSCHAU – IMPRESSUM	
	120



Die Handschrift der Werbung



Erhältlich in den Farben:



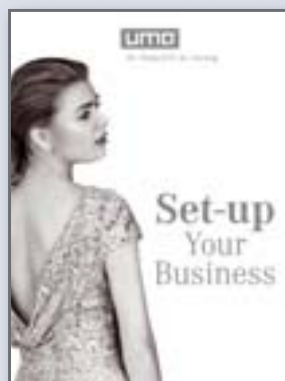
matt lackiert

Fordern Sie noch heute Ihr kostenloses Muster an.
Code PSI/ET – s.bachlmayr@uma-pen.com

ETERNITY

Immer und ewig schön schreiben.

Weitere Informationen
zu ETERNITY finden Sie
in unserer neuen
Set-up Your Business-
Broschüre unter
[www.uma-pen.com/
Downloads](http://www.uma-pen.com/Downloads).



www.uma-pen.com



Drei Messewelten: Cross-mediales Messeerlebnis 10

Dabei sein und aktiv werden. Unter diesem Motto stehen im Januar gleich drei Messen: PSI, PromoTex Expo und viscom. Auf die Besucher aller Messen warten Mitmach-Aktionen und Themen-Routen der besonderen Art. Und nicht nur das. Mit der neuen Konstellation von drei Parallelmessen verbindet sich auch ein neues Konzept. Das rückt den Aspekt des Mitmachens messeübergreifend in den Mittelpunkt.

Elektronisch werben – ganz analog 14

Elektronikprodukte sind der sichtbare Ausdruck einer Zeit, die immer digitaler und vernetzter wird. Hohe Verbreitung und großer Nutzen macht sie auch zum idealen Werbeträger – nicht nur für die Generation der Digital Natives. Eine kurze Einführung in die Welt der elektronischen Möglichkeiten.



Giving Europe: Erlebnisreiche Tage in Barcelona 40

Ende September hatte Giving Europe seine Business Partner aus der Werbekartikelbranche zu einem dreitägigen Event nach Barcelona eingeladen. 94 Teilnehmer aus 13 Nationen erlebten in der pulsierenden katalanischen Metropole ein abwechslungsreiches Programm mit einem gelungenen Mix aus Information, Inspiration und Networking.



RIEDLE: Papiertaschenmacher in neuem Format 64

Der Papiertaschenprofi Riedle – einer der Preisträger der jüngsten PSI Sustainability Awards – präsentiert sich in neuem Format. Unter dem Motto „Alles bleibt noch besser“ verordnete sich der Spezialist aus Langenbrettach einen neuen Auftritt und damit verbunden auch eine Erweiterung des Produktportfolios. Grund genug für uns, den passionierten „Papionier“ zu besuchen und die ‚Verwandlung‘ von Riedle vorzustellen.





Wer seine Tasche nicht down to earth trägt, zum Crunning keine bunten Tennissocken anzieht, wer eine Cat-Eye-Brille nur auf Catwoman's Nase vermutet und beim Inflatable SUP direkt an die nächste Generation von Geländelimousinen denkt, an dem sind gleich mehrere Trends des Jahres 2018 vorbeigegangen. Glücklicherweise liegt es jedoch in der Natur der Sache, dass Trends kommen und gehen. Als Trost sei also allen Trendverpassten zugerufen: Trends & Brands wird auch 2019 wieder interessante „Grundrichtungen einer Entwicklung“ vorstellen. Außer Konkurrenz, da immer im Trend: der Werbeartikel. Die Seiten 4 und 6 zeigen Produkte, die bereits 2018 in waren und auch im nächsten Jahr nichts in Sachen Trend einbüßen werden.

TREND VERPASST?



Lange verpönt sind Tennissocken längst zu einem „Must-wear“ geworden. Es gibt zahlreiche stylische Tipps, wie die Kultsocken getragen werden müssen, damit sie zum Hingucker avancieren. Die Werbeartikelwirtschaft hat sich nicht erst seit 2018 auf die Socken gemacht, selbige als modisch werbende Accessoires anzubieten. Unser Beispiel zeigt wahre Trendsocken.

Fußschmeichler

Trendsocken

Skarpeta

www.skarpeta.eu

PSI 49550



daiber



JAMES &
NICHOLSON

NEUE WEBSITE
www.daiber.de

#NOCOLDAHEAD

JN1134 WINTER JACKET

Die top Funktionsjacke – nicht nur bei eiskaltem Wetter oder Herbstregen ein guter Begleiter für Natur und Stadt.

Hotline: +49 7432/7016-800 • www.daiber.de

Cooler Bambuslook

CE zertifizierte Sonnenbrille
 USB-FlashDrive
www.usb-flashdrive.com
 PSI 46516



Sonnenbrillen an sich als Trend zu bezeichnen, trifft nicht so ganz zu. Sie sind zeitlose Klassiker – einzig an ihrer Form lassen sich Jahrgänge erkennen. 2018 war es etwa die Cat-Eye-Brille. Weniger Cat Eye als Eyecatcher ist unser Beispiel aus der Werbeartikelbranche.

Schulterschluss mit Fair Trade

Schultertasche Cambodia
 Green Earth Products
www.greenearthproducts.eu
 PSI 48277

Umweltfreundliches Snack Pack

Lunch Bag aus Papelin
 Igro GmbH
www.igro.com
 PSI 40940



Down to Earth war einer der Farbtrends in der Taschenmode 2018. Ein zeitloser, dafür sinnvoller Taschentrend in der Werbeartikelwirtschaft könnte als Respect to Earth bezeichnet werden. Dann, wenn die Trageobjekte umweltfreundlich und nachhaltig sind – so wie unsere beiden Beispiele.

Pfiffige Eyecatcher

Surf-Klemmbrett
 IP Adelt GmbH
www.adelt-ideen.de
 PSI 48644

Stehpaddeln oder auch Stand Up Paddling – oder ganz hip: SUP – hat eine echte Welle ausgelöst. Einst eine royal-hawaiianische Betätigung erlebt diese Trendsportart heute einen standesunabhängigen Boom. Für viele mögen die für diese körperliche Ertüchtigung notwendigen Utensilien die Bretter sein, die die Welt bedeuten. Schicke Boards, die sportlich anmuten und nicht nur aus werblicher Sicht Nutzen erzielen, sind in der Werbeartikelbranche en vogue.





Samsonite

B U S I N E S S

BESUCHEN SIE UNS AUF
DER PSI 2019!
HALLE 12 | STAND B19

#GENERATIONGO

4,9 auf einer Skala von 8 (ausgezeichnet) bis 1

(bedrohlich) erhielt die wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Lage von den ZAW-Mitgliedsverbänden. www.statista.de



Jobangebote gab es im Jahr 2017 in der Werbebranche. Das ergab die ZAW Arbeitsmarktanalyse 2017. Die Quintessenz: „Der Jobmotor Werbebranche läuft“, schreibt das PR-Journal.

Zwei Drittel

des gesamten Wachstums der weltweiten Werbeausgaben entfallen bis 2020 auf bezahlte Search- und Social-Media-Ads. So lautet die aktuelle Prognose aus dem Advertising Expenditure Forecast der global agierenden Agentur Zenith, schreibt das Magazin Adzine.

2%

statt 2,5 Prozent: Zenith hat für den deut-

schen Werbemarkt seine Wachstumsprognose um 0,5 Prozentpunkte gesenkt, so horizont.net.

2,06 Milliarden

Euro fließen dieses Jahr in die digitale Werbung. Das entspricht einem Plus von sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Erwartet war ein Anstieg um zehn Prozent. Ein Bremsblock sei die DSGVO gewesen, schreibt wuv.de und bezieht sich auf den Online-Vermarkterkreis OVK.

231 Prozent

mehr Geld hat der Sportwettenanbieter Tipico zwischen Januar und August 2018 in sein Marketing investiert: 107 Millionen Euro im Vergleich zu 32 Millionen Euro in demselben Zeitraum und gehört damit zu den Top-Werbespendern in Deutschland, schreibt horizont.net. Ein interessanter Aspekt für den Werbeartikel in einem erfolgreichen Marketing-Mix.

Jeder zweite

Social-Media-Nutzer kann Werbung vom Inhalt nur schwer unterscheiden. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Studie im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.212 Internetusern ab 14 Jahren. www.absatzwirtschaft.de

POWER AND MORE



In-Ear Kopfhörer
FRESH SOUND



Art. 56-0406219
(auch in weiß/silber erhältlich)

INSPIRION
► TRADING IDEAS

MIT MUSIK GEHT'S LEICHTER

Klangvolle Highlights finden Sie im aktuellen
Promotion Tops Katalog oder unter www.promotiontops.de!

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

Dabei sein und aktiv werden. Unter diesem Motto stehen im Januar gleich drei Messen: PSI, PromoTex Expo und viscom. Auf die Besucher aller drei Messen warten Mitmach-Aktionen und Themen-Routen der besonderen Art. Und nicht nur das.

PSI, PromoTex Expo und viscom laden zum Mitmachen ein

Cross-mediales Messeerlebnis

Mit der neuen Konstellation von drei Parallelmessen verbindet sich auch ein neues Konzept. Das rückt den Aspekt des Mitmachens stark in den Mittelpunkt. Und dies gilt messeübergreifend für die PSI, die PromoTex Expo und die viscom. Zu den Besonderheiten der Messen 2019 gehören die Themen-Routen, die neben der PSI auch über die PromoTex Expo sowie die viscom führen und in den Hallenplänen gut sichtbar dargestellt werden. Insgesamt vier dieser Routen, die jeweils unter besonderen Gesichtspunkten stehen, sind vorgesehen: „Lernt euch kennen“, „Lass dich inspirieren“, „Erweitere dein Wissen“ und „Mach was

draus“ sind die aktiven Aufforderungen an die Besucher, auf eigene Faust – wenn auch mit definierten Routenpunkten – die drei Messen zu erkunden. „Lernt euch kennen“ ist dabei ganz klar dem Aspekt Socialising und Networking zugeordnet. Auch bei der Route „Lass dich inspirieren“ ist der Name Programm. Hier stehen Innovationen aller Art im Vordergrund. „Erweitere dein Wissen“ rückt die Foren und Workshops mit spannenden Themen in den Mittelpunkt, die State of the Art sind. Last but not least die Route „Mach was draus“, die als einzige ausschließlich über die viscom führen wird. Allen Routen gemeinsam sind zentrale Punkte und themenspezifische Sonderflächen, etwa die „viscom Werkstatt“. Die Sonderschaufläche direkt im Eingangsbereich zur Halle 14 ist das Herzstück des neuen Live-Erlebnisses auf der Messe. Besucher können hier hautnah dabei sein, wenn erfahrene Digitaldrucker und Werbetechniker einen Fanshop für Wer-





betechnik gestalten und mit echten Fanartikeln ausstatten, die sie vor Ort veredeln. Die Ergebnisse sind im Schau- fenster des viscom Fanshops nicht nur zu bewundern, sondern teilweise auch zu kaufen. Die Einnahmen gehen an einen guten Zweck. Alle Messebesucher sind zum Mitma- chen und Ausprobieren eingeladen. Außerdem können sie für sie interessante Praxisthemen in den „viscom Work- shops“ sowie im praxisnahen „Forum 13“ mit Experten weiter vertiefen. Welche Erlebnisse die viscom wann und wo genau bietet, können Besucher erstmals einem über- sichtlichen Plan entnehmen, der im Eingang ausliegt und sie über die Messe leitet. Ein gut gekennzeichnetes Wege- und Programmleitsystem zeigt zudem die Highlights der Messen.

Außergewöhnliche Inszenierung

Eine Inszenierung außergewöhnlicher Natur ist der Nations Wrap Cup, das internationale Kräfteressen der Top- Folierer. 16 Nationen-Teams können im Nations Wrap Cup gegeneinander antreten. Sie be- stehen aus je vier Personen, darunter mindestens eine FoliererIn. „Es gibt weltweit viele sehr gute Car Wrappe- rinnen“, sagt Dirk Möbes von Veran- stalter MR Clipart. „Und die wollen wir stärker einbinden.“ Zwölf Teams sind bereits für den neuen Wettbe- werb gemeldet: Sie kommen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Großbritannien, Ungarn, Russland und den USA. Eben- falls gemeldet ist das Team Adria, ein multinationales Team, besetzt mit Car Wrappern aus Staaten des ehemali- gen Jugoslawien. Alle Teams werden über die ganze Messelaufzeit im Ein- satz sein, da der Nations Wrap Cup ohne Ausscheidungsrunden auskommt.



PSI GUSTO

Werbende Gaumenfreuden

Ein Treffpunkt für Genießer werbender Gaumenfreuden ist der Tasting Pa- vilion GUSTO in Halle 9. Er ist der „place to be“, wenn es um künftige ku- linarische Werbebotschafter geht: Von süß bis würzig ist für jeden Geschmack etwas dabei. Für alle Aussteller, die Kulinarisches, Getränke oder Spirituo- sen anbieten, ist GUSTO die ideale Plattform, um Produkte eindrucksvoll zu präsentieren und multisensorische Werbeartikel gekonnt in Szene zu setzen. Schauen, schmecken, riechen, ausgiebig probieren – all das ist hier ausdrücklich erwünscht.

Neu ist auch, dass die Teams jeweils ein Fahrzeug kom- plett bearbeiten. Zu den Aufgaben zählen Wrapping und erstmals auch das Fenstertönen oder Window Tinting so- wie PPF, das Anbringen von Paint Protection Film, einer selbstheilenden Schutzfolie, die den Fahrzeuglack gegen Schäden zum Beispiel durch Steinschlag schützt. Entschei- dend für den Sieg ist dabei nicht die Geschwindigkeit, son- dern das Resultat. „Wir wollen mit dem Wettbewerb ein deutliches Zeichen für handwerkliche Qualität setzen“, be- tont Dirk Möbes, denn die zahle sich durch bessere Op- tik und längere Haltbarkeit langfristig aus.

Hinguck-Effekt und Mitmach-Wunsch

Zu den Inszenierungen mit Hinguck-Effekt und Mitmach- Wunsch gehört auch Charlie's Corner auf der PromoTex Expo. Charlie Taublieb, in der Branche auch liebe- und re- spektvoll „Dr. Print“ genannt, wird mit GOTS geprüften Farben auf zertifizierten Textilien drucken und zeigen, dass auch nachhaltige Farben und Produkte Eindruck machen. Der US-Amerikaner ist seit über 20 Jahren Ex- perte und Autor im Be- reich Siebdruck, der vor allem bei der Veredelung von Textilien zum Ein- satz kommt. Charlie's Corner bildet das Bin- deglied zwischen den Sonderschauflächen „Smart Textiles“ und „Sustainability“. Apro- pos Hinguck-Effekt: Rund um den Catwalk können die Besucher einen Blick in die Zu-





kunft wagen. Hier wird gezeigt, welche Möglichkeiten die Integration von technischen Lösungen in Textilien bietet. Smarte Textilien und Wearables werden hier zu finden sein. Ebenfalls im Fokus des Textile Campus steht das Thema Nachhaltigkeit. Verschiedene Einrichtungen und Initiativen geben in diesem Rahmen Informationen rund um Zertifikate und Siegel an die Besucher weiter.

Neuer Themenbereich für Marketingprofis

Wer „Marketing Innovations“ für das Jahr 2019 sucht, ist in dem gleichnamigen Bereich in Halle 12, der gleichermaßen für Besucher von PSI, PromoTex Expo und viscom zugänglich ist, genau richtig. Werbung am POS, Merchandising & Licensing sowie innovative Werbeartikel sind dabei die Schwerpunkte. Den Innovationen für die Werbung am POS und POI widmet sich der neue Aus-

stellungsbereich gleich vierfach: So zeigen Hersteller aus dem Display- und Packaging- Sektor ihre Neuheiten. Der display Superstar Award stellt auf einer Sonderfläche mehr als 100 preiswürdige Display-Lösungen für die Produktpromotion und Absatzförderung am POS vor. Veranstalter ist der display Verlag, der den internationalen Branchenoscar bereits zum 25. Mal ausrichtet. Und Pro Carton, die Europäische Vereinigung der Karton- und Faltschachtelindustrie, präsentiert mit einer Roadshow die ausgezeichneten Verpackungslösungen des European Cartons Excellence Award. Außerdem interessant: Die preisgekrönten Printprodukte des Druck und Medien Awards, des renommiertesten Wettbewerbs der deutschsprachigen Printbranche, den die Deutsche Drucker Verlags-gesellschaft verleiht.

Ideen für Merchandising und Licensing

Nicht nur zu Großveranstaltungen wie der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft in diesem Sommer ist „Merchandising

PSI FIRST

Jede Stimme zählt

Ganz explizit zum Mitmachen ruft der People's Choice Award PSI FIRST auf. Neuheiten stehen auf der PSI traditionell im Fokus. Zum sechsten Mal demonstriert PSI FIRST gebündelt die Innovationskraft der Branche. Die besten drei Einreichungen werden mit dem People's Choice Award ausgezeichnet. Zur kommenden Auflage wird der Preis selbst einigen Neuerungen unterzogen. Es werden 25 Innovationen statt bisher 50 präsentiert. Diese ergeben sich aus allen Bewerbungen, die von einem Kuratorium auf Innovationsgrad und Produktneuheit geprüft wurden. Die 25 stärksten Innovationen werden dann angrenzend zur neuen PSI Members Only Fläche in Halle 10 präsentiert. Über die besten Produkte entscheidet weiterhin das Messepublikum. Nach wie vor gilt außerdem, dass sämtliche Einreichungen bis zum Startschuss der Messe der Geheimhaltung unterliegen.





Ideale Vernetzung

Unter dem Aspekt Netzwerk aufbauen und ergänzen steht auch das matchmaking, mit dem schon viele Aussteller gute Erfahrungen gemacht haben: „Das matchmaking ist ein ideales Tool für die Vernetzung, das intensiv genutzt wurde und reale Termine bringt“, bestätigt etwa

und Licensing“ ein wichtiges Marketing-Spielfeld. Die Welt des Werbens und Verkaufens unterstützt Marketers deshalb bei der Konzeption und Umsetzung konkreter Vorhaben. So können sie im Ausstellungsbereich „Marketing Innovations“ interessante Lizenzgeber treffen und Termine vorab bequem über das online matchmaking der drei Fachmessen verabreden. Außerdem können sie Kontakte zu Lizenzagenturen knüpfen und sich von Prüfinstituten und Rechtsanwälten beraten lassen. Kontakte knüpfen können PSI Händler und Berater auch im neu geschaffenen Distributor Village. Wer hier einen Stand gebucht hat, hat an allen drei Messetagen die Möglichkeit, Ansprechpartner aus Industrieunternehmen zu treffen und diese rund um die Werbemöglichkeiten mit Werbeartikeln zu beraten und von deren herausragender Wirkung zu überzeugen. Überzeugen können im Bereich Marketing Innovations auch Hersteller, die auf der neuen PSI Product Presentations Fläche ihre Produkte präsentieren. Hier können Neuheiten sowie Bestseller vorgestellt werden – insgesamt bis zu 150 Produkte. Ebenfalls im Bereich Marketing Innovations ist das Forum Marketing Innovations platziert, in dem es an allen drei Messetagen Vorträge und Best Practices aus der Welt des Werbens und Verkaufens gibt (das ausführliche Programm liefert das PSI Journal in seiner Januar-Ausgabe).

PSI-Aussteller Cosmoshop nach der vergangenen Veranstaltung. Auch der Gründer von marcokunst.de, der die viscom 2017 besuchte, ist von dem Tool überzeugt: „Ich bin begeistert vom matchmaking Angebot! Ich persönlich bevorzuge den direkten Kontakt und habe mit Unterstützung des Tools auf äußerst angenehme Art und Weise wertige Kontakte bereits im Vorfeld der Messe geknüpft.“ Das Tool bietet nicht nur eine komplette Übersicht über alle Aussteller der drei Messen, auch branchenspezifisch kann nach dem passenden Kontakt gefiltert werden. Gesucht werden kann beispielsweise nach einem Veredler, der auf Textilien spezialisiert ist, einem Maschinenhersteller, der die neuesten Schneidsysteme anbietet, oder dem richtigen Anbieter, wenn es um die ausgefallensten elektronischen Werbeartikel geht. Sortiert werden kann außerdem nach Ländern, Produktgruppen oder alphabetisch. Zu welcher Messe die jeweiligen Aussteller gehören, ist farblich gekennzeichnet. Ob die ausgegebenen Vorschläge wirklich passen, können die Nutzer direkt im Chat feststellen. Darüber hinaus macht das Tool auch von sich aus Vorschläge für mögliche Kontakte. Ergibt sich ein Match, kann online ein Termin vereinbart werden, der auf der Messe stattfindet. Genutzt werden kann das matchmaking außerdem auch für die Suche nach dem passenden Rahmenprogramm. <