

PSI

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

April 2024

63. Jahrgang

JOURNAL



**Grün,
ökologisch,
nachhaltig**

**Werben mit
gutem Gefühl**

Frachtschiffahrt

Herausforderung
für die Branche

Product Guide

Taschen, Reisegepäck,
Lederwaren

Atlantis Headwear

Caps im Zeichen
der Nachhaltigkeit

Hörsteler

100 Jahre individuelle
Logomatten



RECYCLED PET *meets*

GUMON!



SIEHT GUT AUS UND FÜHLT SICH NOCH BESSER AN.

Spürbar anders - erleben Sie selbst,
wie angenehm Nachhaltigkeit sein kann.

Bestellen Sie jetzt Ihr kostenloses Informationspaket
unter: sales@uma-pen.com | Code PSI324



uma-pen.com/rpet



Editorial

Herausforderungen

Die kriegerischen Huthi Rebellen am Roten Meer. Die China-Versender Temu, Shein & Co mit 5.000 Tonnen täglicher Luftfracht, sie zerren derzeit weltweit massiv an unseren Lieferketten. So unterschiedlich die Gründe auch sein mögen, im Ergebnis führen sie zu verstopfter Luftfracht und deutlich längeren See-Frachtwegen (auch Seite 10). Weil Verknappung in der Regel zu Preissteigerungen führt, muss man sich auch darauf einstellen. Spätestens dann, wenn die heimischen Lagerbestände aufgebraucht sind. Die ganze Thematik kollidiert mit dem seit Jahren anhaltenden Trend der Branchenkunden, immer kurzfristiger zu planen und zu ordern. Es wird Aufgabe des Handels sein, ihre Kunden auf die Situation hinzuweisen und dringend zu bitten, längerfristig zu planen, weil sonst in zunehmenden Fällen möglicherweise nichts mehr gehen wird. Als Folge können der Werbeartikelwirtschaft Umsätze verloren gehen. Ein nicht zu unterschätzendes Risiko.

Weiterer Punkt: Viele Unternehmen der Branche machen sich für das Thema Nachhaltigkeit stark. Der EU-Weg zu Netto-null-Emissionen wird allgemein unterstützt, birgt aber nicht selten gefährliche Fallstricke. Die Green-Claims Richtlinie, ein EU-Gesetz also, das in der zweiten Jahreshälfte verabschiedet werden soll, will den leichtfertigen Umgang mit grüner Werbung, oft reines Greenwashing, verhindern und das Verbrauchervertrauen in grüne Produkte stärken. Werbeaussagen in Richtung Nachhaltigkeit und „grün“ müssen dann belegbar und transparent sein. Heute sind nach einer EU-Studie mehr als die Hälfte solcher Aussagen zu vage, irreführend oder gar nicht fundiert. An grüne Werbeaussagen werden also künftig deutlich höhere Anforderungen gestellt, will man keine Abmahnungen riskieren.

Und noch etwas: Dass Frauen und Männer bei gleicher Arbeit und gleicher Leistung auch gleich bezahlt werden sollen, darüber gibt es weitgehenden Konsens. Nur die Wirklichkeit sieht anders aus. Die EU-Entgelttransparenz-Richtlinie, die vor einem Jahr verabschiedet wurde, will Abhilfe schaffen und geht so langsam in die Umsetzungsphase. Wichtige Neuerung: Allen Beschäftigten steht dann ein Auskunftsrecht gegenüber dem Arbeitgeber in Sachen Gender Pay Gap zu. Unternehmen über 100 Mitarbeitende müssen die Lohnlücke jährlich veröffentlichen und im Fall des Falles Abhilfe schaffen. Kleinere Firmen müssen dies alle drei Jahre tun. Es lebe die Bürokratie.

Die Herausforderungen werden nicht weniger. Die Werbeartikelwirtschaft wird aber auch diese meistern – allerdings nur die Unternehmen, die sich frühzeitig vorbereiten und richtig aufstellen.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

**Looks timeless.
Feels classic.
Is totally new.**

**New
QS50 Stone.**

Prodir is a brand of Paganì Pens SA.

prodir®

**Personality pens.
Swiss made.**

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich
T +43 7205 69480

www.prodir.com
open.prodir.com



MISTER BAGS®

TRENDS & BRANDS	4
MARKTFORSCHUNG	8
FOKUS	
Frachtschiffahrt: Herausforderung für die Branche	10
PRODUCT GUIDE	
Grüne, ökologische und nachhaltige Produkte	12
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	34
Fruit of the Loom: Launch der Activewear-Marke JERZEES®	42
ASI Research: US-Branche boomt – Werbeartikel begeistern	44
Sourcing City: Market Report 2023 mit detailliertem Bild der Branche in UK und Irland	46
PRODUCT GUIDE	
Taschen, Reisegepäck, Lederwaren	48
UNTERNEHMEN	
Master Italia: Atlantis Headwear setzt auf Caps aus alternativen Stoffen	60
100 Jahre Hörsteler: Individuelle Logomatten, die überzeugen	64
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	68
MYPSI	76
MEINUNG	78
VORSCHAU – IMPRESSUM	80

Perfekt zum Verschenken!

Cleo ist eine naturfarbene Jute-Tasche, bei der nicht nur die farblich abgesetzten Henkel in Schwarz, Apfelgrün, Navy, Rot oder Grau ins Auge stechen. Dank der sonst eher natürlichen Optik heben sich aufgedruckte Firmenlogos und Werbebotschaften ebenso gut ab. Auf einer Druckfläche von ca. 20 x 20 cm werden diese mithilfe des hochwertigen Sieb- und Transferdrucks angebracht.

Für ein angenehmes Tragegefühl sorgen die 40 cm langen und gepolsterten Henkel aus Baumwolle. Die praktische Tasche ist mit dem LFGB-Label ausgestattet und eignet sich hervorragend für den Transport von Lebensmitteln. Ideal, um auf die wenig nachhaltigen Plastiktütchen im Supermarkt zu verzichten. Die robuste Jutefaser hält allerdings auch anderen Transportgütern stand: Getränkeflaschen vom Einkauf und mehr lassen sich sicher damit transportieren.

Cleo
N° 2360

20 cm Boden-
und Seitenfalte



In 5 verschiedenen
Farben



www.oeko-tex.com



www.misterbags.de



Herausforderung für die Branche

10

Pünktlichkeit und Verfügbarkeit sind wichtige Bestandteile eines funktionierenden Werbeartikelmarktes. Die aktuelle Situation im Roten Meer ist daher Gift. Dauerten vergangenes Jahr Seefrachtlieferungen von den chinesischen Häfen frei Haus in die EU rund 40 Tage, sind es aktuell weitaus mehr. Welche Möglichkeiten hat die Werbeartikelwirtschaft, dieser Situation zu begegnen?

Grün, ökologisch, nachhaltig

12

Nachhaltige Werbeartikel gewinnen in der und für die Branche mehr und mehr an Bedeutung. In einem sich wandelnden Marktumfeld haben sie positive Auswirkungen auf das Image der mit ihnen werbenden Unternehmen. Wir stellen eine reichhaltige Produktauswahl vor.



Detailliertes Bild der Branche in UK und Irland

46



Der britische Branchendienstleister Sourcing City hat in seinem exklusiven „Market Report 2023“ eine detaillierte Analyse der aktuellen Trends der Werbeartikelwirtschaft in UK und Irland vorgelegt. Wir haben uns die Studie angeschaut und Kernbotschaften zusammengetragen.

Mehr als eine Kopfbedeckung

60

Hüte, Caps und Mützen von Atlantis Headwear sind mit Leidenschaft und Sorgfalt kreierte Kopfbedeckungen. So das Credo des 1995 in der Provinz Venedig gegründeten Unternehmens Master Italia, das Atlantis Headwear als Marke führt. Über die Jahre wurde aus diesem Leitsatz ein wachsendes Engagement für eine verantwortungsvollere Produktion.



GESUNDHEIT IST ...

GESUNDHEIT IST ESSEN

Beim Essen, so das Zukunftsinstitut, geht es nicht mehr nur um die Nahrungsaufnahme. Vielmehr ist der eigene **Ernährungsstil** untrennbar verknüpft mit dem eigenen Lebensstil, den Werten, der Peergroup, der Identität.

Als Lifestyle, Selbstoptimierungsprojekt und Achtsamkeitsstreben ist Gesundheit schon lange in allen Bereichen des Lebens etabliert, wissen die Experten des Zukunftsinstituts. Demzufolge haben die Futurologen unter dem Ansatz „**Gesundheit ist ...**“ mehrere Aspekte zusammengetragen, die den Megatrend kennzeichnen.

Wir haben uns **drei** davon näher angeschaut und auf dieser und der folgenden Seite (S. 6) beispielhaft korrespondierende Produktvorstellungen aus der Branche herausgesucht. Mehr Beispiele bietet der PSI Product Finder.



Smoothies und Shakes aus Superfood
Rezeptbuch „Immunbooster Smoothies“
Edition Michael Fischer GmbH – EMF Verlag
www.emf-verlag.de
PSI 49982



Leinsamen, Kerne & Co.
Backmischung für Müsli-Riegel
Der Zuckerbäcker GmbH
www.suesses-schenken.de
PSI48449



Gesunder Snack inklusive
„MultiBev“ 2-in-1-Flasche
mit auslaufsicherem Pak Cap
2had GmbH
www.2sport.de
PSI 49279

daiber

ANNA ERNTET*

* die Früchte ihres Erfolgs in den zeitlosen Designs von Daiber.
Der Kenner ihrer Bedürfnisse ist bis heute an ihrer Seite.
Stilsicher und vielfältig. Ihr Outfit für einen selbstsicheren Look.

Daiber und Du. Ein Leben lang.

Erfahre hier,
wie es mit Anna
weitergeht:



GESUNDHEIT IST SELBSTOPTIMIERUNG

Sportivity ist mittlerweile ein Lebensgefühl geworden, das sämtliche Bereiche des Alltags durchdringt. Beim Trend „**Medical Fitness**“ geht es weniger um eine optische Veränderung als vielmehr um die Verbesserung der körperlichen Fitness um der eigenen Gesundheit willen.



Punktgenau gegen Verspannung

Set mit drei praktischen
Kork-Faszienprodukten
Trendy Sport GmbH & Co.KG
www.trendy-sport.eu
PSI 49563



Farbenfroher Fitnessbegleiter

Sporty Bag – Set mit drei unterschiedlich
starken Gymnastikbändern
Inspirion GmbH
www.inspirion.eu
PSI 42907

GESUNDHEIT IST VORSORGE

Die präventive Gesundheitsvorsorge geschieht auch durch einen gesunden Lebensstil sowie frühzeitige Maßnahmen zum Erlernen von **Stressbewältigung**.



Tief durchatmen

Luftreiniger-Halskette (mit
doppelt negativem Ionenemitter,
der die Luft reinigen und
Schadstoffe, Viren & Co.
entfernen kann)

The Great Wall International
Trading B.V.
www.greatwallpromo.com
PSI 60188



Sonnenbad ohne Reue

„Suncare Eco“ für Gesicht und
Lippen, LSF 30/50, im ökologi-
schen Push-up-Container aus
FSC-zertifiziertem Karton
KHK GmbH
www.lipcare-werbemittel.de
PSI 46131



Wellness für Körper und Seele

Wellness-Set (Kirschkernkissen,
Tee, Kerze)
Multiflower GmbH
www.multiflower.de
PSI 45974

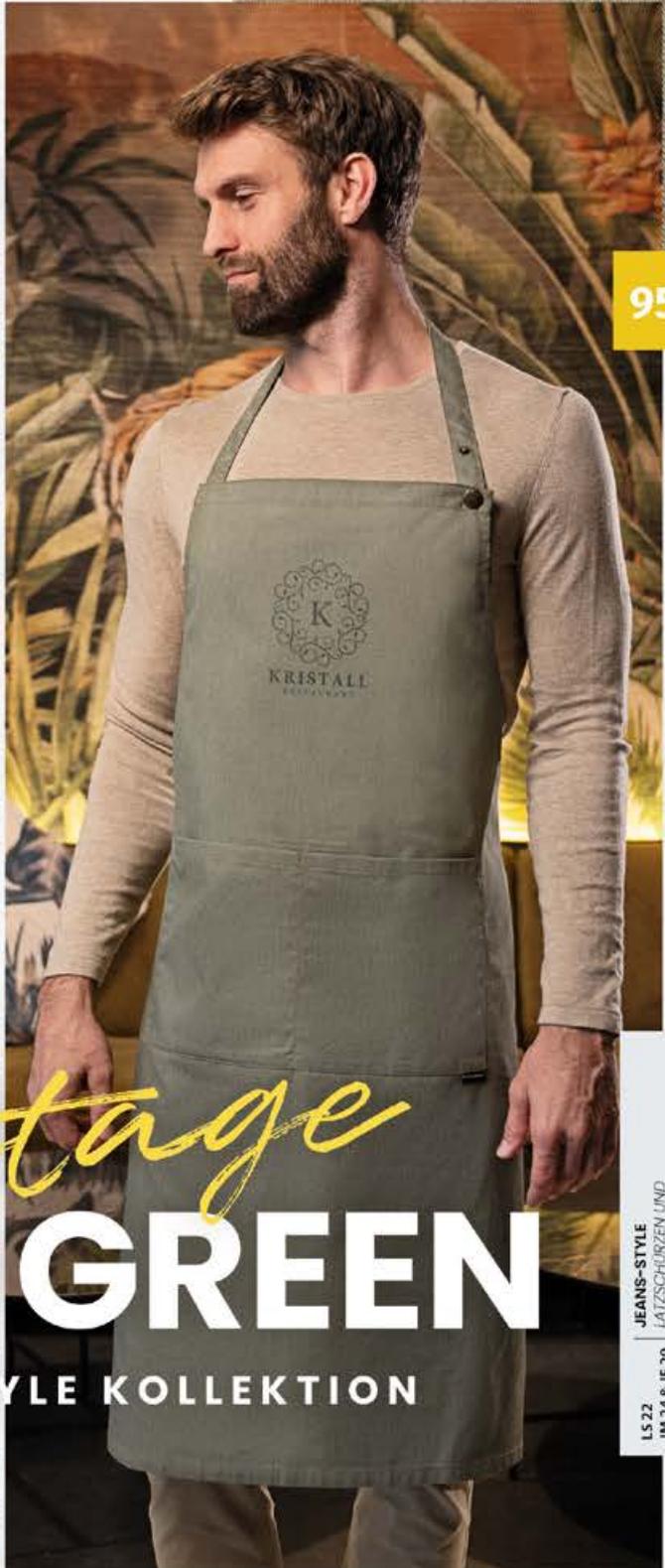


Wie ein Tag am Meer

Natürliches Badesalz (reich an
Mineralien und Mikroelementen)
LimeBOX
www.lime-box.com
PSI 48956

**LATZSCHÜRZEN
UND KOCHJACKEN
IN VINTAGE MOSS GREEN**

*Jetzt
in neuer
Farbe!*



KARLOWSKY FASHION

95°

Vintage
MOSS GREEN

DIE JEANS-STYLE KOLLEKTION

JEANS-STYLE
LATZSCHÜRZEN UND
KOCHJACKEN FÜR DAMEN UND HERREN
LS 22
JM 24 & JF 20
JM 32 & JF 21

Deutliches Plus von 6,8 Prozent

Auf satte 2,39 Milliarden Euro summieren sich die Brutto-Werbeaufwendungen im letzten Monat – gegenüber Januar 2023 ist das ein deutliches Plus von 6,8 Prozent. Die Werbungtreibenden scheinen den Schwung aus den letzten Monaten ins neue Jahr hinübergerettet zu haben. Durch den Aufschwung im zweiten Halbjahr 2023 konnte der Hamburger Werbe- und Marktforscher Nielsen für das Jahr 2023 mit Brutto-Werbeinvestitionen in Höhe von 33,8 Milliarden Euro insgesamt noch ein Plus ausweisen. horizont.net, „Deutscher Werbemarkt startet mit deutlichem Plus ins neue Jahr“



Schweizer Werbemarkt mit **Minus**

Im vergangenen Jahr haben die Unternehmen in der Schweiz 3,95 Milliarden Franken brutto in die Werbung investiert. Laut Analyse-Unternehmen Media Focus entspricht dies einem Rückgang von 1,1 Prozent. Hinter der nackten Gesamtzahl stünden jedoch schleichende Veränderungen. Das Jahr 2023 markiere „im Schweizer Werbemarkt eine Phase der Konsolidierung und des graduellen Wandels“, so das Unternehmen. horizont.net, „Schweizer Werbemarkt verliert 2023 leicht und landet bei 3,95 Milliarden Franken“

4,76% Wachstum

Die weltweiten Werbeausgaben 2024 werden laut [statista.com](https://www.statista.com) etwa 994,80 Milliarden Euro betragen. Am meisten Werbeumsatz wird dabei in den USA erwartet (384 Milliarden Euro). Laut Prognose wird sich das weltweite Marktvolumen im Jahr 2028 auf 1.198 Milliarden Euro belaufen, was einem jährlichen Wachstum von 4,76 Prozent entspräche.

[statista.com](https://www.statista.com), Market Insights: Werbung – Weltweit

5.000.000.000.000 Dollar



Indiens Bruttoinlandsprodukt, das derzeit bei umgerechnet etwa 3,5 Billionen US-Dollar liegt, wird sich künftig in Richtung fünf Billionen US-Dollar entwickeln. Das zeigt eine Umfrage des Beratungsunternehmens Deloitte Touche Tohmatsu India LLP. Danach erwarten indische Unternehmer im nächsten Geschäftsjahr ein Wirtschaftswachstum von 6,5 Prozent.

[presstext.com](https://www.presstext.com), „Indien wird zum Fünf-Billionen-Dollar-Land“



Lieferkette: Hälfte der Unternehmen breiter aufgestellt

Jedes zweite vom ifo Institut befragte Unternehmen (58 Prozent) hat im vergangenen Jahr seine Lieferketten breiter aufgestellt und neue Zulieferer gefunden. Jedes dritte plant darüber hinaus die eigene Zulieferbasis weiter zu vergrößern. 45 Prozent der Industrieunternehmen haben zudem im vergangenen Jahr ihre Lagerhaltung erhöht. 44 Prozent berichten außerdem über eine verbesserte Überwachung ihrer Lieferketten. Gut jedes fünfte Unternehmen (17 Prozent) hat seine Fertigungstiefe erhöht und zuvor ausgelagerte Produktionsschritte wieder eingegliedert.

ifo.de, „Deutsche Industrie setzt auf Diversifizierung von Lieferketten“



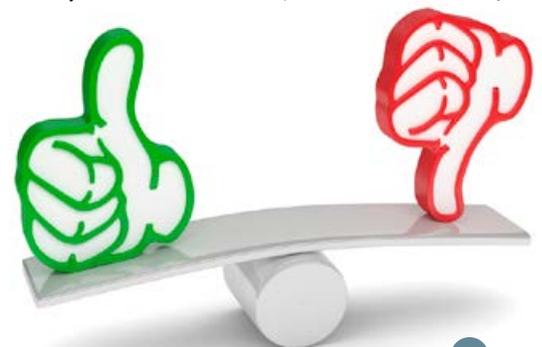
Jeder zweite Marketer ist optimistisch

46 Prozent der 350 für eine aktuelle Umfrage von Civey im Auftrag von DMEXCO interviewten Entscheider gehen von einem Wachstum des Online-Werbemarktes aus – allerdings in unterschiedlichen Ausprägungen. 34 Prozent erwarten ein leichtes Wachstum von bis zu fünf Prozent, rund sieben Prozent von bis zu zehn Prozent, weitere sechs Prozent sehen das Marktwachstum sogar jenseits dieser Marke. Künstliche Intelligenz bleibt auch dieses Jahr einer der wichtigsten Marketing-Trends. Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung stehen auf dem zweiten Platz und Social Commerce auf dem dritten Rang.

e-commerce-magazin.de, „Marketing-Trends 2024: Jeder zweite Marketer erwartet wachsenden Werbemarkt“

Nachhaltig? Ein klares Ja

Innerhalb keiner Generation ist das Thema Nachhaltigkeit mehr Menschen wichtiger geworden als in der Gen Z. Gleichzeitig ist das Thema innerhalb keiner Generation mehr Menschen unwichtiger geworden. Das zeigt eine Studie von Kleinanzeigen.de und dem Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie. Wie zerrissen die Gen Z ist, zeigt sich in den Antworten zu Klimaschutzprotesten: Hier sprechen sich zwar in der Gen Z 37 Prozent für die Bewegung „Fridays for Future“ aus, 32 Prozent lehnen sie allerdings ab. Alle anderen Generationen sind mehrheitlich dagegen. Die Bewegung „Letzte Generation“ stößt über alle Generationen hinweg auf Ablehnung – von der Gen Z (48 Prozent) bis zur Boomer-Generation (82 Prozent) absatzwirtschaft.de, „Impulse zur Circular Economy“



Pünktlichkeit und Verfügbarkeit sind wichtige Bestandteile eines funktionierenden Werbeartikelmarktes. Die aktuelle Situation im Roten Meer ist daher Gift. Dauerten vergangenes Jahr Seefrachtlieferungen von den chinesischen Häfen frei Haus in die EU rund 40 Tage, sind es aktuell weitaus mehr.

Handelsrouten unter Druck

Herausforderung für die Branche



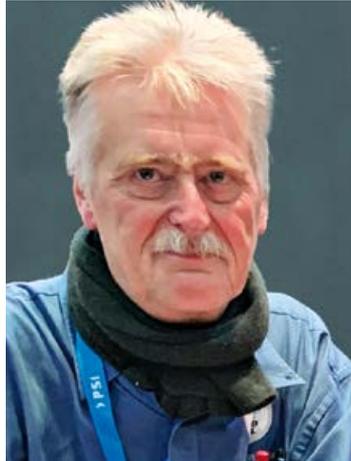
Anstatt 40 Tage via Containerschiff von Fabrik bis an die Haustür, kann man hierfür derzeit gut 60 Tage oder gar mehr veranschlagen. Das stresst enorm, aber Alternative sind vorhanden.

Das Rote Meer mitsamt dem Suezkanal als Handelsschlagader für Europa stehen mit den Terroraktionen der Huthi-Milizen gegen die Frachtschiffahrt erneut im Fokus. 10 bis 15 Prozent des globalen Handelsvolumens fließen zu Normalzeiten durch diese Wasserstraße. Derzeit herrscht dort gähnende Leere. Die Frachtmenge, die durch das Rote Meer transportiert wird, ist im Januar 2024 fast komplett zum Erliegen gekommen. Laut dem Kiel Trade Indicator des Kieler Instituts für Weltwirtschaft passierten sage und schreibe 84 Prozent weniger Container im Januar 2024 die Wasserstraße, als zu erwarten gewesen wäre. Das hat Folgen!

Ob das Ersatzteil für das Auto, der Turnschuh für die neue Kollektion oder der Werbeartikel für die nächste Werbeaktion: Viele nehmen derzeit per Schiff einen Umweg über das Kap der Guten Hoffnung in Südafrika. „Wir haben feststellen müssen, die kritische Situation im Roten Meer wohl länger andauern wird“, sieht Klaus Dittkrist, Geschäftsführer Cargo Seal Germany, kurz- und mittelfristig keine Entspannung. „War die Situation bis Ende 2023, so, dass die Laufzeit von Hong Kong via Suezkanal nach Hamburg 30 bis 32 Tage betrug, so kalkulieren wir für den Weg von China nach Hamburg aktuell 45 bis 50 Tagen. Hinzu kommt dann noch das Import- und Exporthandling, sodass ab Werk bis frei Haus von 60 bis 65 Tagen auszugehen ist.“

„Ship and Rail ist eine gute Möglichkeit Fracht von China nach Deutschland zu transportieren – der eilige Teil mit der Bahn, die Restmenge per Seefracht.“

Klaus Dittkrist, Geschäftsführer Cargo Seal Germany



und halten diese hoch – auch wenn das Kapital bindet. Damit konnten wir unsere Kunden vor Lieferproblemen schützen. Dennoch weisen wir immer darauf hin, dass anvisierte Liefertermine sich im Fall der Fälle zwei bis drei Wochen hinauszögern können. Bei zeitkritischen Lieferungen bieten wir daher unseren Kunden Luftfracht als Option an. Ein Service, der gerne von unseren Kunden in Anspruch genommen wird.“

Länger warten und teurer obendrein

Längere Frachtzeiten sind vor allem problematisch hinsichtlich der Verfügbarkeit von Containern. Denn sind diese länger auf See, stehen weniger davon zur Verladung zur Verfügung. Dies lässt sich aktuell an den Transportpreisen ablesen. Kostete der Transport mit einem 40-Fuß-Container von Schanghai nach Rotterdam im November am Spotmarkt für kurzfristige Käufe noch 1.000 US-Dollar, so lag der Preis Anfang März zwischen 4.000 und 5.000 US-Dollar.

Laut einer Studie des Internationalen Währungsfonds aus dem Jahr 2022 führt eine Verdoppelung der Transportkosten zu einem Anstieg der Preise um 0,7 Prozent. Zwar wurden infolge der Corona-Pandemie und der großen Blockade des Suezkanals durch den Containerfrachter Ever Green im Jahr 2022 Lagerkapazitäten ausgebaut und Lieferketten diversifiziert, aber die erhöhten Transportkosten werden mittelfristig weitergegeben.

Alternative Bahn

Wenn Ware eilig ist, kann laut Dittkrist der Transport per Bahn eine geeignete Alternative gerade für die Werbeartikelwirtschaft sein: „Hier sprechen wir von reinen Laufzeiten ab dem chinesischen Verladeterminale bis nach Deutschland von circa 14 bis 18 Tagen. Rechnen wir noch das Export- und Importhandling hinzu, so dürfte die Transportdauer ab Werk bis frei Haus in circa 4 Wochen im Normalfall als sicher gelten! Ist die Seefracht nicht mehr ausreichend, so bietet die Kombination aus Schiff und Zug – also Ship and Rail – die Möglichkeit, Fracht von China nach Deutschland zu transportieren. Basierend auf Sammelcontainern mit mehrfachen Abfahrten pro Woche, ob mit der Bahn im Express oder Stand-by, aber auch aufgeteilt – der eilige Teil mit der Bahn, die Restmenge per Seefracht. Es existieren viele Lösungen!“



Hohe Lagerkapazitäten unabdingbar

Eine Situation, die André Mertens, Business Development Manager Mid Ocean bestätigt: „Als einer der größten Werbeartikelimporteure Europas setzen wir uns intensiv mit Logistikthemen auseinander. Seit der Corona-Pandemie haben wir deshalb unsere Lagerkapazitäten aufgestockt

Luftfracht: Schnell, jedoch begrenzt

Gerade bei kleinvolumigen sowie leichten Werbeartikeln scheint sich Luftfracht zunehmend als Alternative zu etablieren. Aber auch bei der Luftfracht zeichnen sich drohende Engpässe ab. Derzeit liegen die Kosten für Luftfracht laut Experten rund 20 Prozent über Normalpreis. Der Grund: die hohe Nachfrage der aus China stammenden Online-Direkthändler Shein und Temu, die laut Wirtschaftswoche täglich 4.000 bis 5.000 Tonnen an Waren per Luft ausfliegen. Allein für dieses Volumen müssen pro Tag über einhundert Flugzeuge vom Typ Boeing 777 abheben.

Zu der wirtschaftlich unsicheren Lage in China, der Werkbank der Welt, im Allgemeinen und der Werbeartikelwirtschaft im Besonderen (siehe Ausgabe 11/2023), gesellen sich Unwägbarkeiten in der Logistik. Die gute Nachricht: Alternativen sind vorhanden, sodass neben der Diversifizierung von Wertschöpfungsketten auch eine Diversifizierung der Frachtwege möglich ist. Ein Werkzeug mehr, um Verfügbarkeit und Pünktlichkeit weiterhin zu gewährleisten. <

„Als einer der größten Werbeartikelimporteure Europas setzen wir uns intensiv mit Logistikthemen auseinander. Seit der Corona-Pandemie halten wir unsere Lagerkapazitäten hoch. Bei zeitkritischen Lieferungen bieten wir zudem Luftfracht als Option an.“

André Mertens, Business Development Manager Mid Ocean



Die von uns vorgestellte Produktauswahl unterstreicht die Bedeutung nachhaltiger Werbeartikel in einem sich wandelnden Marktumfeld und ihre **positiven Auswirkungen auf das Image** damit werbender Unternehmen.



PSI 46131 • KHK GmbH
 Tel +49 2233 717710 • sales@lipcare.de
 www.lipcare-werbemittel.de

Körper- und Kontaktpflege

Die hochwertigen Pflegeprodukte im Push-up-Stick aus FSC-zertifiziertem, recycelbarem Karton von KHK sind besonders umweltfreundlich. Als langlebige, ökologische Pflegeprodukte sind die plastikfreien Eco-Sticks perfekt für eine persönliche Werbung mit gutem Gewissen. Eine reichhaltige Handpflege und eine Gesichts- und Lippenpflege mit hohem Sonnenschutz LSF 30 oder LSF 50 haben die Kosmetik-Spezialisten der KHK GmbH bereits erfolgreich eingeführt. In 2024 wurde die Eco-Serie um ein veganes, naturkosmetisch-konformes Deodorant erweitert. Die Deo-Creme bietet intensiven Schutz vor unangenehmen Gerüchen und ist sehr gut auf rasierter Haut anwendbar. Inhaltsstoffe aus kontrolliert biologischem Anbau sorgen für langanhaltende Pflege sowie ein fruchtig-frisches Orangen-Aroma. Die Eco-Sticks werden mit einem 4c-Papieretikett individualisiert und sind ab 500 Stück, mit LSF 50 ab 1.000 Stück lieferbar. Alle Pflegeprodukte von KHK werden in Deutschland gemäß der aktuellen Kosmetikverordnung sowie Kosmetik GMP produziert und im CPNP Portal gemeldet.

Prickelnd Werbeerlebnisse

Banane, Waldmeister, Kirsche oder lieber Blaubeere, die prickelnd auf der Zunge zergehen? Ahoj Brause ist jedem ein Begriff, doch in Form von süßen Teddybärchen von Kalfany Süße Werbung – das ist nicht nur besonders, sondern eignet sich auch besonders gut als prickelndes Giveaway 2Go. Die Brause Super Bären überzeugen nicht nur durch ihre Form und ihren unverwechselbaren Geschmack alle Brausefans. Sie punkten nun auch mit ihren enthaltenen Mineralien (Calcium, Magnesium und Zink), dem Vitamin C sowie Traubenzucker. Das zehn Gramm Papierwerbetütchen wird von Kalfany Süße Werbung unter IFS-Standards in der hauseigenen Druckerei zur Vollendung gebracht.



PSI 42706
 Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG
 Tel +49 7643 8010 • info@ksw24.com
 www.suesse-werbung.de

re98.

CLASSICS & IDEAS

Von grob bis fein!

Entdecken Sie die neuen Salz- und Pfeffermühlen aus Akazienholz!



Gourmet-Momente garantiert

Die **RE98-Millmaster** und **RE98-Spicer** Mühlen vereinen höchste Qualität mit ansprechender Ästhetik. Gefertigt aus edlem **Akazienholz**, sind sie ein echter Blickfang in jeder Küche. Dank des präzisen **Keramikmahlwerks** lassen sich Salz und Pfeffer in der gewünschten Körnung perfekt zermahlen. Zudem bieten sie vielfältige Möglichkeiten zur Individualisierung mit Ihrem Firmenlogo – eine elegante Möglichkeit, Ihre Marke zu präsentieren.



Eine besonders erfreuliche Nachricht für alle, die doppelt genießen möchten: Unser RE98-Millmaster ist jetzt auch als exklusives Set mit zwei Mühlen erhältlich.

REFLECTS GmbH | Toyota-Allee 54 | 50858 Köln | Germany
 T +49 2234 9900-0 | info@reflects.com
 reflects.com



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

Florale Grüße

Die Mini-Vase von emotion factory Heri-Rigoni besticht durch ihre schlichte Eleganz und vielseitigen Werbemöglichkeiten. Der Echtholzwürfel verleiht jedem Raum eine warme und natürliche Atmosphäre. Das integrierte Glasröhrchen eignet sich ideal für eine einzelne Blume oder einen zarten Zweig, um frische Lebendigkeit zu verbreiten. Die Mini-Vase fungiert als charmantes Dekorationsstück auf Schreibtischen, Regalen oder Fensterbänken. Durch sein zeitloses Design verschönert das geschmackvolle Werbepräparat jeden Raum. Die Vase wird für den sicheren Transport in einem individuell gefertigten Einzelkarton geliefert, der auch als elegante Werbeverpackung dient. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt, denn der Karton kann nach allen Wünschen gestaltet werden. Zusätzlich sorgt eine Lasergravur auf dem Holz für einen bleibenden Werbeeffect. Als alternatives Produkt wird die Mini-Vase auch mit einem Magneten geliefert.

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



Bee Happy

Das Werbeerlebnis mit einer bunten Blumenwiese von Römer Präsente macht die Welt etwas bunter. Das naturfarbene Säckchen mit Bee-Happy-Anhänger enthält drei große farbige Samenbomben zu je rund zehn Gramm mit einer Wiesenblumen-Saatmischung. Mit einer stattlichen Wuchshöhe zwischen 30 und maximal 120 Zentimetern, bleibt diese sicher von Lehm und natürlichen Farben umhüllte Botschaft garantiert in Erinnerung. Die Saatkugeln werden ganz einfach ausgeworfen und nach etwas Regen, Sonne und Geduld entsteht die Blütenpracht. So wird die Umgebung wie ein Garten oder die Balkonkästen ein bisschen bunter und bienenfreundlicher. Eine Anleitung für die Saatkugeln befindet sich auf der Rückseite des Anhängers. Auf Wunsch auch mit eigenem Anhänger.

Nachhaltige Gartengestaltung

Wegführung, Sichtachsen, Bepflanzung, Umgang mit Höhen: Im Buch aus dem Sortiment von Edition Michael Fischer (EMF-Verlag) wird Schritt für Schritt erläutert, worauf es bei der Gartenplanung ankommt. Im Vordergrund steht dabei stets der Aspekt der Umweltfreundlichkeit. Der Fokus liegt auf nachhaltigen Materialien und trockenheitsresistenten Pflanzen. Das Buch ist der ideale Begleiter von der ersten Ideensammlung über die Konzeptentwicklung bis hin zum fertigen Entwurf. Es gibt zahlreiche Anregungen, um den eigenen Stil zu finden. So gelingt es, den Garten individuell und ökologisch wertvoll zu gestalten. Der EMF-Verlag platziert auf Wunsch zudem Produkte und Dienstleistungen in den Anleitungstexten. Des Weiteren kann ein Logo auf dem Cover platziert und das Corporate Design berücksichtigt werden. So entsteht ein individuelles Buch, das perfekt zum Unternehmen und zur Marke passt.

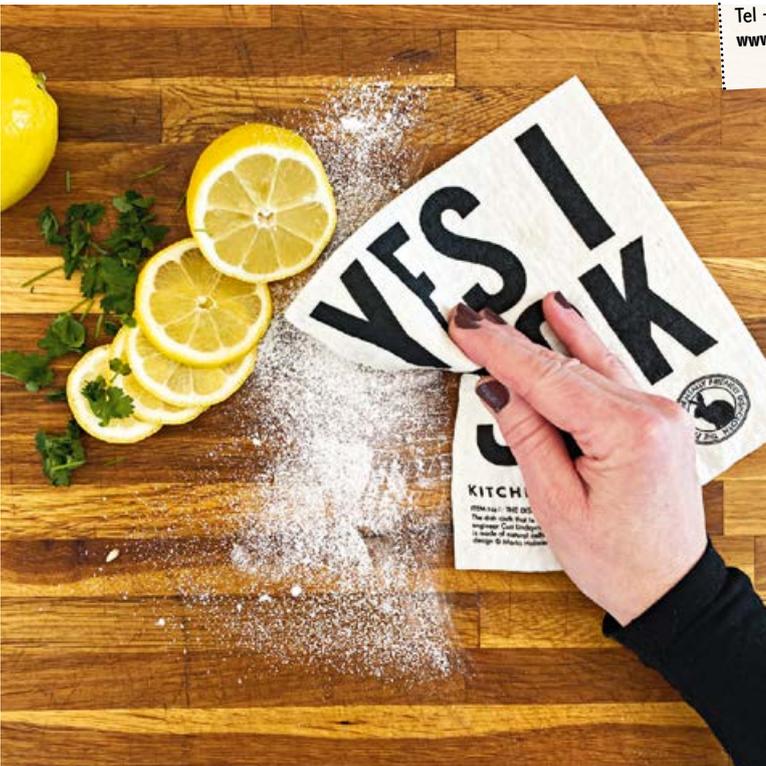
PSI 49982 • Edition Michael Fischer GmbH
Tel +49 89 2123107-50
tatjana.bleiler@emf-verlag.de
www.emf-verlag.de



Honigsüßes Konzept

Ecobrand stellt eine neue Lösung für Kunden mit eigenen Bienenstöcken vor: Im Vorjahr präsentierte das Unternehmen aus Österreich die Honigsets mit vielen verschiedenen Veredelungsvarianten. Aufgrund der Nachfrage viele Kunden nach der Möglichkeit, eigenen Honig zu liefern, füllt Ecobrand nun ab einer Menge von 50 Kilogramm Kundenhonige mit perfektem Kundenbranding in aufmerksamkeitsstarke 50-Gramm-Gläschen und Sets ab. Damit werden Kundengeschenke noch individueller und vor allem perfekt präsentiert. Neu im System sind auch coole Zweier Sets, die sowohl mit Lagerhonigen als auch Kundenhonigen gefüllt werden können.

PSI 60236
ecobrand respectful distribution gmbh
Tel +43 5576 21595
office@ecobrand.promo
www.ecobrand.promo



PSI 47879 • Teko Tryck AB
Tel +46 456 13253 • info@tekotryck.se
www.tekotryck.se

Saubere Angelegenheit

Das schwedische zu 100 Prozent biologisch abbaubare Geschirrtuch von Teko Tryck ist nicht nur sehr nützlich, sondern zugleich auch umweltschonend. Denn das aus 70 Prozent Zellulose und 30 Prozent Baumwolle hergestellte Tuch trägt dazu bei, den Verbrauch von Papierhandtüchern zu senken und ist zudem die perfekte Alternative für Tücher, die oftmals mit Anteilen aus Kunststoff produziert werden. Außerdem kann das Tuch, das das 15-fache seines Eigengewichts absorbiert, in der Waschmaschine oder im Geschirrspüler gewaschen oder sogar ausgekocht werden. Danach kann es unbegrenzt oft wiederverwendet werden. Die Tinten, die das Unternehmen aus Schweden für den Druck verwendet, sind übrigens auf Wasserbasis und umweltfreundlich.

PSI 46897 • Dosespezialist GmbH
 Tel +49 3621 7338017
 sara.ludwig@doseplus.de
 www.doseplus.de



Ascher für die Tasche

Für Kunden, die Wert auf Nachhaltigkeit und ökologische Werbemittel legen, präsentiert Dosen-spezialist den Taschenaschenbecher. Dieser handliche Begleiter ermöglicht dem Anwender, auch unterwegs umweltbewusst zu bleiben, ohne auf Stil zu verzichten. Das Produkt ist als Lagerware sofort verfügbar und wird selbst mit individuellem Kundenlogo innerhalb von zwei Wochen geliefert. Dies ermöglicht eine schnelle und effektive Umsetzung geplanter Werbemaßnahmen. Der Aschen-becher ist nicht nur ein praktisches Accessoire, sondern auch ein Symbol für das Engagement für Umweltschutz und Corporate Social Responsibility. Das Werbemittel erinnert den Kunden täglich daran, wie wichtig es ist, Verantwortung für unsere Umwelt zu übernehmen.

Wanderparadies Deutschland

Der Kalender Deutschland Wanderland 2025 zielt auf Freunde des Wander-, Hiking- oder Trekking-Sports: Im Gehen liegt großes Glück, wer also häufig die Wanderstiefel schnürt, findet sich thematisch in diesem schönen Kalender auf naturbelassenen Pfaden wieder und trifft auf den zwölf Touren stets auf den Beweis, dass Deutschland ein echtes Wanderland ist. Der Kunde entscheidet, ob er den kompletten Weitwanderweg oder nur einzelne Etappen laufen möchte. Der Verlag bieten die Inspiration dafür, inklusive kleiner Routenkarte und ergänzenden Strecken-Infos. Wie alle Ackermann-Kalender wird auch dieses Produkt ausschließlich in Deutschland produziert und in Kooperation mit NatureOffice klimaneutral auf Papier gedruckt, das aus vorbildlich bewirtschafteten, FSC®-zertifizierten Wäldern und anderen kontrollierten Quellen stammt. Werbeeindrücke sind ab 50 Stück möglich.



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



REuse today, save tomorrow.



elastoREuse.de

Die zeitgemäße Lösung für Mensch und Umwelt.

Ein moderner Lifestyle, Arbeit, Hobby, Sport, immer auf dem Sprung – da bleibt manchmal das Kochen daheim auf der Strecke. Die Anzahl an Take-away Bestellungen steigt kontinuierlich. Damit auch der Müllberg an Einweg-ToGo-Verpackungen. So gilt es mehr denn je, einen Einklang zwischen menschlichem Verhalten und den Auswirkungen auf die Umwelt zu finden.

Die elastoREuse-Reihe ist die wiederverwendbare und nachhaltige Lösung – für Fastfood ohne schlechtes Gewissen. Unsere Produkte sind zu 100% **MADE IN GERMANY**.



Made in Germany.



Mikrowellentauglich.



Umweltschonend.



Individuell.



Langlebig.



02041 Lunchpot ToGo, 0,65 l

Bunt und gesund – perfekt geeignet für den nächsten Lunch und vieles mehr. Unser neuer Lunchpot ist die wiederverwendbare Alternative zum Einwegmüll! Zu 100% recycelbar und natürlich BPA-frei.



PSI 48449 • Der Zuckerbäcker GmbH
Tel +49 7131 8996146
psi@der-zuckerbaecker.de
www.der-zuckerbaecker.de



Clevere Ecobags

Neu bei Der Zuckerbäcker sind die Die Ecobags, biologisch abbaubare und nach Wunsch befüllte Standbodenbeutel aus Kraftpapier. Die stehenden Werbebeutel sind frei von Aluminium und daher besonders nachhaltig. Darüber hinaus ist das Material lebensmittelecht, sodass der Original-Geschmack der Süßigkeiten und Snacks komplett erhalten bleibt. Hochwertige Marken-Süßwaren, Nüsse oder Müslimischungen werden passend zu verschiedenen Anlässen als Füllvarianten angeboten. Die von Hand befüllten Ecobags gibt es in fünf verschiedenen Größen. Ab einer Mindestmenge von 100 Stück können sie mit individuellem Etikett veredelt werden. Durch die großflächige Individualisierung trägt sich die personalisierte Werbung positiv und nachhaltig in die Welt.

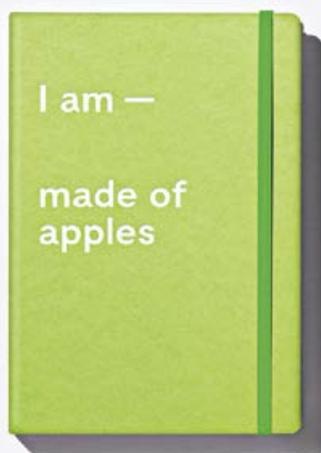
Frühlingszauber im Taschenformat

Die Samen-Karte-Mini Blume entfaltet ihre zauberhafte Blütenpracht im Werbeuniversum. Die emotion factory aus dem Schwarzwald beweist damit ein Händchen für nachhaltige Werbebotschafter. Der sympathische Frühlingsbote beinhaltet ein Sichtfenster in Form einer Blume, das die fröhlich tanzenden Pflanzensamen zeigt. Das Produkt im Scheckkartenformat kann beidseitig gestaltet und bedruckt werden, ideal für kreative Werbebotschaften im Frühjahr oder als Messe-Give-Away. Mit einem Gewicht von zirka fünf Gramm lässt sich diese blumige Überraschung problemlos versenden. Das hochwertige Digitaldruckverfahren ermöglicht eine 4/4-c-Euroskala-Gestaltung für maximale Brillanz.

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



PSI 46432
brandbook -NEXT design+produktion GmbH
Tel +49 69 4080900 • info@brandbook.de
www.brandbook.de



Smartes Upcycling-Konzept

Das Upcycling-Konzept für Bucheinbände von brandbook stützt sich auf Apfelreste: Denn dieses Material hat die gleichen Eigenschaften wie ein angenehm weiches, voluminöses Kunstleder. Statt aus chemischen Rohstoffen, besteht es zu einem hohen Anteil aus natürlichen Resten von Äpfeln. Dieses natürliche Material eignet sich übrigens auch hervorragend für individuelle Logoprägungen. Bei brandbook ist das Material in Grün, Weiß, Grau und Schwarz als modulares Notizbuch ab einer Auflage von 25 Exemplaren mit eigenem Logo erhältlich: Eco Apple A5 Green lassen sich online anschauen unter <https://brandbook.de/modulare-notizbuecher/eco-apple-a5-green>



PSI 49090 • TDJ Stadtgärtner GmbH
Tel +49 5921 8183986
werbmittel@diestadtgaertner.de
www.diestadtgaertner.de

Wachsendes Werbegabe

Seedbombs sind nachhaltige Werbemittel, die Marken wortwörtlich zum Blühen bringen: Die kleinen, handgerollten Kügelchen aus Erde, Ton und Saatgut aus dem Sortiment von TDJ Stadtgärtner verwandeln Töpfe und Beete quasi im Handumdrehen in ein Blumenmeer. Einfach auswerfen, auf den nächsten Regen warten respektive mit der Gießkanne nachhelfen und schon bald beginnt das Wildblumenblühen. Ob walnussgroße, erdfarbene Samenbomben oder lieber in Form von kleinen, bunten Blumenmurmeln: Seedbombs von Die Stadtgärtner sind der ideale Streuartikel für PromoEons, perfekte Give-aways für Messen, nachhaltige Werbegeschenke sowie ökologisch wertvolle Aufmerksamkeiten für Mitarbeiter, Kunden und Partner. Die Seedbombs und Blumenmurmeln können in verschiedenen Größen und Verpackungen bestellt und individualisiert werden: im Wachtelei-Karton mit Papierbanderole, im 1er- Papierträger, im hochwertigen Baumwoll- oder Jutesäckchen, oder in einer Faltschachtel.

Nachhaltige Meeresfreunde

Die neuesten, innovativen MiniFeet®-Meeresfreunde von mbw® sind zu aus 100 Prozent aus recycelten PET-Flaschen gefertigt. Die entzückenden Meeresbewohner, bestehend aus Wal, Oktopus und Seestern, sind nicht nur kuschelweiche Spielgefährten, sondern auch Pioniere im Umweltschutz. Die sympathischen Werbebotschafter sind in vier Pastellfarben erhältlich und tragen dazu bei, Plastikmüll zu reduzieren: ein klares Statement für Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Ihre gestickten Augen und Münder sind nicht nur liebevolle Details, sondern auch ein bewusster Verzicht auf zusätzliche Plastikteile. Ob als Prämie für Kunden, als Geschenk für Mitarbeiter oder als auffälliges Produkt am Point of Sale: Die MiniFeet®-Meeresfreunde sind vielseitige Werbeartikel, die positive Stimmungswellen auslösen und langfristige Freude schenken. Alle Produkte können mit dem Firmenlogo oder einem Slogan bedruckt werden. Neben den neuen Meerestieren bietet mbw® noch viele weitere Produkte aus recycelten Materialien an, die jetzt online entdeckt werden können.

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



PSI 42743 • FOL International GmbH
 Tel +49 631 3531328 • service@folinc.com
 www.fruitoftheloom.eu



Gutes Tragegefühl

Fruit of the Loom steht für hochwertige Styles, individuelle Textilveredelung und eine breite Farbauswahl. Für die Farbe Athletic Heather, aus 90 Prozent ringgesponnener Baumwolle und 10 Prozent recyceltem Polyester, werden bereits verwendete Materialien neu aufgearbeitet und eingesetzt. Somit steht die Farbe ganz im Zeichen der Nachhaltigkeitsinitiative The Fruit Way. Athletic Heather ist in verschiedenen Styles für Damen und Herren erhältlich, auch innerhalb der beliebten Iconic T-Shirt Collection sowie der Premium Polo Collection. Beim Klassiker, dem Iconic 150 T, trifft moderner Fashion Fit mit Rundhalsausschnitt auf hohe Stoffqualität. Der zeitlose Allrounder und feste Bestandteil in Sachen Berufsbekleidung ist das Poloshirt. Es überzeugt mit einem angenehmen Tragegefühl und verleiht stets einen eleganten Look. Mit der Farbe Athletic Heather bietet Fruit of the Loom ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit vielfältige Styles für verschiedene Anlässe und individuelle Textilveredelungen. Die eigene Produktionsstätte in Marokko gewährleistet neben der Qualität, Farbe und Konsistenz ihrer Kleidungsstücke die Herstellung gemäß The Fruit Way – mit Respekt für Menschen und den Planeten.

Handgemacht im Münsterland

Die Kraft der Natur ist der Hauptbestandteil des Zirbenkissens von Herbalind, das in allen Größen und verschiedenen Formen individuell gefertigt werden kann. Für die haptische Werbung sind diese Kissen ein natürlicher, umweltfreundlicher und dazu nachhaltiger und fairer Werbeträger. Weshalb? Weil die Kissen im Münsterland im Inklusionsbetrieb von Herbalind gefertigt werden. Die Zirbe hat den herrlichen Duft nach Hartholz – sofort stellt sich ein Urlaubsgefühl ein.

PSI 46706 • ASB Herbalind gGmbH
 Tel +49 2872 92760 • info@herbalind.de
 www.herbalind.com



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



Werbung mit Reinigungseffekt

Mikrofasertücher haben sich als unverzichtbare Reinigungshelfer etabliert, doch steigendes Umweltbewusstsein fordert nachhaltige Alternativen. Hier setzen Tücher aus recycelten Materialien wie rPET an, zusammen mit einer umweltfreundlichen Verpackung, beides erhältlich bei Pins & mehr. Nachhaltige Varianten schonen natürliche Ressourcen, ohne dabei an Effektivität einzubüßen. Ein Fortschritt ist die Einführung kompostierbarer Verpackungen: Bei den Pins sowie dem Einkaufswagen-auslöser Triggi®, kommen als Verpackungslösung bereits seit längerem kompostierbare Folienbeutel zum Einsatz. Diese biologisch abbaubaren Behältnisse gibt es nun auch für die hochwertigen Mikrofasertücher. Damit wird der ökologische Fußabdruck weiter minimiert und die gewünschte Werbebotschaft mit dem Siegel der Nachhaltigkeit ausgestattet.



Business-Notizbücher
 MADE IN GERMANY

PSI 41615 • Geiger-Notes AG
 Tel +49 6134 1880 • info@geiger-notes.ag
 www.geiger-notes.ag

(Fast) zum Hineinbeißen

Das elegante Black-Book green+blue von Geiger-Notes ist ein besonders nachhaltiges Notizbuch, welches in DIN A4 und DIN A5 erhältlich ist. Ausgestattet ist es mit einem Hardcover-Einband aus Appleorganic-Material, das zu 39 Prozent aus Apfelresten besteht. Es bietet stilvolle Nachhaltigkeit mit einer Werbepprägung auf dem Einband. Die Notizseiten sowie der Vor- und Nachsatz bestehen aus Recycling-Papier mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“. Die 192 Seiten mit Winkelkaro und Mikroperforation, die Einstecktasche, das Gummiverschlussband, die Stiftschlaufe, das Lesezeichen, das Kapitalband und der schwarze Farbschnitt machen es zum Begleiter mit Umweltbewusstsein.



SHIVA O₂ – A SUSTAINABLE CHOICE THE 100% BIOBASED SUGARCANE BOTTLE

Choose Shiva O₂, and make a positive impact on both the planet and your hydration routine. Embrace sustainability without compromising on quality and style. Bottle and cap available in 4 colours. Delivery 2 weeks. Made in the Netherlands. BPA free, 100% recyclable and reusable. Can be printed full colour, all-round.

www.bottlepromotions.com | carl.tolido@garmin.com | joy.schoelink@garmin.com



PSI 43144
 FARE - Guenther Fassbender GmbH
 Tel +49 2191 609150 • info@fare.de
 www.fare.de



Pausenspaß auch im Regen

Gerade blitzen noch Sonnenstrahlen zwischen den Wolken hervor, jetzt verdunkelt sich der Himmel: Da ist das FARE Set ÖkoBrella To Go genau das Richtige für echte Outdoorfans, die bei jedem Wetter draußen unterwegs sind. Der Taschenschirm aus wassersparend gefärbtem Polyester-Pongee waterSAVE® Bezugsmaterial aus recycelten Kunststoffen schützt vor Regen und hält dank flexiblem Windproof-Gestell auch starke Windböen aus. Neben der Veredelungsmöglichkeit auf den Keilen des Schirms, ist der Echtholzgriff mit einer Werbeanbringungsmöglichkeit ausgestattet. Der Schirm sowie der dazugehörige doppelwandige Thermobecher mit 400 ml Fassungsvermögen von Koziol sind in einer ansprechend gestalteten Kartontage verpackt.

Nachhaltiges Must-have

Das ökologische und nachhaltige Premium Shoe Care-Set der Frank Bürsten GmbH ist Made in Germany und besteht aus zwei schönen Rosshaar-Glanzbürsten, zwei handlichen Rosshaar-Tiegelbürsten, zwei Öko-Tex Baumwoll-Poliertüchern und einem hochwertigem Schuhwachs. Das Schuhpflegeset ist für die Pflege von Glattlederschuh vorgesehen. Die Nutzung der beigelegten Pflegeanleitung garantiert einen glänzenden Auftritt und die langanhaltende Freude an guten Schuhen. Verpackt wird das Ensemble in einer ansprechenden Präsentationsbox aus umweltfreundlichem Karton. Bei der Zusammenstellung des Sets wurden nur nachhaltige Produkte verwendet. Bei der Produktion setzt Frank Bürsten auf regenerative Energien, um eine umweltschonende Herstellung der Produkte sicherzustellen: Der dafür benötigte Strom wird vollständig über die eigene Wasserkraft- und Photovoltaikanlage abgedeckt. Das Holz der Bürsten stammt ausschließlich aus dem Schwarzwald. Zur Beheizung der Firmengebäude werden die bei der Produktion anfallenden Holzspäne verwendet. Auf Wunsch platziert der Hersteller individuelle Firmen- oder Werbelogos auf der Banderole oder den Bürsten.



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

PSI 47317 • tobra GmbH & Co. KG
Tel +49 6762 962760 • psi@tobra.io
www.tobra.io



Aus Liebe zur Natur

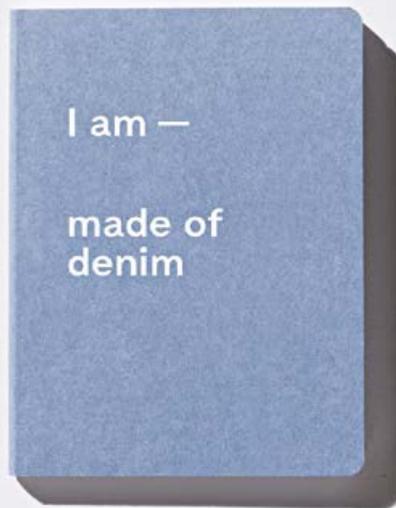
Die Samenkugeln der BIO Flowerheart Bienenwiese von Tobra sind jetzt auch in Herzform erhältlich. Mit einer Mischung aus über 20 Samen, darunter Kornblumen, Malven, Klatschmohn und mehr, werden nicht nur Bienen, sondern auch Schmetterlinge und andere Nützlinge angelockt. Flowerheart ist BIO zertifiziert, ökologisch, nachhaltig und Made in Germany. Die Herzform ist nicht nur ein Symbol der Liebe zur Natur, sondern auch eine einzigartige Möglichkeit, einen persönlichen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten – als Giveaway eine schöne Botschaft mit Herz. Die Flowerhearts sind perfekt, um zwischen April und Juli ausgesät zu werden und eine vielfältige und nektarreiche Pflanzenwelt zu schaffen. Die Mischungen bestehen größtenteils aus einheimischen Sorten, die das Ökosystem unterstützen und fördern. Auch die Verpackung aus FSC zertifiziertem Braunkarton wird nicht nur digital bedruckt, sondern standardmäßig an das Herzdesign angepasst. Alternativ lässt sich auch eine individuelle Verpackung beidseitig nach eigenen Wünschen realisieren.

Grün und sauber

Die Öko Schwammtücher von marcolor kommen als reines Naturprodukt ohne Plastik daher und überzeugt durch sein sehr saugfähiges Schwamm-Material aus Holz-Zellulose & Baumwolle. Es kann mehrfach in der Waschmaschine gewaschen werden. Kompostierbar im Hauskompost. Das Schwammtuch ist Made and Printed in Germany – vom Tuch bis zur eigenen Papierbanderole. Diese besteht aus recyceltem Naturpapier und bietet Platz für zusätzliche Werbung. Neben den Standardformaten sind auch Sonderformate möglich.



PSI 60675 • marcolor GmbH & Co. KG
Tel +49 6562 93126-0
kontakt@marcolor.de
www.marcolor.de



PSI 46432
 brandbook - NEXT design+produktion GmbH
 Tel +49 69 4080900 • info@brandbook.de
 www.brandbook.de

Buch-Cover im Jeans-Look

Kreative und individuelle Notizbücher, bestens eingekleidet in Blue-Jeans, liefert brandbook: Der denim-blaue Jeanskarton besteht zu 50 Prozent aus recycelten Jeansfasern respektive Jeansstaub und zu 50 Prozent aus FSC-Zellstoff. Diese Zusammensetzung führt zu einem robusten Einbandmaterial, das ideal für die Weiterverarbeitung zum Flexcover geeignet ist. Bei brandbook ist das Material als modulares Notizbuch in den Formaten M sowie L ab einer Auflage von 25 Exemplaren mit eigenem Logo erhältlich. Das charakteristische Blau dieses weichen, textilähnlichen Materials erinnert stark an seinen Ursprung: Denim-Stoff. Beim Recycling von Jeanshosen fallen Fasern an, die zu klein sind, um zu neuem Garn versponnen zu werden, sich aber perfekt für die Papierherstellung eignen. Gemischt mit Zellstoff aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern entsteht ein einzigartiges Material, das die Lässigkeit von Denim mit der Feinheit von Papier verbindet.

Edles Trinkgefäß

Ein praktischer Thermobecher ist sowohl für Berufstätige als auch für Menschen, die viel unterwegs sind, ein überaus nützliches Accessoire. Graboo, der doppelwandige Thermobecher aus recyceltem Edelstahl von Anda Present, hinterlässt mit seinem schlanken Design, dem Deckel und dem Griff aus Bambus einen bleibenden Eindruck. Aufgrund seiner Materialien, recycelter Edelstahl und Bambus, bietet Graboo mehr als nur ein Gefäß für Getränke: Das Werbemittel wird neben seinem praktischen Nutzen zu einem Symbol für Nachhaltigkeit und setzt ein klares Zeichen für das Engagement eines Unternehmens für die Umwelt. Graboo lässt sich mit vielen verschiedenen Drucktechniken wie Gravur, Siebdruck oder Tampondruck beschriften, so dass auffällige Firmenlogos die Aufmerksamkeit verschiedener Zielgruppen auf sich ziehen.



PSI 45753 • Anda Present Ltd.
 Tel +36 1 2100758
 export@andapresent.com
 www.andapresent.com

PSI 49482 • i4 d.o.o.
Tel +38 640436480
grega@inventedfor.com
www.invented4.gifts



Verschlussache aus dem Ozean

Ocean Clamps von i4 sind patentierte Klammern, die sich zum Verschließen von harten und weichen Beuteln eignen und durch ihre kompakte Größe überall verstauen lassen. Sie bestehen zu 100 Prozent aus Meeressmüll, sind umweltfreundlich und werden in Slowenien (EU) hergestellt. Sie sind in individuellen Kunststofffarben erhältlich und können in verschiedenen Packungsgrößen bestellt werden. Möglich ist auch der Aufdruck eines QR-Codes neben der Marke, um Apps, Online-Dienste, Treue- und Belohnungsprogramme zu bewerben.

Leicht und locker mit Lifestyle

Die Aktiv-Saison startet jetzt richtig durch. Um Seminare und Workshops genauso zu genießen wie Festivals und Events, ist die Halfar Multibag EVENT als lockerer Begleiter gefragt. Sie trägt Unterlagen genauso wie die kleine Ausstattung für den Tag. Durch einen schnellen Handgriff lässt sie sich von Umhängetasche zu Rucksack umfunktionieren. Mit vielen modischen Farben und ihrer leichtgewichtigen kompakten Art ist die EVENT überall dabei. Ob A4-Unterlagen und Notizblock, Tickets und Sonnencreme: hier geht alles mit. Schließlich spart das rPET-Material auch Ressourcen.

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





PSI 48418 • TGL Poland sp. z o.o.
Tel +48 61 3072345 • info@tedgifted.com
www.tedgifted.com



Schnell und wirkungsvoll

Nachhaltige rPET-Schlüsselbänder mit Druck liefert Ted Gifted in ein bis zwei Tagen zum Empfänger. Das mit einem Logo oder einem anderen Design bedrucktes Schlüsselband ist als eines der praktischsten personalisierten Werbeartikel bekannt. Geeignet für unzählige Anlässe, wie Konferenzen, Festivals, Reisen und vieles mehr ist das ECO Lanyard ein Teil der Best Collection des Herstellers. Bis zu 999 Stück sind in zwei Tagen, als Expresslieferung sogar in einem Tag beim Empfänger.

Eingestreuter Trinkgenuss

Hier wird der Gebrauch von Plastikflaschen vermieden und natürliches Leitungswasser zum Geschmackserlebnis: Mit den natürlichen Aromen und wertvollen Vitaminen der Brausedrops aus dem Sortiment von Werbegetränke-Spezialist Römer Drinks, exklusiver Werbemittel-Partner der innovativen Marke dropz, wird pures Leitungswasser zur gesunden Alternative zu herkömmlichen Süßgetränken. Für mehr Lebensqualität und Wohlbefinden, ohne Kalorien und ohne Zucker. Der Spezialist bietet neben einem Beutel mit 20 Drops Limette-Minze nun auch eine Sachet Variante mit einem Drop für den Frischekick unterwegs an. Ein individueller Aufkleber auf dem Beutel ist ab 100 Stück möglich. Für jede verkaufte Packung dropz mit 20 Brausetabletten wird eine Plastikflasche aus dem Ozean gefischt – ein starkes Signal für die Umwelt. So geht nachhaltige Werbung, die glücklich macht



PSI 50967 • Römer Drinks
by Römer Wein und Sekt GmbH
Tel +49 6541 8129-0
info@roemer-drinks.de
www.roemer-drinks.de

PSI 60236
ecobrand respectful distribution gmbh
Tel +43 5576 21595
office@ecobrand.promo
www.ecobrand.promo



Neuer Komplettservice

Sprout-Vertriebspartner Ecobrand weitet seinen Service zu den innovativen Samenstiften weiter aus. Durch eine neue Anlage für die Umsetzung von Lasergravuren können die Sprout Produkte nun ab 120 Stück graviert oder vierfarbig bedruckt werden. Gleichzeitig sind auch die Ansteckkärtchen ab 120 Stück mit individueller Gestaltung erhältlich. Mit einer Lieferzeit von zwei bis drei Wochen bis 2.400 Stück sind die Österreicher auch schneller als der bisherige Standardservice. Neu ist zudem der Sprout Powerpack, bestehend aus dem bekannten Sprout Stift mit Anspitzer und dem Pferdeapfel-Naturdünger auf einer extragroßen und extrakommunikativen Trägerkarte. Das Anspitzen macht ihn nützlich für den Schreibtisch, der Wachstums-Booster von Pferdeapfel sorgt für perfektes Wachstum beim Einpflanzen. Sprout ergänzt sein Sortiment außerdem mit dem neuen Mini-Stift, der fünf Zentimeter kürzer ist als die lange Version. Dieser ist ab 500 Stück inklusive Kärtchen erhältlich.





Knuffiges Recycle-Bienchen

Biene Bienchen aus recycelten PET aus dem Sortiment der team-d Import-Export Warenvertriebs GmbH ist eine Botschafterin für den Umweltschutz und hat in Bär Bruno einen neuen Freund gefunden. Auch dieser ist aus recyceltem Plüsch und ein extrem weicher und anschmiegsamer Schmusebär. Gleich fünf neue Freunde kamen zudem als Fingerpuppen hinzu. Ebenfalls aus rPET gefertigt, fördern sie spielerisch die Kreativität. Außerdem wird der Freundeskreis zum Knuddeln von Biber Dame Betty und Schmetterling Stella erweitert. Alle Modelle sind ab Lager Schorndorf erhältlich. Sonderanfertigungen sind je nach Größe und Material ab 3.000 bzw. 5.000 Stück möglich.



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

– Anzeige –



mbw[®]

**RECYCLABLE
LIKEABLE**

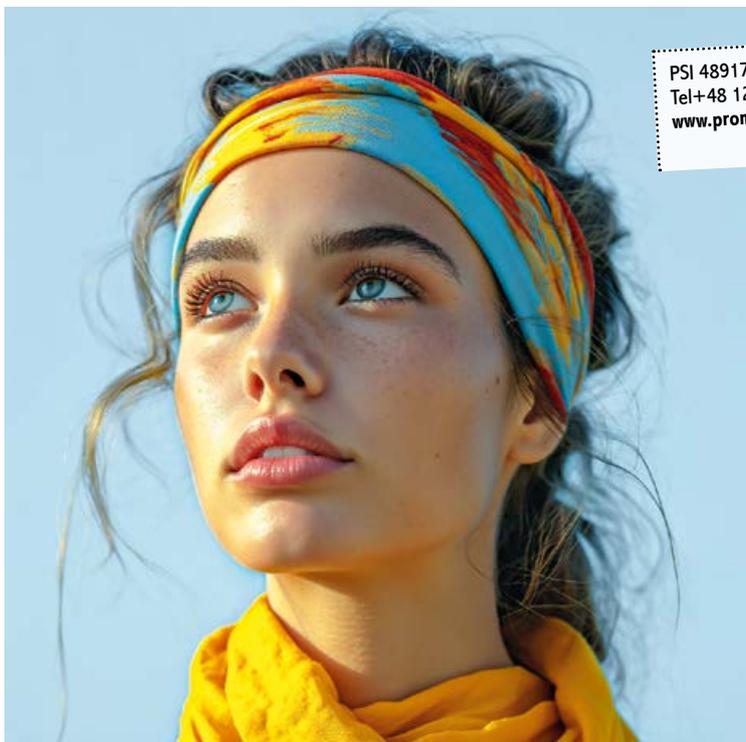
**Kuschelig weiche
Meerestiere aus 100%
recycelten PET-Flaschen
MIT IHREM LOGO!**

Entdecken Sie die neue
Serie der recycelten
MiniFeet[®]-Meerestiere
und bleiben Sie nachhaltig
gut in Erinnerung!

**Weitere Infos & attraktive
Musterboxen unter:**

mbw.sh





PSI 48917 • Promo-House
Tel+48 12 4114242 • biuro@promohouse.pl
www.promohouse.pl

Vielseitiges Accessoire

Das ECO rPet Bandana von Promo-House wird aufgrund seines Nutzens als Element der Sport- und Freizeitkleidung sowie seiner Funktionalität oft als Werbeträger eingesetzt. Das Bandana hat viele Funktionen, darunter Einsätze als Halstuch, Stirnband, Haarband, Armbinde, Hut, Kopftuch oder Mundschutz. Der Einsatzzweck hängt allein von der Kreativität des Benutzers ab. Die Bedruckten dieser Tücher kann im Sublimationsverfahren oder im digitalen Inkjet-Verfahren umgesetzt werden. Im Sinne der nachhaltigen Entwicklung werden die Tücher aus recycelter Polyester-Mikrofaser, rPET, mit einem Gewicht von 150 Gramm hergestellt, die in speziellen Verpackungen aus Ökokarton geliefert werden können. Diese ökologischen Lösungen stehen für den aktuellen globalen Trend. Die Mindestbestellmenge beträgt zehn Stück.

Erdabbaubarer Kunststoff-Ersatz

Der erdabbaubare Biowerkstoff GI Green HomeCare ermöglicht die Überführung von Kunststoffprodukten in die Nachhaltigkeit. Dieses Rohmaterial können Kunden, die aktuell herkömmliche Kunststoffartikel im Spritzgussverfahren herstellen, direkt und exklusiv über Global Innovations Germany beziehen. Die Fabrikation erfolgt in Deutschland oder in China, der Werkstoff ist auch in Testmengen erhältlich. Auch Unternehmen, die nicht selbst produzieren, können das Material beziehen und direkt an den Produzenten liefern lassen. Das weltweit patentierte Material ist erdabbaubar, hinterlässt kein Mikroplastik und ist in Bezug auf Haltbarkeit und Formstabilität vergleichbar mit ähnlichen Kunststoffprodukten. Der TÜV-zertifizierte Werkstoff ist lebensmittelecht und spülmaschineneignen und in seinem eigenen Kreislauf recycelbar. Er ist ohne Änderungen in bestehenden Spritzgussformen nutzbar und in verschiedenen Materialversionen von flexibel bis hart verfügbar. Die niedrigere Verarbeitungstemperatur führt in der Produktion zudem zu einer Energieersparnis. Die höchste Qualität des Biowerkstoffes wird garantiert durch das neue Low Migration Material, da diese Materialvariante für die Lebensmittelindustrie entwickelt wurde und daher extrem hohe Standards erfüllt.

PSI 46626
Global Innovations Germany GmbH & Co. KG
Tel +49 6502 93086-0
info@globalinnovations.de
www.globalinnovations.de

UMWELTFREUNDLICHE
ALTERNATIVE ZU HER-
KÖMMLICHEN KUNSTSTOFFEN

LANGLEBIG & FORMSTABIL
ANALOG ZU VERGLEICHBAREN
KUNSTSTOFFPRODUKTEN



AUCH IM EIGENEN
KREISLAUF
RECYCLEBAR

ERDABBAUBAR
OHNE RÜCKSTÄNDE
VON MIKROPLASTIK

Tragfähiger Sportsfreund

T14021, der Turnbeutel aus Organic-Baumwolle aus dem Produktportfolio von Maprom, ist ein praktischer Alltagsbegleiter aus 100 Prozent biologisch angebaute Baumwolle. Zudem ist das hochwertige Produkt zertifiziert nach Oeko-Tex® Standard 100. Dieser naturbelassene, nachhaltige und ökologische Beutel ist mit robusten Zugbändern ausgestattet und kann daher bequem als Rucksack getragen werden. Aufgrund seiner Dimension bietet sich eine große Werbefläche für die Veredelung in allen üblichen Druckverfahren an. Mit diesem Allrounder für Sport und Freizeit erhält der Kunde einen zeitlosen und effektvollen Werbeträger. Weitere Produkte aus dieser Serie finden sich im Shop unter www.maprom.de.



PSI 47372 • Maprom GmbH
Tel +49 5271 9719-0 • info@maprom.de
www.maprom.de

Glänzender Markenbotschafter

Die individuell bedruckbaren und in Deutschland hergestellten Brillentücher von Polyclean bestehen aus recyceltem PET, auch rPET genannt, und sind besonders schonend für empfindliche Oberflächen wie Brillen, Smartphones, Displays oder Kameras. Diese nachhaltige Alternative reduziert den Verbrauch von neuen Rohstoffen und bietet gleichzeitig ein Premium-Produkt, das sowohl die Sicht als auch den ökologischen Fußabdruck verbessert. Modernste Drucktechniken ermöglichen es, individuelle Logos, Schriftzüge oder Bilder in hervorragender Qualität auf die Tücher zu drucken. Diese Möglichkeit bekommt der Kunde ab einer Auflage von 250 Stück. Egal, ob farbenfrohe Motive, leuchtende Farben oder dezente Designs: Das Ergebnis wird in jedem Fall beeindruckend sein. Darüber hinaus besteht auch die Möglichkeit, die Brillentücher in individuell gestalteten Verpackungen wie zum Beispiel in Papieretuis zu liefern, um eine Botschaft oder Marke zusätzlich zu stärken.



PSI 46596 • Polyclean International GmbH
Tel +49 2561 86558300
info@polyclean.com
www.polyclean.com



PSI 42743
 Russell c/o FOL International GmbH
 Tel +49 631 3531328 • service@folinc.com
www.russelleurope.com

PSI 47306 • emco Bautechnik GmbH
 Tel +49 591 9140603 • n.rudau@emco.de
www.emco-bau.com

Individuelles Entrée

Waschbare und individuell bedruckbare Logo- respektive Fußmatten lassen sich bei emco Bautechnik entdecken, in Deutschland hergestellt aus regeneriertem Econyl® Brand Garn. Bei der Gewinnung des Econyl® Garns werden Ressourcen geschont: Gegenüber der herkömmlichen Nylon-Garn Herstellung werden eine erhebliche Menge Rohöl gespart und deutlich weniger CO2 Emissionen verursacht. Darüber hinaus können die Matten problemlos in der Waschmaschine gereinigt werden. Nach erfolgtem Einsatzzweck und Benutzung der Matten wie etwa am Point of Sale, als Kunden-geschenk im Immobilienbereich, als Caravan- oder Motorradmatte und vor allem in Eingangsbereichen steht nur wenig später wieder eine saubere Fußmatte zur Verfügung. Somit wird neben der Verwendung des regeneriertem Econyl® Brand Garns die Nachhaltigkeit durch die verlängerte Lebensdauer noch verstärkt. Zu den vielen Vorteilen gehören der Druck mit leuchtenden, beständigen Farben, die Realisierung individueller Maße und der individuelle Druck. Erhältlich ab nur einem Stück.



PSI 46993 • Trends21 GmbH
 Tel +49 89 54035054 • info@trends21.de
 julia@trends21.de • www.trends21.de



TRENDS 21

Erfrischender Luftzug

Bei Trends21 werden umweltfreundliche Werbefächer mit vollflächigem, vollfarbigem Logoaufdruck auf hochwertiger Papierfläche realisiert. Über den Einsatz dieser aufmerksamkeitsstarken Werbemittel setzen Kunden ein Statement für Nachhaltigkeit und präsentieren ihr Unternehmen auf eine einzigartige Art und Weise. Die Werbefächer bieten nicht nur eine effektive Werbemöglichkeit, sondern transportieren auch das Engagement für Umweltschutz und nachhaltiges Wirtschaften. Mit individuellem Design und hochwertiger Verarbeitung ziehen Unternehmen die Aufmerksamkeit ihrer Zielgruppe auf sich und hinterlassen einen bleibenden Eindruck. Ob als Werbegeschenk für Kunden oder als Accessoire für Unternehmen: Die Werbefächer sind vielseitig einsetzbar. Werbemittelhändler erhalten 20 Prozent Wiederverkäuferrabatt.

PSI 49982 • Edition Michael Fischer GmbH
 Tel +49 89 2123107-50
 tatjana.bleiler@emf-verlag.de
 www.emf-verlag.de



Mehr Umweltbewusstsein

Nachhaltigkeit ist schon seit einiger Zeit in aller Munde und mit den Listen, Anleitungen und Challenges in diesem Buch aus dem Portfolio von EMF-Verlag (Edition Michael Fischer) ist es auch gar nicht schwierig, nachhaltig zu leben. Egal, ob Haushalt, Mode, Kosmetik oder Ernährung: Dieses Buch führt mit alltagstauglichen Tipps und Hinweisen durch alle Lebensbereiche. Neben Aufgaben, um den eigenen ökologischen Fußabdruck zu verkleinern, beinhaltet es Wissen zum Nachschlagen, nachhaltige DIY-Anleitungen und viel Platz, um eigene Ziele und Erfahrungen festzuhalten. Umfang, Inhalt und Gestaltung des Buchs passt der Herausgeber gerne an die Vorstellungen und Wünsche des Kunden an. Hierbei kann neben der Anpassung an das Corporate Design auch das Logo auf dem Cover angebracht werden. Vom preiswerten Streuartikel bis zum hochwertigen Hardcover sind viele Ausstattungsmöglichkeiten denkbar.

Evergreen der Werbebranche

Der fränkische Schreibgerätehersteller Reidinger hat seit mehr als 38 Jahren mit dem Bleistift einen funktionalen, wandlungsfähigen Klassiker im Sortiment, der mehr denn je beweist, dass Markenbotschaften für lange Zeit im Fokus des Kunden verbleiben. Und das, ohne dabei die Umwelt zu belasten. Denn Reidinger Schreibgeräte werden aus FSC-zertifiziertem Holz hergestellt und kompensieren die entstandenen Emissionen für jeden einzelnen Stift. Das gilt auch für die facettenreiche Veredelung der eleganten Schreibgeräte, ganz gleich, ob vierfarbig bedruckt, mit einem funkelnden Kristall gekrönt oder mit praktischem Radiergummi oder Magnetkappe versehen. Unternehmen können guten Gewissens mit den Bleistiften Zeichen setzen für eine grünere Zukunft. Die Schreiber können im Online-Konfigurator auf der Homepage des Herstellers übrighens im Handumdrehen konfektioniert werden.

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





PSI 45899
 micx-media in concept gmbh & co. kg
 Tel +49 5205 99-100 • info@micx.media
 www.micx.media

Elektronik on time

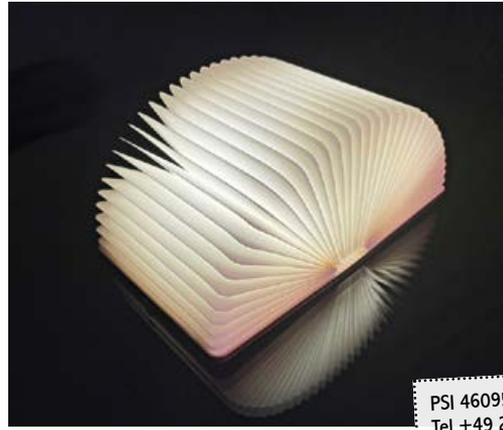
Da Nachhaltigkeit heute wichtiger als je zuvor ist, ersetzen die ECO-Produkte von micx-media schwer abbaubare Kunststoffe durch recycelte Materialien oder nachwachsende Rohstoffe. Ob ein LED-Ladekabel aus recycelten PET-Flaschen und Bambus, eine Powerbank aus Weizenstroh-Material oder sogar ein individuell gestaltbarer Induktions-Charger aus Karton: Die Verbindung aus Funktionalität und Umweltbewusstsein bringt Marken wirkungsvoll in den Alltag der Kunden. Um das Konzept weiter abzurunden, sind zahlreiche Artikel auch in ökofreundlichen Verpackungen wie zum Beispiel in einer Kraftbox erhältlich.

Wandelbares Design-Objekt

Mit einem hochwertigen Marken Kalender von Athesia bleiben Unternehmen ganz sicher 365 Tage im Jahr im Blickfeld der Kundschaft. Der Design-Wochenplaner 2025 von Harenberg kann als reines Planungsinstrument, großer Designkalender oder purer Wandschmuck genutzt werden. Die integrierte Ringöse ermöglicht ein zusammen- oder aufgeklapptes Aufhängen des Kalenders. Die Rückseiten ziert ein dekoratives Muster, womit für jede Gelegenheit die passende Variante entsteht. Die stylischen Rückseiten laden zur Weiterverwertung als Geschenk- oder Deko-Papier ein. Das große Wochenkalendarium erlaubt viel Platz für Termine und Notizen. Der im Format von 25 mal 35,5 Zentimeter lieferbare Werbekalender bietet die Bedruckung auf FSC-zertifiziertem Papier. Die Werbeanbringung wird auf Anfrage entsprechend umgesetzt.



PSI 44546 • Athesia Kalenderverlag GmbH
 Tel +49 89 693378251
 b2b@athesia-verlag.de
 www.athesia-werbekalender.de



PSI 46095 • Lumitoys-GmbH
Tel +49 2331 377545-0 • info@lumitoys.de
www.lumitoys.de

Dekorativer Blickfang

Nützlich, formschön, dekorativ und dazu noch aus nachwachsenden Rohstoffen: All diese Eigenschaften sind charakteristisch für die Dekolampe Book von Lumitoys. Die Lampe im Buch-Design ist ein stilvolles und hochwertiges Kundenpräsent, das jedem Raum eine warme und besondere Note verleiht. Das Holz-Cover bietet viel Platz für eine individuelle Gestaltung, die verleimten Papierseiten geben der Lampe Stabilität und streuen das Licht auf eine einzigartig stimmungsvolle Weise. Für das Cover, in welches das Logo eingraviert wird, stehen verschiedene Brauntöne als Basis zur Auswahl. Alternativ ist auch eine farbige Bedruckung möglich. Die in verschiedenen Größen verfügbare Deko-Lampe wird über USB aufgeladen und ist in verschiedenen LED-Farben oder mit Farbwechsel-LEDs erhältlich. Eine individuell gestaltete Verpackung kann auf Wunsch umgesetzt werden.

Umstellung auf Recyclingmaterial

In diesem Jahr beginnt Result mit der Umstellung der wichtigsten Modelle auf die Verwendung von ganz oder teilweise recyceltem Material. So wurde jüngst etwa der R244X Promo Padded Bodywarmer auf vollständig recycelte Materialien umgestellt. Es gibt keinen Unterschied in Material, Leistung oder Preis. Sichtbare Änderungen sind ein recycelter Reißverschluss, ein biologisch abbaubarer Polybeutel und ein Karton mit grünem Etikett. Die Weste ist in Schwarz, Grau und Marine in den Größen XS bis 3XL erhältlich. Sie ist wasserabweisend, atmungsaktiv und winddicht und verfügt über vertikale Seiteneinsätze und eine Wattierung am Oberkörper für zusätzliche Wärme. Um die Freisetzung von Mikroplastikfasern beim Waschen von Kleidungsstücken aus reinem Polyester zu reduzieren, erhöht der Hersteller den Einsatz von recyceltem Material in allen Kollektionen. Das Übergangslologo steht für den Zeitpunkt, wann Standardmodelle auf Recycling umgestellt werden. Seit seiner Einführung im Jahr 2020 hat Genuine Recycled bis zu 20 Millionen Ein-Liter-PET-Flaschen vor der Mülldeponie bewahrt.



PSI 60392 • Result Clothing Ltd.
Tel +44 120 6798131
kblackstock@resultclothing.com
www.resultclothing.com





uma Schreibgeräte ist nachhaltig zertifiziert

Wie die uma Schreibgeräte Ullmann GmbH mitteilt, ist das Familienunternehmen aus Fischerbach im Schwarzwald nun nach ISO 9001:2015 und 14001:2015 zertifiziert und geht damit einen weiteren Schritt in Richtung Klimaschutz.

Die uma Schreibgeräte Ullmann zählt mit ihren rund 250 Mitarbeitern zu den international renommierten Herstellern für „schreibende“ Werbeträger und setzt bereits seit vielen Jahren auf Nachhaltigkeit. Das Unternehmen hat sich vor allem durch den Einsatz alternativer,

uma Schreibgeräte Ullmann

nachhaltiger Rohstoffe im Bereich der Werbeschreibgeräte etabliert und setzt in den vergangenen Jahren immer wieder neue Akzente für nachhaltiges Schreiben. Darüber hinaus hat sich das Familienunternehmen 2019 dazu entschieden, die komplette Produktion in Fischerbach auf klimaneutral zu stellen. Nach der Ermittlung der CO₂-Emissionen steht neben

der Kompensation vor allem die aktive Reduktion der CO₂-Emissionen an erster Stelle. So zieren seit Anfang 2023 großflächige Photovoltaikanlagen alle drei uma Werksgebäude. Konsequenterweise entschied sich uma dann Mitte vergangenen Jahres, das Qualitäts- und Umweltmanagementsystem zertifizieren zu lassen.

Durch das genaue Prüfen aller Prozesse im Unternehmen und die Ermittlung von Kennzahlen konnte der Schreibgerätespezialist feste Umweltziele definieren. Damit werden gezielt Maßnahmen getroffen, um die Abläufe im Unternehmen zu optimieren und fortlaufend zu verbessern. „Um sicherzustellen, dass die Arbeitsweise auf dem höchsten Qualitätsniveau gehalten werden kann, wird die Qualität unserer Arbeit noch stärker im Mittelpunkt stehen“, sagt Geschäftsführer Alexander Ullmann. Durch die zusätzliche Integration verschiedener Umweltaspekte in die tägliche Arbeit des Fischerbacher Unternehmens kann das Risiko in Bezug auf die Umweltauswirkungen weiter minimiert werden und aktiv dazu beigetragen werden, die Umwelt zu schützen. „Die ISO-Zertifizierung unterstreicht einmal mehr unser fortwährendes Streben nach Qualität und unseren Einsatz für umweltbewusstes Arbeiten und Handeln“ so Alexander Ullmann weiter und ergänzt: „Durch regelmäßige Audits wird überprüft, ob die gesteckten Ziele erfüllt sind und sich neu definieren lassen. Diese Zertifizierungen sind somit kontinuierliche Schritte in Richtung umweltfreundliche und nachhaltige Zukunft. Weiterhin wird das Unternehmen Produkte entwickeln, mit dem Ziel, die Umweltbelastung zu reduzieren und nachhaltige Lösungen zu finden.“

Als Innovationsführer für umweltschonende und nachhaltige Schreibgeräte wurde man jüngst mit dem German Design Award Eco ausgezeichnet und erhielt zum dritten Mal die Auszeichnung als TOP 100 Innovator und zählt somit zu den 100 innovativsten Mittelständischen Unternehmen Deutschlands. www.uma-pen.de



EcoVadis Platinum für Kosmetikersteller

Zum vierten Mal in Folge wurde die KHK GmbH mit dem Platin-Siegel von EcoVadis ausgezeichnet. Damit gehören die Kosmetikspezialisten aus Hürth bei Köln zu den oberen 1% der beurteilten Unternehmen in ihrer Branche.

Ecovadis bewertet Unternehmen in den Bereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, nachhaltige Beschaffung sowie Ethik.

In allen Bereichen hat die KHK GmbH exzellent abgeschnitten. Laut EcoVadis berücksichtigen 91% der Unternehmen und 85% der Verbraucher Nachhaltigkeitskriterien bei ihren Kaufentscheidungen. Das objektive Nachhaltigkeits-Rating von EcoVadis liefert hierfür eine zuverlässige Grundlage.

www.lipcare-werbemittel.de • www.customizedlipcare.de



Das Lamy Firmen-
gebäude in Heidelberg.

Mitsubishi Pencil Company übernimmt LAMY

Die Mitsubishi Pencil Company, das 1887 in Japan gegründete Unternehmen hinter der bekannten Marke uni – übernimmt das Unternehmen C. Josef Lamy GmbH und die Marke LAMY. Wie es aus dem Hauptsitz vom Lamy in Heidelberg heißt, „hat die LAMY-Eigentümerfamilie in einem aufwendigen Prozess nach einem Käufer gesucht, der das 1930 von C. Josef Lamy gegründete Unternehmen mit Kompetenz, Erfahrung, Liebe zur Marke LAMY und dem Bekenntnis zum Standort Deutschland in die Zukunft führt“. Dieser Prozess wird jetzt mit dem Verkauf aller Anteile am Unternehmen erfolgreich beendet. Der Jahresumsatz von Mitsubishi Pencil beträgt ein Mehrfaches dessen des Unternehmens Lamy.

Internationalisierung und Ausbau von Digital Writing im Fokus

Wie es weiter heißt, sind die Gründe für den Verkauf, „dass ein starker Partner für die Weiterentwicklung des Wachstumsfeldes Digital Writing sowie für den Ausbau des internationalen Vertriebs gesucht wurde“. Mitsubishi Pencil bringe dies mit und sichere gleichzeitig den Erhalt von Zentrale und Fertigung am Standort Heidelberg sowie Investitionen in die Fortentwicklung von Unternehmen und Marke zu. Shigehiko Suhara, in sechster Generation Präsident und CEO von Mitsubishi Pencil: „Wir haben größten Respekt vor der Geschichte und der Kraft der Marke LAMY. Wir glauben, dass die Vision und Unternehmenskultur von Lamy und Mitsubishi Pencil großartig miteinander harmonieren. Zudem sind wir sicher, dass sich durch die Übernahme des Unternehmens Lamy eine starke gemeinsame Plattform für zukünftiges Wachstum und für die Steigerung des Unternehmenswerts ergibt – sowohl für Lamy wie auch für Mitsubishi Pencil.“ Vera Lamy, bisherige Mitgesellschafterin der C. Josef Lamy GmbH, erklärt: „Wir haben viel Wert daraufgelegt, ein Unternehmen zu finden, das die Stärke und das Herz mitbringt, zusammen mit den Lamy-Mitarbeitenden und gemeinsam mit all unseren Partnern ein ganz neues LAMY-Kapitel aufzuschlagen. Dieses Unternehmen haben wir gefunden.“ Ihr Bruder und Mitgesellschafter Markus Lamy ergänzt: „Der Kern der Marke LAMY wird erhalten bleiben und fortentwickelt werden. Dabei wird das ‚Made in Germany‘ weiter eine entscheidende Rolle spielen. Das war und ist für uns von größter Wichtigkeit.“

Exclusive Gifts weiter für den LAMY B2B Promotion Kanal zuständig

André Hammelsbruch, Area Sales Manager für Promotion Products bei Lamy: „Das B2B Konzept, welches wir 2017 mit der Hamburger Distribution Exclusive Gifts B2B GmbH eigens für die D-A-CH Werbeartikelbranche neu ausgerichtet haben, wird auch in Zukunft mit den Hamburger B2B-Profis händlerfreundlich optimiert und weiter ausgebaut. Alle bestehenden Verträge und Absprachen behalten selbstverständlich ihre Gültigkeit.“

Viele Berührungspunkte

Schon in der Vergangenheit haben die Unternehmen Mitsubishi Pencil und Lamy Berührungspunkte gehabt und sich dabei stets gegenseitig geschätzt. Mitsubishi Pencil bringt neben seiner Innovationskraft auch Vertriebskraft mit und wird LAMY damit stärken. Die Produkte der Marke LAMY ergänzen gleichzeitig das Sortiment von Mitsubishi Pencil im Premium-Bereich. Zugleich möchte Mitsubishi Pencil die technologische Entwicklung von LAMY beschleunigen. Diese technologische Entwicklung soll insbesondere den Wachstumsbereich Digital Writing betreffen.

www.lamy.com • www.exclusive-gifts.com



Die klassischen LAMY Schreibfedern.

Neue Impulse im Außendienst

Die Lieferanten von Gute-Laune-Werbeartikeln aus Deutschlands Norden mbw vermelden eine Erweiterung ihres Teams, die speziell auf die Vertiefung und Ausweitung der Kundenbeziehungen abzielt. Mit der Neueinstellung von Tina Steinbergs für den Bereich des Außendienstes betritt mbw Neuland und möchte damit „ein starkes Zeichen für seine Zukunft und Kundenzentrierung“ setzen.

Tina Steinbergs, die über 12 Jahre an Erfahrung in der Branche verfügt, übernimmt ab sofort die neu geschaffene Position im Außendienst. „Ihre umfangreiche Expertise und ihr Know-how im Key Account Management werden für mbw und seine Kunden von unschätzbarem Wert sein. Tina Steinbergs wird den direkten Austausch mit unseren Kunden im Raum D-A-CH verstärken, um Bedürfnisse und Anforderungen noch genauer zu erfassen und individuelle Lösungen anzubieten“, so Jan Breuer, Geschäftsführer von mbw. „Wir setzen damit unsere Service-Offensive auch in diesem Jahr fort“, betont er.



Die Einführung einer Außendienstposition unterstreicht das Engagement von mbw, Kunden in den Mittelpunkt der Unternehmensstrategie zu stellen. Diese können nun von einer intensiveren Betreuung mittels regelmäßiger persönlicher Besuche profitieren. Wie Jan Breuer ausführt, „ermöglicht es diese strategische Entscheidung mbw, auf die Bedürfnisse und Anforderungen der Kunden schneller und effektiver zu reagieren und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten“.

Mit Tina Steinbergs im Außendienst wird mbw zudem seine Sichtbarkeit und Erreichbarkeit auf Fach- und Hausmessen erhöhen. Die Erweiterung des Teams steht im Einklang mit dem Ziel, die Beziehungen zu den mbw-Kunden kontinuierlich zu vertiefen.

Kontakt:

Tina Steinbergs

Leitung Key Account Management im Außendienst (Region DACH)

mbw Vertriebsges. mbH

Tel. +49 (0)170 8020879

Tina.Steinbergs@mbw.sh

<https://mbw.sh/de>

Jörg Bley ist neuer Betriebsleiter

Wie die terminic GmbH jetzt bekanntgab, verstärkt Jörg Bley seit vergangenen August als Betriebsleiter das Team des Bremer Kalenderherstellers. Der Meister für Medientechnologie wird aktuell noch vom bisherigen Betriebsleiter Michael Rügler eingearbeitet, der sich ab Januar 2024 neuen Aufgaben bei terminic widmen wird.

Der 51-Jährige bringt vielfältige Erfahrungen aus der Druckbranche mit in das Unternehmen. Nach seiner Ausbildung zum Medientechnologen sammelte er weitreichende Praxiserfahrung im Bereich Druck und Produktion, sowohl an unterschiedlichen Druckmaschinen als auch in der Druckvorstufe. Einige Jahre nach seiner Weiterbildung zum Meister übernahm er 2007 den Verlag Flüge Printmedien in Geesthacht und war dort 16 Jahre lang als Geschäftsführer tätig.

Der Wunsch seiner Familie, sich wieder in Richtung Bremen zu orientieren, war für Jörg Bley der ausschlaggebende Grund, den Verlagsbetrieb einzustellen und neue Wege in der Hansestadt an der Weser einzuschlagen. „Bei terminic haben mich sofort der Umgang mit dem Team und der hohe Qualitätsanspruch überzeugt. Beide Punkte sind für mich bei der Wahl eines Arbeitgebers von zentraler Bedeutung“, so Jörg Bley.

www.terminic.eu



Jörg Bley



Schauplatz von Frühjahrs-TREND und NEWSWEEK-Auftakt war die Halle 1.2 der Messe Frankfurt.

GWW Newswweek mit lebhaftem Start

Am Mittwoch, dem 28. Februar, startete die Reihe der seit 2003 etablierten GWW-NEWSWEEK in der Halle 1.2 der Messe Frankfurt. Rund 140 ausstellende Werbearbeitelhersteller und -lieferanten, darunter renommierte Anbieter mit breitem Sortiment, spezialisierte Produzenten wie auch junge Start-ups, erwarteten mit ihren „Klassikern“, Neuheiten und Trendideen die von den (zum Teil an eigenen an Countern vertretenen) Werbearbeitelhändlern und -beratern eingeladenen Repräsentanten aus dem Industriekundensektor. Der Auftakt der NEWSWEEK-Reihe war geprägt von lebhaftem Betrieb. Die Veranstalter, der Gesamtverband der Werbearbeitel-Wirtschaft e.V. (GWW), registrierten an diesem Tag insgesamt 583 Besucher (knapp 19% mehr als im Vorjahr) und zeigten sich sehr zufrieden mit dieser Frequenz.



Tags zuvor fand an gleicher Stelle die nach mehrheitlichem GWW-Mitgliederwunsch auf einen Tag komprimierte Frühjahrs-TREND (ausschließlich für professionelle Werbearbeitelhändler und -berater) statt, die in den beiden Jahren zuvor jeweils zweitägig in der Koelnmesse ausgetragen worden war. Diese stieß bei den Ausstellern auf geteiltes Echo. Neben positiven Stimmen berichteten andere von nachmittags zunehmend leeren Gängen. Außerdem verzichteten einige der NEWSWEEK-Aussteller auf die Teilnahme an der Frühjahrs-TREND mit Verweis auf die zeitliche Nähe zur PSI Messe zum Jahresbeginn. Der GWW zählte an diesem Tag 509 Besucher.

Die NEWSWEEK selbst findet ihre Fortsetzung im April und Mai dieses Jahres und gastiert noch in Bielefeld, Dortmund, Dresden, Berlin, Hamburg, Stuttgart und München. Weitere Informationen und Details hierzu unter:

<https://gww-newsweek.de>



Der erste Tag der diesjährigen GWW-NEWSWEEK-Reihe war von lebhaftem Besucherzuspruch geprägt.



Olaf Ulbrich (links) zusammen mit Peter Leseberg, Head of Sales and Marketing.

REFLECTS® erweitert Sales-Team: Neuzugang im Außendienst

Der Kölner Multispezialist REFLECTS® begrüßt einen neuen Kollegen: Seit Anfang Februar 2024 verstärkt Olaf Ulbrich als Außendienstmitarbeiter (Deutschland Nord) das REFLECTS®-Team.

Olaf Ulbrich blickt auf über 20 Jahre Erfahrung in der Werbeartikelbranche auf der Handelsseite zurück. Als engagierter und kompetenter Außendienstler wird er die Vertriebsabteilung unter der Leitung von Peter Leseberg verstärken. Mit der Einführung des Außendienstes in die neue Vertriebsstruktur kommt das Unternehmen dem Kundenwunsch nach, Produkte und Dienstleistungen vor Ort zu schulen. Im Zuge der Transformation zum Multispezialisten und Sortimentsanpassungen gibt es mehr Bedarf nach persönlichem Kontakt. In diesem Kontext übernimmt Olaf Ulbrich die Aufgabe, Sortimente und Dienstleistungen dem Handel direkt vor Ort zu präsentieren.

Während der ersten Wochen wird Olaf Ulbrich eine ausführliche Einführung in alle relevanten Abläufe des Unternehmens erhalten. Hierbei liegt der Fokus nicht nur auf dem Kennenlernen und den alltäglichen Prozessen, sondern auch auf zielführenden Onboarding-Seminaren. Dadurch werde ein solides Fundament für eine erfolgreiche Integration in das REFLECTS®-Team und für seine zukünftige Arbeit geschaffen, heißt es aus dem Unternehmen.

www.reflects.com

ERIMA jetzt auch im Corporate Wear Markt aktiv

ERIMA, der renommierte Hersteller hochwertiger Sportbekleidung, bedient nun auch den Corporate Wear Markt. Das gab das Unternehmen mit Hauptsitz in Pfullingen, Baden-Württemberg, jetzt bekannt.

Die Corporate Wear Kollektion von ERIMA umfasst eine breite Palette von Bekleidungsoptionen, die für verschiedene Branchen und Arbeitsumgebungen geeignet sind. Von T-Shirts, Poloshirts, Basic Sweatshirts, **Hoddies** und Jacken bis hin zu einer Laufkollektion bietet ERIMA Produkte, die sowohl ästhetischen als auch funktionalen Anforderungen gerecht werden. Die Kollektion punktet durch hochwertige Baumwollartikel im Basic Bereich und Polyesterartikel, die ihren Einsatz besonders im Performance Bereich finden. Fast alle Artikel sind in Herren-, Damen- und Kindergrößen erhältlich. Durch das ERIMA Logistikzentrum mit seinem modernen Autostoresystem, das im Jahr 2019 in Kirchentellinsfurt eingeweiht wurde, ist ein hoher Lagerbestand und eine schnelle Lieferzeit gewährleistet.

Die Partnerschaft von ERIMA im Corporate Wear Markt spiegelt das Bestreben des Unternehmens wider, seine Produktpalette zu diversifizieren und den sich wandelnden Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden. Wie es heißt, bleibe ERIMA dabei seinen Prinzipien treu, hochwertige Produkte zu liefern, die den höchsten Standards in Bezug auf Qualität und nachhaltigen Materialien entsprechen.

„Unsere Kunden vertrauen seit langem auf die Qualität und Funktionalität unserer Bekleidung. Mit dem Eintritt in den Corporate Wear Markt möchten wir diese Erfolgsgeschichte fortsetzen und gleichzeitig neue Maßstäbe in Sachen Design und Tragekomfort setzen“, sagt Andre Bachmann, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing bei ERIMA, der seine 20-jährige Erfahrung im Corporate Wear Markt einbringt.

www.erima.de

Bild: © ERIMA



Werbe-Kugelschreiber der besonderen Art

Die Schneider Schreibgeräte GmbH bietet mit der Serie Slider gleich eine ganze Familie besonderer Werbe-Kugelschreiber, um jedem den Kugelschreiber zu liefern, den er für seine Bedürfnisse braucht. Druckkugelschreiber (Slider Rave, Slider Xite Promo) oder Kappenhalter (Slider Memo XB, Slider Edge XB, Slider Basic XB, Link-It Slider), klassisches Design oder ergonomischer Dreikant. Mit einem Modell der beliebten Slider-Serie von Schneider ist ein starker Auftritt für jede Anwendung gesichert.

Was zeichnet die beliebte Kugelschreiber-Serie Slider aus? Zunächst die Viscoglide® Technologie. Diese ermöglicht dem Benutzer ein ungewöhnlich leichtes, weiches und schnelles Schreiben. Selbst bei längerem Schreiben ermüden Hand, Arm und Gelenke nicht. Die Slider geben einen farbintensiven Strich, der schnell trocknet und sogar bei Markieren mit Textmarkern wischfest und resistent gegenüber Feuchtigkeit und UV-Strahlung bleibt. Alle Modelle (ausgenommen Slider Xite Promo) verfügen über eine druckelastische, gummierte Oberfläche. Durch das aktive Fühlen bekommt auch jede Werbebotschaft, die sich auf dem Stift befindet, eine besondere Bedeutung. Die gummierten Oberflächen bieten der Werbebotschaft außerdem ein besonders hochwertiges Erscheinungsbild.

Die Stärke der Kugelschreiber beträgt XB (extrabreit), was einer Linienbreite von ca. 1,4 mm ergibt. Die Tinte fließt satt. Dokumentenecht nach ISO-Norm 12757-2 sind folgende Ausführungen: Slider Xite Promo (schwarz, blau), Slider Rave (schwarz, blau, grün), Slider Memo XB (schwarz), Slider Edge XB (schwarz), Slider Basic XB (schwarz). Somit eignen sich die Slider-Kugelschreiber für Unterschriften von wichtigen Dokumenten, für Prüfungen, Klausuren und Aufsätze. Standardmäßig sind die Modelle in diesen Schreibfarben erhältlich: Slider Xite Promo in schwarz/blau, Slider Rave und Link-It in schwarz, blau, rot, grün. Die Modelle Slider Memo, Slider Basic XB und Slider Edge XB gibt es mit schwarzer und blauer Schreibfarbe, allerdings sind auf Anfrage sieben zusätzliche Farben möglich, beim Slider Edge sind sogar 17 weitere Farben auf Anfrage verfügbar. Die Farbvielfalt kann somit die verschiedensten Kundenbedürfnisse abdecken.

Die enthaltenen Minen bei den Slider-Modellen Xite Promo und Rave sind auswechselbar und werden beim Schreiben komplett und rückstandslos entleert. Die Modelle werden somit zu ewigen Begleitern. Sie verfügen über ein „Plug+Play“-System. In einem Stift können Minen unterschiedlicher Formate, Farben und Strichstärken genutzt werden.



Detail: Der Slider Rave liegt bestens in der Hand.



Die Kugelschreiber der Serie Slider sind sympathische Markenbotschafter.

Wer auf Schreibgeräte aus nachhaltigem Kunststoff setzt, wird bei der Slider-Serie ebenfalls fündig. Der Druckkugelschreiber Slider Xite Promo ist mit einem Gehäuse aus 70% biobasiertem Kunststoff hergestellt. Als biobasiert werden Kunststoffe bezeichnet, die auf Basis nachwachsender Rohstoffe erzeugt werden.

Jedes Modell lässt sich individuell bedrucken, sodass Kunden und Geschäftspartner Ihr Unternehmen nachhaltig in Erinnerung behalten werden. Schneider beherrscht alle Druckverfahren, Sieb-, Tampon-, Digitaldruck, Folientransfer und Gravur. Mit Schneider zu werben, heißt Markenqualität Made in Germany zu verschenken.

www.schneiderpen.com

NEWSDAY 2024: Classic meets Sport

Nach dem Jubiläumsjahr 2023, in dem die Werbemittelspezialisten der Plan Concept GmbH ihr 30-jähriges Bestehen begehen konnten, stand am 30. Januar mit der 17. Werbeartikelmesse „NEWSDAY 2024“ das nächste bedeutende Ereignis des Essener Unternehmens an. Austragungsort der Produktschau war dieses Mal die Philharmonie Essen. Das Messe-Motto lautete „Classic meets Sport“ mit speziellem Augenmerk auf das sportlich geprägte Jahr 2024 mit der Fußball-EM im eigenen Land und Sommer-Olympiade in Paris.

Insgesamt 58 „super motivierte und bestens vorbereitete“ (O-Ton Geschäftsführer Christoph Ruhrmann) Aussteller zeigten Neuheiten, „Klassiker“, Trends und Ideen aus allen Bereichen dreidimensionaler Werbung wie Nachhaltigkeit, Made in Germany, Made in EU, Merchandising, Give-away oder Sonderanfertigungen, aber auch hochwertige Artikel, z.B. im Prämienbereich, gepaart mit professioneller und wie von Plan Concept gewohnt stets kreativer und innovationsfreudiger Beratung. Die Aussteller und das Team von Plan

Concept begrüßten 352 Besucher (bei knapp über 400 Anmeldungen) vor Ort, ein Wert, der an „Vor-Pandemie“-Zahlen anknüpfte, darunter „großartige Kunden aus der ganzen Republik“.

Erstmals gab es für die weit angereisten Kunden bereits am Vortag ein Pre-Opening mit Messerundgang und anschließendem (kulinarischem) Get-together mit ausstellenden Lieferantenpartnern und dem Plan Concept-Team. Das NEWSDAY-Fazit der Geschäftsführung fiel kurz und bündig aus: „Kunden, Aussteller und wir sind sehr zufrieden!“ Die 18. Werbeartikelmesse ist bereits in Planung. Genaue Angaben hierzu folgen unter:

www.werbeartikel.tv



Schauplatz des NEWSDAY 2024 war dieses Mal die Philharmonie Essen.



Plan Concept GmbH

Das Messe motto und die Angebotspalette waren geprägt von den wichtigen Sportereignissen dieses Jahres: der Fußball-EM in Deutschland und den Olympischen Spielen in Paris.

Das Plan Concept Team konnte „großartige Kunden aus der ganzen Republik“ begrüßen.



team-d GmbH

Neuer Vertriebsmitarbeiter bei team-d

Die Werbeartikellieferanten der team-d GmbH aus Schorndorf vermelden Verstärkung. Nicolas Nieder betreut seit Anfang Februar 2024 die PLZ-Gebiete 0 bis 5 sowie 98 und 99. Erste Kennenlern-Kontakte gab es bereits auf der PSI 2024 und Nicolas Nieder freut sich zusammen mit Inhaber Harald Väh auf viele weitere Gelegenheiten für persönliche Treffen und Gespräche mit den Fachgroßhändlern. Nicolas Nieder übernimmt den Kundenstamm von Johannes Horstmann, dem – so eine Mitteilung aus dem Unternehmen – „alle von team-d herzlich alles Gute für den Start in seine Selbständigkeit wünschen“.

www.team-d.de

Nicolas Nieder

Gespräche geprägt von einer positiven Aufbruchstimmung

Als Ergänzung unserer Stimmen zur PSI 2024 aus der Märzausgabe kommt an dieser Stelle Peter Stelter, Country Manager PF Concept D-A-CH, zu Wort:

„Nach vier Jahren der Pause war ich beeindruckt und überwältigt vom Erfolg der diesjährigen PSI. Die Quantität stimmte genauso wie die Qualität und es war endlich wieder eine echte Aufbruchstimmung spürbar. Unser gesamtes Messteam hat bei den Besuchern die positive Energie ausgemacht, die man wohl nur „face to face“ auf solchen Veranstaltungen erleben kann. Ein persönliches Highlight der Messe war die Ankündigung unserer strategischen Partnerschaft mit der spanischen Gor Factory. Deren breite Produktrange unter der renommierten Textilmarke Rory, direkt ab unserem Lager in Posen lieferbar, komplettiert unser Textilsortiment hervorragend. Die schnellste Druckabwicklung von PF Concept, verbunden mit den beeindruckenden Beschaffungskapazitäten von Gor Factory, bieten uns gemeinsam eine optimale Ausgangssituation und den erweiterten Zugang zu spannenden Kundenzielgruppen. Das Feedback unserer Besucher war mehr als positiv.“

Eine hohe Aufmerksamkeit und sehr gute Ergebnisse erzielten aber auch unsere Marken Mepal (Lunchboxen und ToGo Produkte), Ocean Bottle (Drinkware), Herschel (Taschen und Rucksäcke) oder Moleskine (Papeterie). Über alle Produkte hinweg konnten wir ebenfalls wieder mit unserem überzeugenden Nachhaltigkeitskonzept punkten, für das PF Concept seit Jahren steht und das konsequent weiterentwickelt wird. Es ist nach wie vor eines der wichtigsten Entscheidungskriterien unserer Endkunden. Unsere Kundengespräche auf der Messe waren geprägt von einer positiven Aufbruchstimmung, die nicht unbedingt die aktuelle politische Lage in Europa und der Welt widerspiegeln. Trotz aller Widrigkeiten sind unsere Kunden sehr zuversichtlich gestimmt und so wollen wir auch in 2024 gemeinsam deutlich weiterwachsen. Das dafür notwendige gegenseitige Vertrauen ist stark. Unsere Verlässlichkeit, Innovationskraft und nicht zuletzt eine nachweislich nachhaltigere Produktion und Abwicklung schaffen die optimalen Rahmenbedingungen.“



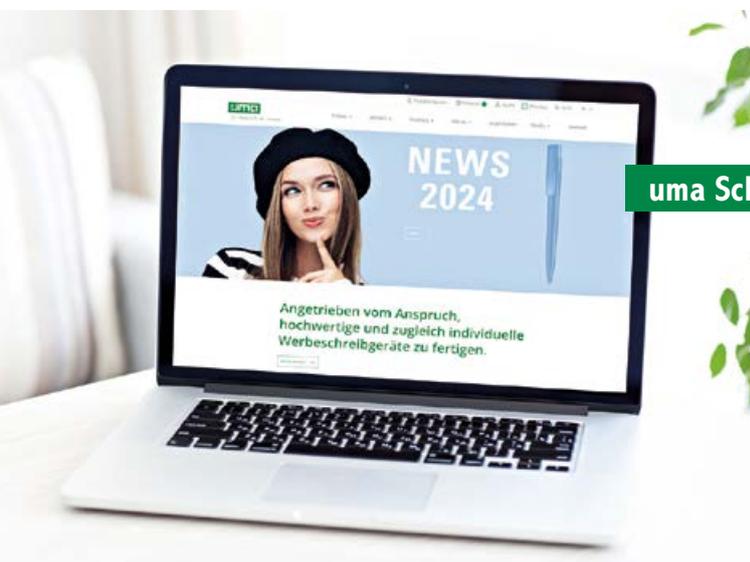
Peter Stelter

„Die Handschrift der Werbung“ mit neuem Webdesign

Benutzerfreundlicher, übersichtlicher und moderner – der Online-Auftritt des Spezialisten uma Schreibgeräte Ullmann GmbH kommt in neuem Design. Durch klare, großzügige Bildsprache mit zusätzlichen Informationen werden die Kunden durch das umfangreiche Angebot von uma geführt.

Wie das Unternehmen mitteilt, bleiben Produktkonfigurator und der Händlerbereich myUMA das Herzstück der Website. Hier können die Kunden aus einer breiten Palette an Auswahlmöglichkeiten individuelle Schreibgeräte nach ihren persönlichen Vorlieben gestalten. Das praktische Händlertool myUMA ist die Schnittstelle für die Händler-Kommunikation hin zum Endkunden.

Der neue Webauftritt bietet allerdings nicht nur einen Überblick übers Sortiment, sondern auch einen tieferen Einblick in die Philosophie und das Team hinter uma. Persönlicher Kontakt wird bei dem Schreibgerätespezialist großgeschrieben, daher steht das uma-Team bei Fragen zur Bedruckung, zu den Veredelungsmöglichkeiten oder praktischen Verkaufshilfen gerne zur Seite. www.uma-pen.com



FOL International GmbH erweitert das Markenportfolio: 2024 startet JERZEES® die bekannte US-Marke in Europa. Mit hochwertigen Basics und innovativen Stoffen sorgt die traditionsreiche Activewear-Marke aus den USA zukünftig für komfortable und stylische Freizeitkleidung auf dem europäischen Imprint-Markt.

FOL International launcht Activewear-Marke JERZEES®

Neues Jahr, neue Marke – Start 2024 in Europa



JERZEES®

Qualität, Innovation und die Verwirklichung eines aktiven Lebensstils – Attribute, von denen wir unsere europäischen Kunden zukünftig überzeugen und begeistern möchten“, sagt Marketing Managerin Marthe Kazur und erläutert weiter: „JERZEES® steht für Selbstverwirklichung, Kreativität und eine zukunftsorientierte Kultur. So besitzt die Activewear-Marke auch einen besonders hohen Anspruch im Hinblick auf die Qualität ihrer Produkte: Die Marke bietet hochwertige, komfortable Basics aus innovativen Stoffen für einen aktiven Lebensstil – und verpflichtet sich getreu dem Slogan ‚DO WHAT MATTERZ‘ zu Nachhaltigkeit.“

Umweltorientiertes Handeln

Das zeigt sich auch in den Highlights des Produktsortiments: So präsentiert die Marke das JERZEES Eco® Premium Blend Sweatshirt aus gekämmter, ringgesponnener Baumwolle mit anteilig 43% recyceltem Polyester und das JERZEES Eco® Premium Organic T-Shirt (165 g/m²) aus gekämmter, ringgesponnener Baumwolle aus Bio-Baumwollgarn. Weitere Produktneuheiten wie beispielsweise das NuBlend® Sweatshirt aus innovativem Anti-Pilling Sweatshirtstoff ergänzen das Sortiment und unterstreichen den progressiven Nachhaltigkeitsgedanken der Marke. Umweltorientiertes Handeln umfasst bei JERZEES® jedoch nicht nur die verwendeten Materialien, sondern auch die Produktionsabläufe – von den eigenen Fertigungsanlagen über die Kontrolle der Lieferketten bis hin zur Reduzierung von Verpackungsmaterial. – Gegründet wurde JERZEES® 1984 in den USA. Mit hochwertigen und bedruckbaren Kleidungsstücken etablierte sich die Marke schnell auf dem amerikanischen Markt und wurde in den 1990ern zur führenden Sweatshirt Brand im Bereich Activewear. Seit 2006 gehört JERZEES® zu Fruit of the Loom, Inc. <

Die JERZEES®-Range zeichnet sich durch hohen Tragekomfort und vielfältige Styling-Möglichkeiten aus.

Das umfassende JERZEES® Produktsortiment aus T-Shirts, Sweatshirts und Sweatpants ist voraussichtlich ab Mitte des Jahres 2024 erhältlich. JERZEES® reiht sich damit als dritte Marke neben Fruit of the Loom und Russell Europe im Portfolio des Textilunternehmens FOL International GmbH ein. Die JERZEES®-Range zeichnet sich durch hohen Tragekomfort und vielfältige Styling-Möglichkeiten aus – und bietet die perfekte Basis für individuelle Dekorationen.

Hochwertig, komfortabel, innovativ

„Ich freue mich darauf, JERZEES® schrittweise auf dem europäischen Markt zu etablieren. Die Marke steht für

www.fruitoftheloom.eu • www.jerzees.eu



QUALITÄTS- UND
 UMWELTZERTIFIZIERUNG



ALLE DIESE STIFTE
 TRAGEN ZUM
 WIEDERAUFFORSTUNGSPROJEKT
 BEI



DAS PFLANZEN NEUER BÄUME IST DIE
 KONKRETESTE MASSNAHME ZUR
 VERRINGERUNG DES CO₂-AUSSTOSSES UND
 ZUM SCHUTZ DES KLIMAS AUF DER ERDE



Europäische Untersuchungen und die große Resonanz interkontinentaler Branchenevents haben im vergangenen und auch in den ersten Monaten dieses Jahres gezeigt: Die Branche lebt und haptische Werbung erfreut sich konstanter Beliebtheit. Steigende Umsatzzahlen auf Unternehmerseite belegen es auch monetär. Doch wie sieht es außerhalb Europas aus? ASI Research beleuchtet regelmäßig den Markt und seine Entwicklung in den USA. Dabei geht es den amerikanischen Branchenexperten nicht nur um die bloßen wirtschaftlichen Zahlen. Sie haben auch zukunftsorientierte Fragen im Blick, etwa: „Was hält die nächste Generation von Werbeartikeln?“ Wir haben einige interessante Zahlen und Fakten aus Untersuchungen von ASI Research zusammengetragen.

ASI Research mit Zahlen und Fakten zur US-Branche

US-Branche boomt – Werbeartikel begeistern



Die jüngst von ASI Research veröffentlichte Distributor Quarterly Sales Survey zeigt, dass die Werbeartikelhändler im Jahr 2023 ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 1,2 Prozent auf 26,1 Milliarden US-Dollar steigern konnten. Damit übertraf das Jahresergebnis die bisherige Höchstmarke der Branche von 25,8 Milliarden US-Dollar, die erstmals im Jahr 2019 und 2022 erneut erreicht wurde. Allerdings lag die Wachstumsrate der Branche unter der von 2022 (11,4 Prozent) und unter dem Wachstum des US-Bruttoinlandsprodukts von 2,5 Prozent im Jahr 2023. „Obwohl das Wachstum nicht spektakulär war, haben die Händler in unserer Branche angesichts der scheinbar ständigen Bedrohungen für das Promo-Geschäft Widerstandsfähigkeit gezeigt“, sagt Nate Kucsma, Senior Executive Director of Research bei ASI, der für die vierteljährliche Umfrage verantwortlich zeichnet. „Unter diesen Umständen einen Gewinn zu erzielen, ist beeindruckend, auch wenn er nicht riesig war.“

Glanz mit kleinen Schönheitsfehlern

Der Glanz des alles in allem sehr erfolgreichen Jahres 2023 wurde jedoch durch das schwächere Wachstum in der zweiten Jahreshälfte und die Schwierigkeiten der größeren Händlerunternehmen der Branche etwas getrübt. ASI Research zeigt, dass im vierten Quartal die Umsätze aller Händlerunternehmen im Vergleich zum Vorjahr im Wesentlichen unverändert blieben und nur um 0,1 Prozent stiegen. Das war zwar immer noch das 11. Quartal in Folge mit Wachstum, aber es war der schwächste vierteljährliche Anstieg in der Erholungsphase nach der Pandemie. Das bisher niedrigste Quartal in dieser Zeit war das dritte Quartal 2023, als die Umsätze lediglich um 2,4 Prozent gestiegen sind – nach 5,6 beziehungsweise 3,3 Prozent im zweiten respektive ersten Quartal.

Nach sorgenvollem 2023 Hoffnung für 2024

Faktoren wie Inflation, Unsicherheit auf den Märkten, Rezessionsängste bei den Einkäufern von Unternehmen, Erschütterungen in der Technologie- und Finanzbranche, Sor-



gen über die Auswirkungen der Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten sowie politische Unbeständigkeit im Inland hätten die Werbe-Investitionen im Jahr 2023 – und insbesondere im vierten Quartal – beeinflusst, so die befragten Marketer. „Mit Blick auf das Jahr 2024 besteht die Hoffnung, dass die ständige Bedrohung durch einen wirtschaftlichen Abschwung, der durch Inflationsdruck begünstigt wird, in eine Phase stabileren Wachstums übergeht“, resümiert Nate Kucsma.

Sprechen Werbeartikel junge Leute an?

Apropos Hoffnung: Was hält die nächste Generation der 16- bis 30-Jährigen von Werbeartikeln? Auch dieser Frage ist ASI Research nachgegangen und hat im Rahmen einer exklusiven Umfrage gemeinsam mit Joyce Ng, Leiterin von Springboard Market Research, einem auf Teenager und junge Erwachsene spezialisierten Forschungsunternehmen, im Spätsommer und Herbst 2023 genau diese Zielgruppe interviewt. Die Ergebnisse der landesweit über 350 befragten Personen der Gruppe „Gen Z“ und „junge Millennials“ hatte Joyce Ng auf dem ASI Power Summit im Oktober 2023 präsentiert und ging dabei auf die Vorliebe dieser Generation für Qualität, Marken und Erlebnisse ein. Die gute Nachricht: Die nächste Generation und Werbeartikel passen hervorragend zusammen. <



Der Branchendienstleister Sourcing City hat in seinem exklusiven „Market Report 2023“ eine detaillierte Analyse der aktuellen Trends der Werbeartikelwirtschaft in UK und Irland vorgelegt. Die wichtigste Aussage: Der Markt ist um 4,2 Prozent von 1,134 Milliarden auf 1,182 Milliarden Pfund Sterling gewachsen und hat sich von den Folgen der Pandemie vollständig erholt.

Sourcing City präsentiert Market Report 2023

Detailliertes Bild der Branche in UK und Irland



allgemeinen wirtschaftlichen Leistung der Werbeartikelwirtschaft in UK und Irland widergespiegelt habe.

Welche Themen bewegen den Markt?

Der Market Report 2023 hat vier essenzielle Themen ausgemacht, die den Markt bewegen. So herrsche auf dem britischen Arbeitsmarkt gemäß der Studie ein gravierender Mangel an Arbeitskräften. Unternehmen sähen sich vielfach nicht in der Lage, Schlüsselpositionen und auch andere Stellen zu besetzen. Ebenso bereiteten knappe Lagerbestände Kopfzerbrechen. Die Auswirkungen der aktuellen weltweiten Konflikte könnten auch in Zukunft zu Engpässen und zu weiteren Preiserhöhungen führen. Zudem erschweren ständig steigende Inflationsraten bei den grundlegenden Betriebskosten sowie anziehende Zinssätze in Verbindung mit

politischer Unsicherheit die strategische Planung. Einen weiteren Hemmschuh stellt die Brexit-Verordnung dar. Komplexe Vorschriften und bürokratischer Mehraufwand sind nach wie vor ein Dorn im Auge jedes Unternehmers, der aus dem Vereinigten Königreich exportiert oder nach UK importiert.

Nachhaltigkeit ist Trumpf

Die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten mit all ihren ethischen Kriterien hat deutlich zugenommen. Die Lieferanten haben darauf reagiert. Die meisten neuen Produkte, die auf den Markt kommen, greifen den nachhaltigen

Um prä-pandemischen Jahr 2019 hatte der Werbeartikelmarkt bei 1,17 Milliarden Pfund Sterling gelegen. Somit konnte die Branche auf den Britischen Inseln nicht nur das Vor-Corona-Niveau erreichen, sondern gar übertreffen. David Long, Gründer und Vorstandsvorsitzender von Sourcing City sowie Autor der Studie, führt diese Entwicklung auch darauf zurück, dass die führenden Branchenplayer ihren „Unternehmergeist“ unter Beweis gestellt haben, um Chancen und neue Kunden zu finden. Dazu komme, dass es mittlerweile mehr Lieferanten und Händler gäbe als je zuvor. Dennoch, so eine Erkenntnis der Studie, sei es überraschend, dass sich die inflationsbedingt gestiegenen Lebenshaltungskosten nicht in der

Gedanken auf. Laut der Studie bestehe die Herausforderung jedoch darin, sich zu vergewissern, dass die Produkte wirklich umweltfreundlich seien. Gleichzeitig gelte es, diejenigen herauszufiltern, bei denen es sich lediglich um „Greenwashing“ handeln könnte. Jedoch gebe es inzwischen eine Vielzahl von Zertifizierungen, mit denen sich die Händler vertraut machen müssten.

Saisonale Verschiebungen

In der Vergangenheit hatten sich die Monate September und Oktober mit dem Weihnachtsgeschäft als Hauptsaison herauskristallisiert, gefolgt von März und April. Diese Saisonalität gibt es so nicht mehr. Im vergangenen Jahr war der auftragstärkste Monat der März, vor Februar und Januar. Die ruhigste Zeit war im Dezember und Juli und überraschenderweise im September.

Rekordanzahl von Werbeartikelhändlern

Die Werbeartikelwirtschaft im Vereinigten Königreich und in Irland zählte im vergangenen Jahr 2.737 Händlerunternehmen – ein Plus von 3,4 Prozent und gleichzeitig so viele wie nie zuvor. Eine interessante Zahl am Rande: Im Jahr 2020 haben 176 Händler ihr Business aufgegeben. Im darauffolgenden Jahr sind genau 176 neue Händlerunternehmen hinzugekommen. In dieser Zahl enthalten sind Unternehmen, die erfahrene Mitarbeiter ehemaliger Händler gegründet haben, die während der Pandemie entlassen wurden und ihr Branchenglück auf eigene Faust versuchen wollten. Zudem gab es auch Unternehmen aus vertikalen Märkten auf der Suche nach neuen Absatzmöglichkeiten sowie Jungunternehmer, die ihr Business neu aufgenommen haben. Die Mehrheit der neuen Händlerunternehmen hat einen Umsatz von weniger als 500.000 Pfund Sterling. Auch interessant: Seit dem ersten Market Report 2007 ist die Zahl der Werbeartikelhändler im Vereinigten Königreich und in Irland um knapp die Hälfte (43 Prozent) gestiegen.

Heterogenes Händlerprofil im Vereinigten Königreich

Im Vereinigten Königreich verbuchen sechs Prozent der Händlerunternehmen einen Umsatz von mehr als 1 Million Pfund Sterling, verzeichnen jedoch gleichzeitig 59 Prozent der Marktausgaben. Das hängt in der Regel mit einer großen Anzahl von Key Accounts zusammen, die ein großes Geschäftsvolumen mitbringen. Allerdings: Ändern einige dieser Kunden ihr Kaufverhalten, kommt das jedoch

auch einem „Schlag ins Kontor“ gleich. Umgekehrt verteilt sich gut die Hälfte der Marktausgaben (41 Prozent) auf 2.583 Händlerunternehmen. Diese kleineren Händler haben zwar auch einige Großkunden, bedienen jedoch eher zahlreiche Kleinkunden. Sollten einige dieser Kunden ihr Kaufverhalten ändern, so hat dies in der Regel geringere Auswirkungen.

Anstieg der Händlerzahl in Irland

Im Jahr 2023 konnte sich der Markt in Irland sehr gut erholen und verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr ein Wachstum von 35 Prozent auf 66 Millionen Pfund Sterling. Dabei sollte jedoch nicht unerwähnt bleiben, dass dieser Anstieg lediglich einem Plus von sechs Millionen Pfund Sterling gegenüber dem vor-pandemischen Jahr 2019 entspricht. Die Zahl der Händler erhöhte sich um 22,2 Prozent von 117 auf 143. Dieser Anstieg könnte jedoch auch erklären, dass der durchschnittliche Umsatz eines Händlers aktuell etwa 460.000 Pfund Sterling entspricht – gegenüber 511.000 im Jahr 2019.

Lieferanten zeigen sich optimistisch

Die Zahl der Lieferanten auf dem britischen und irischen Markt ist nach einem Rückgang im Jahr 2020 wieder gestiegen, hat sich in den vergangenen zwei Jahren jedoch

prozentual gesehen kaum verändert. Auch die Lieferanten, die sich für eine Ausschließlichkeitsbindung entscheiden, bleiben numerisch konstant hoch. Die meisten neuen Branchemitglieder verkaufen auch direkt oder über andere Kanäle. Die namhaften Unternehmen sind gut durch die Pandemie gekommen. Aufgrund wirtschaftlicher Notwendigkeiten arbeiten einige Lieferanten jetzt mit weniger Personal, geringeren Ressourcen und einem

kleineren Portfolio an Produkten. Hinzu kommt, dass der Anstieg der Zinssätze dazu geführt hat, dass die Lieferanten die Kreditbedingungen für alle Händler verschärft haben. Für Importeure wie Hersteller waren die steigenden Material- und Transportkosten eine Bürde. Die Marktbedingungen und die steigenden Kosten halten den Druck auf die Gewinnspannen von Lieferanten und Händlern gleichermaßen aufrecht. Dies, so die Erkenntnis des Market Reports, sei seit einigen Jahren eine Konstante und es sei auch nicht zu erwarten, dass sich diese Situation in naher Zukunft wesentlich ändere. Dennoch bleibt die Conclusio: Trotz aller Herausforderungen, denen sich die Lieferanten stellen mussten, blickt die Mehrheit optimistisch in die Zukunft. <





Hier werden **Werbepotschaften mobil**. Auf den Utensilien dieser Produktbereiche spulen die werbenden – und meist auch sehr ansehnlichen – Artikel während ihres Gebrauchs in der Regel große Strecken ab und weiten so ihren Wirkkreis.



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



Taschen Set lässt die Luft raus

Wenn zwischen Hemden, Shirts und Wäsche erst mal die Luft raus ist, bleibt im Koffer oder Backpack mehr Platz für Anderes. Den Trick kennt man bei Troika: ein Reise Set mit zusätzlichem Kompressions Reißverschluss reduziert das Volumen auf gerade mal ein Drittel. Das spart Platz und schafft Ordnung. Das Set gibt es in den Größen L für Hemden & Hosen, M für Shirts und S für Socken & Wäsche. Jeweils mit Netzfenster und Tragegriff bestehen die Taschen aus schwarzem Tarpaulin.

PSI 49627 • Promoteus 1000KOZ, s.r.o.
Tel +420 222932315
sales@promoteusgifts.com
www.promoteusgifts.com



Technik gut geschützt

Der Schutz wertvoller Geräte, die wir bei der Arbeit oder in der Freizeit verwenden, ist unabdingbar. Um diese Geräte einfach zu transportieren und gleichzeitig zu schützen, sind Hüllen und Covers das Hilfsmittel der Wahl. Die elegante, umweltfreundliche Tablet- oder Laptoptasche von Promoteus besteht aus 100 Prozent biologischen Hanffasern mit GOTS-Zertifizierung. Der Verschluss der Tasche besteht aus einem Bambusknopf und Baumwolle. Sie ist in verschiedenen Größen mit der Möglichkeit des Drucks erhältlich.



Gabriele Bühring

Werbemittel & verkaufsfördernde Produkte aus
Leder - Filz - Kork - Feinpappe - Kunststoff

Nachhaltige Werbemittel
für ein gemeinsames
Morgen



Jetzt hier inspirieren lassen:
www.buehring-shop.com



PSI 48691 • GC Footwear GmbH
Tel +49 30 60986990
sales@gcfootwear.com
www.gcfootwear.com

Immer einen Schritt voraus

Passend zum aktuellen Sommerstil können Kunden jetzt ihre Reise mit individuellen Badelatschen von GC Footwear starten. Egal ob es an den Strand, zur Poolbar oder auf eine Abenteuerreise geht, diese Badelatschen sind der perfekte Begleiter für den Urlaub. Ultimativer Komfort durch weiche Gummibrücke, absolute Flexibilität durch verstellbare Klettverschluss-Brücke oder kuschlige Plüschbrücke als trendigen Hausschuh – die Möglichkeiten sind fast grenzenlos.

Gepäck aus dem Meer zurück

Mit der neuen Coastal Threads™ REPREVE® Our Ocean™ Kollektion zeigt Goldstar seine kontinuierlichen Bemühungen, die Materialauswahl zu revolutionieren. Diese Kollektion unterstreicht nachdrücklich das Engagement des Unternehmens, die Anforderungen der Branche durch die Verwendung innovativer Materialien aus recyceltem Kunststoff zu erfüllen. Das Herzstück der Kollektion, das sogenannte REPREVE®, ist ein Gewebe, welches aus Plastik, das im Umkreis von rund 48 Kilometern vor den Meeresküsten gefunden wurde, gewonnen wird. Der Produktionsprozess umfasst die Beschaffung der recycelten Abfallstoffe, deren Grundreinigung und Zerkleinerung zur weiteren Entfernung von Verunreinigungen, das Schmelzen zu hochwertigem REPREVE®-Harz und die anschließende Umwandlung dieses Harzes in Fasern, die gesponnen und mittels Luftstrahltexturierung zu Garn weiterverarbeitet werden.



PSI 45829 • Goldstar Europe
Tel +353 42 9320331
nadine.heinrich@goldstar-europe.com
www.goldstar-europe.com

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



Alles dabei für Fitness und Freizeit

Ob im Fitnessstudio oder bei Abenteuern im Freien: Die individuelle Sporttasche SuboBag Gym von Anda Present ist ein vielseitiges Geschenk, das das Trainingserlebnis von Fitnessbegeisterten und Sportlern verbessert. Die Tasche ist aus strapazierfähigem 600D RPET-Polyester gefertigt und verfügt über lange Griffe, die das Tragen erleichtern. Sie ist eine prima Ergänzung der umweltfreundlichen GO GREEN-Kollektion von Anda Present. Die gesamte Oberfläche des Beutels kann mit Sublimationsdrucken oder Mustern individuell gestaltet werden.

Premium Reisen mit Komfort

Reisen ist eine aufregende und bereichernde Erfahrung, kann oft aber auch anstrengend sein, besonders wenn es um den Schlaf unterwegs geht. Das TravelFix Premium-Reisekissen von Sandini ist der perfekte Begleiter für alle Reisesituationen. Egal, ob im Flugzeug, im Zug oder im Auto: dieses Kissen sorgt für ein entspanntes Ankommen. Die ergonomische Form und das hochwertige Material bieten optimale Unterstützung für Kopf und Nacken. Die kompakte Größe und die mitgelieferte Transporttasche machen das TravelFix zu einem Begleiter, der an jeden Rucksack oder Koffer passt.



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

Neues Leben für wertvolles Leder

Mit ihrer „Lederretter-Aktion“ hat Gabriele Bühring gemeinsam mit ihrem Team bereits unzählige Tonnen hochwertiges Echtleder vor der Vernichtung gerettet. Mit der Tasche Multi Stripe bringt das Familienunternehmen erstmals eine Tasche aus gerettetem Leder auf den Markt – zuvor waren es ausschließlich Kleinlederwaren. Die Tasche im modernen Shopperstil wird aus vielen einzelnen Streifen, die die Polster- und Automobilindustrie sonst vernichten würde, in liebevoller Handarbeit genäht. Durch eine individuelle On Demand-Produktion kann die Farbe und Ausführung auch in kleinen Stückzahlen vom Kunden bestimmt werden. Zur Werbeanbringung wird eine Blindprägung empfohlen.



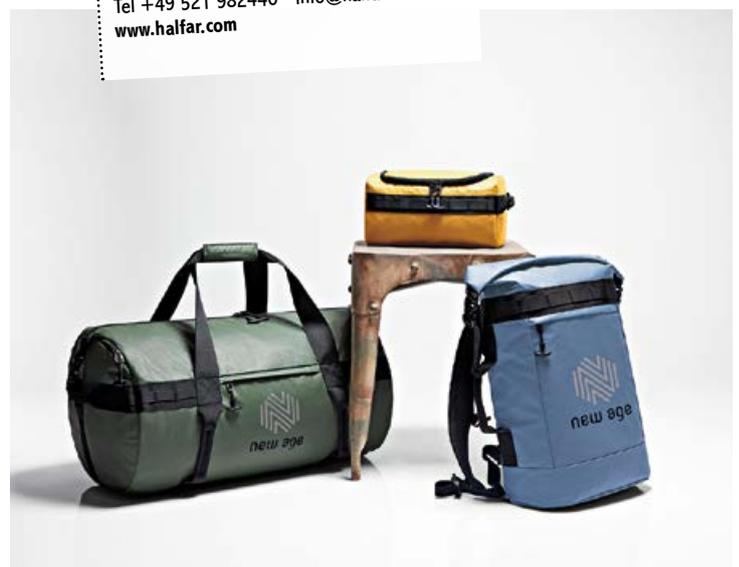
PSI 40807 • Gabriele Bühring
Tel +49 4154 795400
vertrieb@buehring-shop.com
www.buehring-shop.com

Detailverliebt in Trendfarben

Bei dieser Taschenserie von Halfar in neuen Trendfarben wirkt der Kontrast mit schwarzen Accessoires und verleiht der sanften Trendfarbe Senfgelb genauso wie den anderen neuen Tönen Taubenblau und Dunkelgrün eine starke Wirkung. Auch ganz in Schwarz hat die ACTIVE ihren eigenen Reiz. Das Material der Serie sieht auf den ersten Blick aus wie Plane, ist aber recyceltes PET-Material. Neben der Sport-Reisetasche gehören ein Notebook-Rucksack sowie eine Kultur-tasche zu dieser urbanen Serie. Auffallend neben der innovativen Materialwahl ist die aufwändige Verarbeitung und Detailliebe wie Reißverschluss-Anhänger und Knebelhaken in Ankerform.



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





PSI 46897 • Dosenspezialist GmbH
 Tel +49 3621 7338017
 sara.ludwig@doseplus.de
 www.doseplus.de

Sauberer Reisebegleiter

Der Dosenspezialist präsentiert aktuell Seifendosen mit Abtropfgitter. Als unverzichtbare Begleiter für Reisende und perfekte Werbemittel lassen sie sich individuell mit einem Logo veredeln. Als Lagerware sind die Dosen sofort verfügbar. Das integrierte Abtropfgitter sorgt für eine saubere Aufbewahrung und verhindert lästiges Verschmieren. Ob auf Reisen oder im Alltag zeigen Werbetreibende ihren Kunden, dass Sie ihre Bedürfnisse verstehen.

Gut markiert ist schnell identifiziert

Die Kofferanhänger der SafeReflex GmbH können ganz praktisch durch eine integrierte Schlaufe am Griff von Gepäckstücken befestigt werden und erleichtern durch ihr auffälliges Erscheinungsbild das Identifizieren am Flughafen oder bei anderen Gelegenheiten. Beim Standardmodell kann in dem Klarsichtfach auf der Rückseite ein mitgelieferter Adresszettel ausgefüllt oder eine Visitenarte eingeschoben werden. Sonderformen als LKW, Flugzeug, Maskottchen und mehr sind je nach Umsetzbarkeit nach Absprache mit überschaubaren Werkzeugkosten möglich.



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



- Über 600 Modelle im Sortiment
- Jährliche Neuheiten
- Veredelungen
- PremiumEdition

Eco-Edition

Der Umwelt zuliebe:
 Über 70 Modelle aus
 100% recycelten
 PET-Flaschen.



Sonderanfertigungen nach Kundenwunsch



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



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

Spieglein Spieglein in der Hand

Ein moderner Taschenspiegel im passenden Etui für unterwegs ist ein willkommenes Präsent für Frauen und die Mode- und Kosmetik-Branche. Der elegante Spiegel aus Edelstahl wurde in Form und Größe einer Kreditkarte nachempfunden und passt dementsprechend praktisch in jede Geldbörse und Smartphone-Hülle mit Kartenfach. Die glänzende PU-Leder Hülle schützt den Spiegel vor Kratzern oder Staub und wirkt dazu noch besonders edel. Die Hülle gibt es beim Spezialisten Römer Wellness in drei Standardfarben: Silber, Gold und Rosé. Ab 1000 Stück sind weitere Farben auf Anfrage erhältlich. Als Werbeanbringung können Spiegel und Hülle individuell graviert werden.

Smarte Lösung für Digitales

Mit Troika Black Connected stecken Nutzer ihr digitales Leben locker in die Tasche. Handy, Maus, Earphones, Powerbank, Netzteil, Kabel, Adapter – in den zahlreichen sinnvoll aufgeteilten Fächern ist jede Menge Stauraum. Das Planen-Material Tarpaulin ist besonders robust und abwaschbar. Clevere Elastikbänder und Netze halten das Zubehör sicher am Platz. Durchdacht auch die Schlaufe zum Befestigen der Organizer-Tasche am Trolley.

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



Alles für die Erste Hilfe unterwegs

Die Erste-Hilfe Rolltop-Tasche der MEDICAL promotion by GRAMM medical healthcare GmbH ist eine kompakte und nachhaltige Lösung für alle, die gerne aktiv sind und die Natur lieben. Hergestellt aus wasserabweisendem Material und mit einem innovativen Rollverschluss ausgestattet, bietet diese Tasche eine robuste und wiederbefüllbare Grundausrüstung für Erste Hilfe unterwegs. Der Anbieter bezeichnet die Tasche als ideale Wahl für Outdoor-Enthusiasten beim Familienausflug, Camping oder Kanu-Abenteuer. Die Tasche schützt Pflaster, Wundverband, Schere, Reinigungstuch, Einmalhandschuhe, Sicherheitsnadeln und weitere lebensrettende Utensilien zuverlässig vor Feuchtigkeit.

PSI 47105 • MEDICAL promotion
by GRAMM medical healthcare GmbH
Tel +49 7151 250250
info@medical-promotion.de
www.medical-promotion.de



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

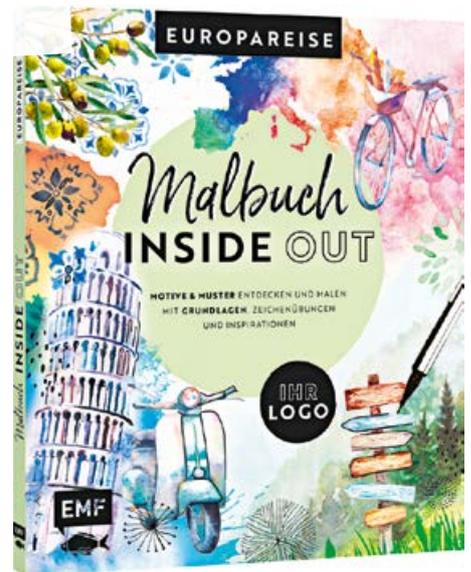
Robust und anspruchsvoll

Mit der Kombination aus robusten Rucksäcken und ansprechend positionierten Stickereien „Made in Germany“ schaffen Kunden gemeinsam mit Klam ihr persönliches und praktisches Highlight. Egal ob als Werbegeschenk oder Accessoire für Mitarbeiter: durch die hochwertigen und präzisen Detailstickereien von Klam wird das gewünschte Logo oder Motiv perfekt inszeniert. Dank der großen Auswahl an verschiedensten Rucksackmodellen wird eine maximale Individualität für das neue Textil-Projekt sichergestellt.

PSI 49982 • Edition Michael Fischer GmbH
 Tel +49 89 2123107-50
 tatjana.bleiler@emf-verlag.de
 www.emf-verlag.de

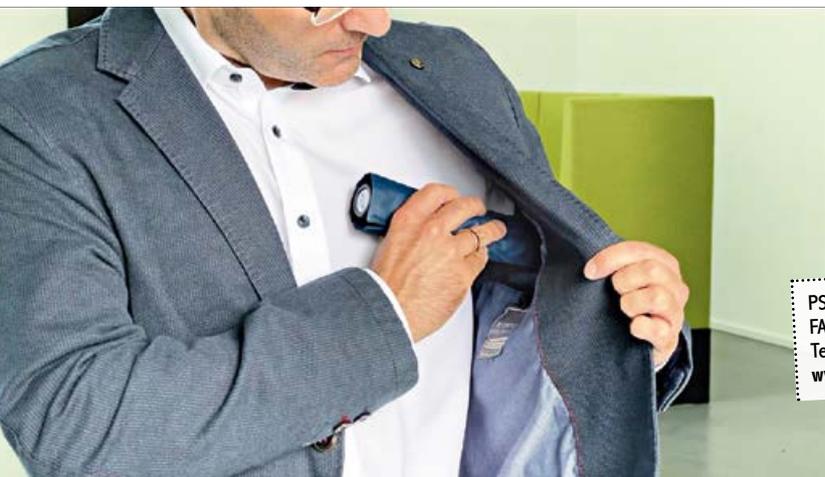
Kreative Europareise

Keine Farbstifte? Kein Problem! In diesem kunterbunten Malbuch warten traumhafte Motive im Watercolor-Look darauf, mit schwungvollen Linien und strukturierenden Mustern verziert zu werden. Es gibt einen Grundlagenteil zur Zeichentechnik, im Fokus steht aber, die eigene Fantasie und Kreativität neu zu entdecken. Es gibt keine strikten Regeln, vielmehr ist von Zeichnen bis Kritzeln alles erlaubt. Durch das Konzentrieren auf Farben und Formen hat das Malen eine meditative und entspannende Wirkung. Die Motive von zahlreichen europäischen Sehenswürdigkeiten wecken die Reiselust und helfen beim Abschalten. Die Kunstwerke, die am Ende entstehen, können herausgetrennt und verschenkt oder in den eigenen vier Wänden aufgehängt werden. Motivwahl, Umfang und Design werden gerne an Ihre Wünsche angepasst. Der EMF-Verlag entwickelt maßgeschneiderte Printmedien mit All-inclusive-Garantie vom Konzept bis zur Auslieferung.



Reisebegleiter für jedes Wetter

Als Schattenspender oder Regenschutz ist der Taschenschirm in kompakter Größe und ultraleichter Ausführung unterwegs immer dabei. Der Mini-Taschenschirm FiligRain Only95 aus dem Hause FARE empfiehlt sich als Reisebegleiter. Eine normale Tafel Schokolade bringt 100 Gramm auf die Waage, der Mini-Taschenschirm ist mit seinen 95 Gramm sogar noch leichter. Mit seiner kompakten Größe ist er mindestens genauso kompakt. So kommt man selbst bei und strahlendem Sonnenschein in Versuchung, den Schirm in Ihre Tasche zu packen. Schließlich ist er auch als Schattenspender gut zu gebrauchen. Trotz seiner Maße lässt dieses Modell die von FARE gewohnte Qualität nicht vermissen. Das macht den Schirm bei jeder Wetterlage und an jedem Ort zum perfekten Begleiter.



PSI 43144
 FARE - Guenther Fassbender GmbH
 Tel +49 2191 609150 • info@fare.de
 www.fare.de



PSI 60675 • marcolor GmbH & Co. KG
 Tel +49 6562 93126-0
 kontakt@marcolor.de
 www.marcolor.de

Sicher identifiziert

Bei diesen Kofferanhängern von marcolor handelt es sich um ein kostengünstiges sowie kurzfristig verfügbares Giveaway für Kunden aus der Tourismusbranche. Der Anhänger wird in Deutschland hergestellt und besteht aus reißfestem und wasserabweisendem Polypropylen (PP), das mittels Folienstift beschreibbar ist. Auf Wunsch können auch Sonderformate berücksichtigt werden. Form und Größe sind frei wählbar. Die individuelle Bedruckung erfolgt vollflächig bis zum Rand.

Dieser Butler packt alles ein

Da ist der Name Programm, denn James, der coole Werbe-Butler für unterwegs, bietet Platz für alles, was transportiert werden muss. Er leistet seinen Dienst als Außendienstmitarbeiter, Prospektträger, Musterdispenser, Fanartikel, Seniorenheimbegleiter, Hotelboy oder Gewinnspielpreis. Der Trolley James ist nicht nur ein Eye-Catcher mit hohem Erinnerungswert, sondern auch ein vielseitig einsetzbarer Helfer. Hergestellt wird das nachhaltige Produkt aus LKW-Plane made in Österreich.



PSI 60074 • James - Verein für Kunst & co KG
 Tel +43 664 4328765
 office@james-shop.com
 www.james-shop.com



– Anzeige –

NACHHALTIGE WERBEMITTEL
 ORIGINELL & LANGLEBIG

stadwerke gotthardt
 EST. 1991
 BOUTIQUE
 HOTELS & RESORT

www.pinsundmehr.de

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

&mehr PINS
 GmbH & Co. KG

PSI 60675 • marcolor GmbH & Co. KG
 Tel +49 6562 93126-0
 kontakt@marcolor.de
 www.marcolor.de



Viel mehr als ein Werbeträger

Bedruckte Baumwolltaschen und Beutel aus Stoff von marcolor sind viel mehr als „nur“ ein Werbeträger. Ob zum Einkauf, als Messetasche oder Zuziehbeutel zum Sport: bedruckte Stofftaschen tragen Logo und Werbebotschaft nach draußen. Vom klassischen Baumwollbeutel über Jutetaschen oder hochwertige Leinenbeutel können in der Druckerei individuelle Taschen bedruckt werden. Sportbeutel für Kinder, Jute-Taschen zum Einkauf sowie Eventtaschen bei Messen, Tagungen oder Verkaufsveranstaltungen sind machbar. Das Logo druckt marcolor dabei in der Regel im Siebdruck mit bis zu zehn Farben auf die Beutel. Personalisierungen mittels Einzelnamen sind ebenfalls möglich.

Schlüsseltasche für jede Zielgruppe

Hochwertiges stabiles Rind- oder Büffelleder bildet die Basis für die Schlüsseltaschen von Zito Lifestyle. Unterstützt wird das Aussehen durch die angenehme Haptik und eine gute Ausstattung mit Karabiner, Münzfach und YKK-Reißverschlüssen. Mit einer individuellen Prägung lässt sich zudem der Markenauftritt besonders erhöhen. Der Doppelnutzen als Schlüsseltasche und Mini-Geldbörse steigert den Wert für jede Zielgruppe zusätzlich.

PSI 44064 • Zito Lifestyle
 Tel +49 6104 9289286
 info@zitolifestyle.de • info@jutamo.de
 www.zitolifestyle.de • www.jutamo.de



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



Veganer Filz als treuer Begleiter

Wer einen treuen und praktischen Shopping-Begleiter verschenken möchte, liegt mit der veganen Filztasche Relana von ROMINOX® genau richtig. Die hochwertige Filztasche (Filz aus 100 Prozent recyceltem PET, vegan) ist in modern meliertem Grauton gehalten und hat eine praktische Größe für zu Hause und unterwegs. Die stabilen und weichen Henkel sorgen für einen hohen Tragekomfort, der flache Boden für einen stabilen Stand. So kann die Tasche als Begleiter für die Shoppingreise, als Sammelbehälter für leere PET Flaschen oder alte Zeitungen fungieren. Römer Lifestyle bringt auf Wunsch gerne eine hochwertige Gravur auf dem Filz an.

Recyceltes Leder lebt wieder auf

Tischsets, Mousepads, Schreibunterlagen oder Glasuntersetzer, die aus recyceltem Leder aus Lederabfällen gefertigten Pads haben eine angenehme Haptik und sind sehr strapazierfähig. Ob ein dezentes Logo oder knallige Slogans – es gibt mehrere Möglichkeiten der Veredelung. Das von IMTC verwendete Material entspricht dem OEKO-Tex® Leather Standard und besteht zu 92 Prozent aus natürlichen, erneuerbaren Rohstoffen. AXOPAD® – mehr als „nur“ ein Werbemittel „Made in Germany“.

PSI 43000
 IMTC Manufacturing & Trade GmbH
 Tel +49 8841 4887570 • imtc@imtc.de
 www.axopad.de



Hüte, Caps und Mützen von Atlantis Headwear sind mit Leidenschaft und Sorgfalt kreierte Kopfbedeckungen. So das Credo des 1995 in der Provinz Venedig gegründeten Unternehmens Master Italia, das Atlantis Headwear als Marke führt. Über die Jahre wurde aus diesem Leitsatz ein wachsendes Engagement für eine verantwortungsvollere Produktion.

Atlantis Headwear setzt auf alternative Stoffe

Mehr als nur eine Kopfbedeckung



Innovation, italienisches Design, Kreativität und der Fokus auf Nachhaltigkeit verschmelzen zu hochwertigen Textilien.

Wenn man die Stärken von Master Italia in einem Satz zusammenfassen müsste, dann wären es die knapp 30-jährige Erfahrung gepaart mit Innovation, italienischem Design und Kreativität, die zu hochwertigen Textilien für den Werbeartikelmarkt verschmelzen. Dabei überzeugen die Venezianer nicht nur mit qualitativ anspruchsvollen Produkten. Sie sind gleichzeitig in der Lage, ihre Ware auch in quantitativ beeindruckendem Umfang herzustellen. In Zahlen ausgedrückt bedeutet das: Jährlich werden mehr als zehn Millionen Hüte weltweit geliefert und allein drei Millionen Artikel aus einer 180 verschiedene Produkte umfassenden Kollektion vorgehalten. Auch ein Blick auf die Unternehmens-Kennzahlen zeigt

die stetige und durchaus rasante Entwicklung von Master Italia. Ein Beispiel: Im Jahr 2022 erwirtschafteten die Headwear-Spezialisten 30 Millionen Euro, was einem Plus von 57 Prozent gegenüber 2021 entspricht. Im selben Jahr stieg die Zahl der Beschäftigten auf 50, ein Zuwachs von 24 Prozent. Gut zwei von drei Mitarbeitenden (61 Prozent) sind Frauen. Und um noch eine Zahl für das Referenzjahr 2022 zu nennen: Master Italia ist auf fünf Kontinenten in insgesamt 59 Ländern vertreten.

Nachhaltigkeit beginnt mit der Einstellung

Gegründet wurde Master Italia 1995. „Von Beginn an haben wir uns mit Leidenschaft und Sorgfalt dem Design un-

Ein Blick in den Showroom: Caps
soweit das Auge reicht.



Links: Eine eingeschworene Gemeinschaft in Sachen Caps: das Team hinter Atlantis Headwear. Oben: Im Sommer dienen Caps nicht nur als Sonnenschutz. Sie sind auch ein stylisches Must.

serer Produkte verschrieben“, ist vom Unternehmens-Hauptsitz in San Donà di Piave, 50 Kilometer nordöstlich der Lagunenstadt Venedig, zu hören. Im Laufe der Jahre reifte zudem die Erkenntnis, das kreative Wirken noch verantwortungsbewusster zu gestalten. „Wir sind davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit mit einer bestimmten Einstellung beginnt und eine natürliche Entwicklung ist, die wir bei allem, was wir tun, berücksichtigen müssen und die über das Produkt selbst hinausgeht“, formulieren es die Verantwortlichen von Master Italia. In der konkreten Umsetzung bedeutet das: nach alternativen Materialien für Produkte zu suchen, um Umweltauswirkungen zu reduzieren, und Projekte umzusetzen, die sich positiv auf die Gemeinschaften auswirken, in denen das Unternehmen tätig ist.

Bewusstsein auf dem Markt schärfen

Von dieser Unternehmensphilosophie profitieren auch die Kunden des venezianischen Headwear-Spezialisten, der mit seinen Produkten Marken helfen möchte, ihre Geschichte zu erzählen, um das Bewusstsein für verantwortungsvollere Entscheidungen auf dem Markt und in der Lieferkette zu schärfen. Mehr noch: Bis zum Jahr 2025 möchte das Unternehmen in seiner Kollektion nur noch Artikel anbieten, die eine geringere Umweltbelastung aufweisen. Um dieses Ziel zu erreichen, wird bei Master Italia nicht nur an neuen Modellen gearbeitet. Man richtet das Augenmerk auch auf die schrittweise Umstellung aller bestehenden Modelle auf Produkte, die aus bevorzugten Materialien hergestellt werden und den Unternehmensprin-



Alessandro Colle Tiz,
CEO Master Italia

zipien für nachhaltige Produkte entsprechen – und das natürlich mit unbedingter Design- und Qualitätstreue. Dieses Engagement hat Master Italia dazu veranlasst, eine spezifische Analyse des Lebenszyklus (LCA – Life Cycle Assessment) seiner beliebtesten Produkte durchzuführen mit dem Ziel, die Carbon Footprint Zertifizierung zu erhalten.

Traditionelle Stoffe zugunsten alternativer Materialien ersetzen

Um alle traditionellen Stoffe zu ersetzen, gleichzeitig aber das bewährte Look-and-feel weiterhin zu garantieren, hat das Atlantis R&D Team viele Materialien getestet. Das Ergebnis: ein auf fünf „bevorzugte“ Garne und Stoffe erweitertes Angebot. Nach Unternehmensangaben hat sich recycelter Polyester als das beliebteste Material herauskristallisiert. Die Vorteile liegen klar auf der Hand: Das Material kann wegen seiner langen Lebensdauer in großem Umfang verwendet werden. Es wird aus Polymeren hergestellt, die durch das Einschmelzen gebrauchter Plastikflaschen gewonnen und dann in Textilfasern umgewandelt werden. Der mengenmäßig zweitgrößte Stoff ist ebenfalls recycelt: Polylana®, eine spezielle Polyesterermischung, die mit jeder Natur- oder Synthetikfaser gemischt werden kann. Ihr Vorteil: Leistung und Aussehen werden verbessert, während bei der Herstellung weniger Energie, Wasser und CO₂ verbraucht werden. Darüber hinaus zählt Bio- und Recycling-Baumwolle zum Material-Repertoire von Atlantis Headwear. Die Bio-Baumwolle basiert auf Pflanzen, die ohne den Einsatz von Pestiziden oder chemischen Düngemitteln angebaut wer- >>



>> den. Bei der Recycling-Baumwolle handelt es sich um eine regenerierte Baumwollfaser, die aus Industrieabfällen gewonnen wird. Das neueste Material, das Einzug in die Kollektion gehalten hat, ist recyceltes Nylon. Dieses ist besonders widerstandsfähig, dehnbar und leicht. Es wird aus Pre-Consumer-(einschließlich Material-)Abfällen aus industriellen Prozessen gewonnen, die andernfalls entsorgt worden wären.

Modetrends in innovative Produkte wandeln

Nach so viel Materialkunde lohnt sich nun auch ein Blick auf die Produktwelt der „Atlantis Collection“: unbedruckte Werbekopfbedeckungen, die speziell für Druck- und Stickeranwendungen entwickelt wurden. „Unsere Kollektion ist das Ergebnis jährlicher Forschung und verwandelt Modetrends in innovative Kopfbedeckungen unter Verwendung nachhaltiger Stoffe, intelligenter Lösungen und langlebiger Produkte“, so die kreativen Headwear-Spezialisten. Wer nach maßgeschneiderten Hüten und Mützen sucht, ist bei Atlantis Headwear selbstverständlich genauso gut aufgehoben. Die Abteilung Atlantis | Custom Made

Benefits von Atlantis Headwear

Atlantis Headwear ...

- ... verfügt über langjährige Erfahrung durch die enge Zusammenarbeit mit Hunderten von Kunden in fast 30 Jahren.
- ... überzeugt durch Teampräsenz in der gesamten Lieferkette.
- ... bietet eine breite Palette von Hüten, Caps und Mützen aus innovativen Materialien und Stoffen sowie Spitzentechnologien.
- ... setzt auf innovative Dienstleistungen für die Auftragsabwicklung.
- ... bietet weltweit einen schlüsselfertigen Service – von der Produktion bis zur Auslieferung. Dabei verspricht das Unternehmen: „Unsere Dienstleistungen sind völlig individuell, auf die spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten und werden so verwaltet, dass die vereinbarten Termine eingehalten werden.“
- ... pflegt den italienischen Geist: Know-how und Stil im Dienste des Kunden.

kümmert sich um Design, Entwicklung und Lieferung und bietet dabei eine große Auswahl an Stilen, Farben und individuellen Grafiken. Ob Merchandising, Mode, Sportbekleidung oder Corporate/Promotion: Atlantis Headwear verspricht Lösungen von höchster Qualität.

Umfangreiche Unterstützung für den Werbeartikelhandel

Atlantis Headwear bietet dem Werbeartikelhandel zudem eine ganze Reihe von Hilfestellungen. Ein Team kümmert sich um die Anliegen und unterstützt mit Marketingaktionen sowie -materialien. Dazu zählen in erster Linie Inhalte, die Werbeartikelhändler in ihr Tagesgeschäft integrieren können, etwa für Social-Media-Posts, Newsletter, Events oder Musterkampagnen. Darüber hinaus stehen jährliche Besuche der Werbeartikelhändler (oder auch öfter) auf dem Programm. Diese persönlichen Begegnungen dienen vor allem dazu, den Mehrwert von Atlantis Headwear-Produkten näherzubringen, um gezielte Werbeargumente und das richtige Markenimage zu vermitteln.

Ambitionierte Ziele

Obwohl Master Italia und damit Atlantis Headwear längst hervorragend aufgestellt ist, haben die Venezianer weiterhin ambitionierte Pläne. Alessandro Colle Tiz, CEO Master Italia, beschreibt es so: „Wir möchten, dass wir gesund, nachhaltig und getragen von unseren Interessengruppen wachsen. Um dies zu erreichen, arbeiten wir konsequent daran, das Bewusstsein zu schärfen und Synergien mit unserer Wertschöpfungskette zu verbessern. Das alles in der Hoffnung, dass unsere Partner ebenfalls eine Kultur der Nachhaltigkeit fördern. Selbstverständlich werden wir weiterhin sicherstellen, dass unsere Produkte langlebig, von hoher Qualität und vor allem innovativ sind. Gleichzeitig möchten wir die Auswirkungen unseres Handelns so gering wie möglich halten. Deshalb konzentrieren wir uns verstärkt darauf, unseren CO₂-Fußabdruck zu messen und zu reduzieren.“ Auf die Frage, was Master Italia erreichen möchte, antwortet Alessandro Colle Tiz direkt: „In der gesamten Headwear-Industrie Neuerungen vorzunehmen. Das mag sehr ambitioniert klingen, aber wir sind davon überzeugt, dass ein Quäntchen Verrücktheit eine wesentliche Zutat für große Revolutionen ist. Darüber hinaus hoffe ich, für Master Italia und für alle Unternehmen, die an die Zukunft glauben, dass es eine größere Verfügbarkeit besser zugänglicher Technologien und eine stärkere Zusammenarbeit zwischen Industrie- und Wirtschaftsunternehmen sowie internationalen Institutionen geben wird. Es geht darum, gemeinsame Ziele zu erreichen, wie sie die UN 2030 Agenda vorgibt. Nur so können wir die wachsenden Herausforderungen meistern. Austausch ist der wahre Schlüssel zu einer moralischeren und verantwortungsbewussten Zukunft, die für jeden erreichbar ist.“ <

PSI JOURNAL THEMENPLAN 2024

Monat	Produktthema 1	Produktthema 2	Redaktions-schluss	Druckunterlagen-schluss
Januar 2024	Messeneuheiten PSI 2024		11.11.23	18.11.2023
Februar 2024	 Fußball EM Special: Sport, Fitness, Gesundheit	Ostern, Garten, Hobby und Handwerk	15.12.23	19.01.2024
März 2024	Getränke, Trinkgefäße, Tischkultur, Haushalt	Bürobedarf, Schreibgeräte, Kalender	24.01.24	09.02.2024
April 2024	Grüne, ökologische und nachhaltige Produkte	Taschen, Reisegepäck und Lederwaren	19.02.24	08.03.2024
Mai 2024	Fashion, Workwear, Caps und Accessories	Express und Last-Minute Produkte, Streuartikel	18.03.24	10.04.2024
Juni 2024	Wellness, Kosmetik und Beauty	Schutz- und Hygieneartikel, Arbeitssicherheit	19.04.24	10.05.2024
Juli 2024	Weihnachten, Präsentsets und Sonderanfertigungen	Spielzeug und Plüschprodukte	22.05.24	10.06.2024
Aug./Sept. 2024	Ökologische und nachhaltige Produkte, Veganes	Schokolade und Süßes	24.06.24	09.08.2024
Oktober 2024	Camping, Outdoor, Schirme, Werkzeug und Messer	Produkte für Mitarbeiter-Incentives, -Onboardinggeschenke	19.08.24	10.09.2024
November 2024	Elektronik, Digitales und Smartphone-Accessories	Reise, Auto, Fahrrad, Verkehr und Sicherheit	20.09.24	10.10.2024
Dezember 2024	Marken, Klassiker und Vintage	Made in Europe/GSA (Germany, Switzerland, Austria)	18.10.24	08.11.2024
Januar 2025	Messeneuheiten PSI 2025		11.11.24	18.11.2024

DRUCKUNTERLAGEN (PDF, 300 dpi) an: PSI Journal – Anja Späker
 E-Mail: psi.media@rxglobal.com oder via RX Upload Portal
<https://share.rxglobal.com/message/new>
 Bitte registrieren Sie sich vor dem Upload.
 PSI Empfänger der Downloadnachricht ist anja.spaeker@rxglobal.com



Unser Tipp!
 Druckunterlagen erstellen,
 aber Sie wissen nicht wie?
 Unser Grafik-Leitfaden
 hilft Ihnen weiter:



INSERENTENVERZEICHNIS | LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent Advertiser	Seite Page	PSI No.	Inserent Advertiser	Seite Page
41859	BIC GRAPHIC EUROPE S.A.	079	46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	057
41369	elasto GmbH & Co. KG	017		PSI 2025	U3/IBC
40807	Gabriele Böhning	049		PSI Media Guide	067
42819	Gustav Daiber GmbH	005	42487	REFLECTS GMBH	013
45666	Halfar System GmbH	Titel/Cover		RX Video Packages	074+075
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	U4/OBC	45328	Stilolinea Srl	043
47464	Karlowsky Fashion GmbH	007	45767	Tacx B.V. a Tacx International Company	021
42020	mbw Vertriebsges. mbH	027	44970	Trigon Deutschland GmbH	053
43410	Mister Bags GmbH	U2a/IFCa, 002+003	41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	U2b/IFCb
42332	Pagani Pens SA - prodir®	001			

Individuell, hochwertig, kreativ und cool – das sind, kurz gefasst, die Attribute, welche die Logomatten der Hörsteler Interior Design GmbH treffend beschreiben. Im vergangenen Jahr konnte das Unternehmen auf eine 100-jährige Tradition in der Herstellung von Matten aller Art zurückblicken. Gründe genug für eine ausführliche Vorstellung.

Vielfalt und Qualität seit über 100 Jahren

Individuelle Logomatten, die überzeugen

Hangen wir mit den Ursprüngen des Unternehmens an – und die liegen über 100 Jahre zurück: Der Grundstein für die beeindruckende Historie der „Hörsteler Teppichfabrik Wilkens & Lücke GmbH & Co. KG“ wurde bereits im Jahr 1923 gelegt, als Bernhard Lücke und Bernhard Wilkens die Kokosweberei B.J. Wilkens GmbH an der Bahnhofstraße in Hörstel ins Leben riefen. Hier wurden importierte Kokosfasern auf Webstühlen zu Läufern, Teppichen und Matten verarbeitet. Dank des fußläufigen Bahnanschlusses erfolgte die Anlieferung der Kokosrohware und der Versand der Kokosläufer und -matten direkt über den Bahnhof Hörstel. Hier konzentrierte man sich zunächst auf die Produktion für den Groß- und

Einzelhandel. Die Matten aus Kokos und Sisal waren bis in die 1970er Jahre die wichtigsten textilen Bodenbeläge. Bis in die 1980er Jahre wurde diese Produktion weitergeführt. Mit der Markteinführung von strapazierfähigen Kunstfasern aus Polyamid und Polypropylen verdrängten diese die Naturfasern von den Spitzenplätzen. Allerdings zählen bedruckte und beflockte Kokosmatten noch heute zum umfangreichen Sortiment des Unternehmens.

Erfolg mit Autoteppichen

Im Laufe der Jahre hat sich das Unternehmen stetig weiterentwickelt, insbesondere seit 1965, als mit der Produktion von Autoteppichen ein ganz neues Geschäftsfeld er-

Sonderformen und individuellen Farben sorgen für maximale Aufmerksamkeit.





Jürgen-Tobias Lücke leitet das Unternehmen in 3. Generation und ist mit seinem Stand treuer Aussteller auf der PSI Messe (hier im Januar dieses Jahres).

schlossen wurde. Mit dem Verkauf der Webstühle nach Sri Lanka Ende der 70er Jahre erfolgte die Umstellung auf Waren mit der Nutzschicht aus Polypropylen und Polyamid. Hörsteler Passform-Autoteppiche wurden an Automobilhersteller, Autohäuser und Autozubehörhändler vertrieben. Bereits 1984 konnte der millionste hörsteler® Golden Gate Autoteppich verkauft werden. Aus dem großen Schmutz-Stopper Programm wurde der Groß- und Einzelhandel mit Türmatten bedient.

Erste Matten mit Individualisierung

Durch damals moderne Techniken konnten Matten beflockt oder mit Transferfolien bedruckt werden. So >>



Verschiedene Dessins aus dem Edelkokos-Läufer Sortiment.

hörsteler
INTERIOR Design

100 Jahre Hörsteler – Meilensteine

1923 Gründung der Hörsteler Kokosweberei B. J. Wilkens Kommanditgesellschaft

Gründer: Bernhard Lücke und Bernhard Wilkens Senior
Produktion von Kokosläufern, Teppichen und Matten

1958 Neubau der Kokosweberei und der Verwaltung

1965 Produktion von Automatten

1970 Adolf-Tobias Lücke und Berndt Wilkens werden Kommanditisten

01.10.1970 Umfirmierung: Hörsteler Teppichfabrik B. J. Wilkens & Lücke KG

Gegenstand des Unternehmens: Fabrikation und Handel von Teppichen und Matten

Persönlich haftende Gesellschafter sind Adolf-Tobias Lücke und Berndt Wilkens

Firmenumsatz 4 Millionen DM

1971 Teilnahme an der 1. Automechanika Frankfurt

Produktion von Paßform-Autoteppichen und Türmatten aus Polyamid - und Polypropylen-Fasern

Import von Kokos-Fußmatten aus Indien und Sri Lanka

12.12.1972 Gründung der Lücke u. Wilkens Gesellschaft mit beschränkter Haftung.

Die GmbH wird Komplementär der Hörsteler Teppichfabrik Adolf-Tobias Lücke und Berndt Wilkens werden Kommanditisten

1973 Bau einer Lager- und Versandhalle

50-jähriges Firmenjubiläum

1979 Aufgabe der Weberei, Verkauf der Webstühle nach Ceylon (heute Sri Lanka)

1986 Auszeichnung mit dem AMERICA AWARD im Waldorf Astoria Hotel, New York

1987 Auszeichnung mit dem EUROPA AWARD 1987 in Paris Grand Hotel

1988 Eröffnung Lagerhalle „Werk 2“ im Industriegebiet

1990 Belieferung Porsche AG

Intensivierung des Geschäfts mit dem SB Warenhandel

1995 Vertrieb Produktion Fußmatten an den Werbeartikelhandel

1997 Mitgliedschaft im PSI

Erstmalige Teilnahme an der PSI Messe

1998 Jürgen T. Lücke wird Gesellschafter

2001 Gründung der Hörsteler Interior Design GmbH als Handelsunternehmen

Geschäftsführender Gesellschafter: Jürgen T. Lücke

Umzug der Geschäftsräume nach Hörstel-Riesenbeck

Mitgliedschaft bei der PSI und Teilnahme an Werbeartikelmesse

2010 Vertrieb von Kofferraum-Schalen

2012 Verkauf von Paßform-Gummimatten

Zusammenarbeit mit 6 verschiedenen europäischen Herstellern von Logomatten

2015 Jürgen T. Lücke übernimmt sämtliche Anteile und ist alleiniger Gesellschafter

2019 Umzug der Firma zurück nach Hörstel, Birkenweg 57

2023 100 Jahre Hörsteler



» entstanden in den 1990er Jahren die ersten Matten mit Individualisierung, die über den Werbeartikelhandel vertrieben wurden. Im Rahmen der stetigen Expansion wurde 1988 Werk 2, ein Zentrallager im Industriegebiet Hörstel-Ost, in Betrieb genommen, dessen Fläche 1991 verdoppelt wurde. Veränderungen im Markt führten dazu, dass der Betrieb dieser Firma Ende des Jahres 2000 eingestellt wurde.

„Mit hochwertigen Werbematten begeistern“

Hörsteler in der jetzigen Form wurde 2001 von Jürgen-Tobias Lücke mit zwei Partnern gegründet. Damit war bereits die dritte Generation unternehmerisch aktiv. Das Unternehmen firmiert seither unter Hörsteler Interior Design GmbH. Viele Kunden blieben der Marke treu. Aufgrund der großen Sachkompetenz, was Fußmatten anbelangt, konnte sich Hörsteler schnell als namhafter Anbieter von Logomatten im Werbeartikelhandel etablieren und profilieren und steht hier für Tradition, Qualität und Innovation. Seit 2015 ist Jürgen-Tobias Lücke alleiniger Gesellschafter und Geschäftsführer. „Die Ambition war es, ist es und wird es bleiben, mit Produkten in Markenartikel Qualität im Markt erfolgreich zu sein“, formuliert Lücke das selbstbewusste Credo des Logomattenspezialisten. Dementsprechend legt das Unternehmen großen Wert auf bestmöglichen Service und damit die Zufriedenheit seiner Kunden. Im Zentrum steht stets, dies „mit hochwertigen Werbematten zu begeistern“.

Repräsentative Grüße als Blickfang

Zum heutigen vielfältigen Sortiment zählen bedruckte Logomatten für den Innen- und Außenbereich sowie Thekenmatten. Die jahrzehntelange Erfahrung im Teppichge-

schäft nutzt Hörsteler vor allem auch im Angebot von Werbematten. Kundenindividuelle Lösungen können schon als Einzelstück produziert werden. Im Eingangsbereich dienen sie als Schmutzfang und überraschen die Gäste als unübersehbarer repräsentativer Willkommensgruß. Außerdem sind sie für Werbeaktionen als Incentive Artikel bestens geeignet. In Fanshops oder auf Events werden sie als Merchandising Artikel angeboten. Teppiche in Sonderformen und individuellen Farben unterstützen die Corporate Identity eines Unternehmens oder einer Marke.

Vielfältige Darstellungsoptionen

Im Werbemattensektor stehen vier verschiedene Drucktechniken zur Auswahl: Chromojet-Druck, Digitaldruck, Transferdruck und Flock. So lassen sich auf Werbematten einfache Logos, mehrfarbige Designs oder sogar fotorealistische Bilder wiedergeben. Nachhaltige Fußmatten aus dem Naturprodukt Kokos können entweder bedruckt oder mit einem wasserfesten Flock versehen werden. Hier berät das Hörsteler-Team gerne, welche Matte für den gewünschten Bedarf die richtige ist.

Neuer Schwerpunkt: Thekenmatten

Ein neuer Schwerpunkt im Sortiment sind Thekenmatten. Diese sind ein preisgünstiger Artikel für den Point of Sale. Thekenmatten verfügen über eine strapazierfähige, gestrickte Polyester-Oberfläche. Sie können mit einem Design nach Wahl in Fotoqualität versehen werden und sorgen so für hervorragende Sichtbarkeit auf dem Tresen. Umrandete und randlose Optionen sind verfügbar. Die Matten sind phthalatfrei, nitrosamin-frei und PVC-frei.

Prima vernetzt in der Branche

Im Logomattenbereich arbeitet Hörsteler intensiv mit den Werbeartikel-Fachhandel zusammen, um innovative Lösungen für Kundenanforderungen zu bieten. Das Traditionsunternehmen ist folgerichtig sowohl Mitglied im PSI, dem weltweiten Netzwerk der Werbeartikelbranche, als auch im GWW, dem Gesamtverband Werbeartikelwirtschaft in Deutschland. <

Im Logomattensektor stehen vier verschiedene Drucktechniken zur Auswahl. So lassen sich einfache Logos, mehrfarbige Designs oder sogar fotorealistische Bilder wiedergeben.





SCAN ME
FOR DOWNLOAD

PSI
Home is  where PSI is.

10-12 MAY
2024
Willkommen
Welcome

Save the date.

PSI

MEDIA GUIDE 2024

RX In the business of building businesses





Leckere Give-aways zur EM-Party

Außergewöhnliche Events benötigen einzigartige Werbegeschenke. Passend zur Europameisterschaft strahlen **individuelle, aufmerksamkeitsstarke** Give-aways sowohl mit ihrem Inhalt als auch mit ihrer Form. Die Klappschachtel gefüllt mit JIMMY's Popcorn ist nicht nur der ideale Fußballsnack, sondern bietet auch eine große Werbefläche. Für einen perfekten Fußball-Sommer darf der eiskalte Kick nicht fehlen. Diesen bekommt man mit den leckeren Sorten von Shot Ice. Beim Fußball trifft das Runde bekanntlich ins Eckige. Ein echter Volltreffer ist die Torwand Box, gefüllt mit leckeren Kaugummi- Fußballen für den ultimativen Werbekick. Es muss nicht immer etwas Essbares sein: Die Geschenkbox Mini rund überrascht durch eine brandneue Non-Food-Idee. JUNG hat viele weitere innovative Werbeideen für eine unvergessliche und individuell gestaltete Europameisterschaft 2024, darunter auch den XS-Countdown-Kalender oder leckere Lollis.

PSI 41545 • JUNG since 1828 GmbH & Co. KG
Tel +49 7141 64350 • zentrale@jung-europe.de
www.jung-europe.de





Fassholz mit Charring-Patina

e+m präsentiert ein neues Schreibgerät aus seiner Sommelier Edition den „WHISKY“. Ihren komplexen Geschmack erlangen erlesene Whiskys durch die Lagerung in Eichenfässern. Hier ist Geduld gefragt: 8 bis 12 Jahre sind übliche Lagerzeiten, manche Destillieren warten bis zu 50 Jahre auf das perfekte Aroma. Für das Modell WHISKY der Sommelier Edition haben die Spezialisten von e+m **ausgesuchte Fassdauben** aus europäischer Stil- und Traubeneiche verwendet. Der hauseigene Drechsler hat dabei den Zuschnitt so bemessen, dass jedes Schreibgerät die typische Spur der Verkohlung der Fassinnenseite zeigt – das Charring, das für ganz besondere Geschmacksnoten verantwortlich ist. Alle Oberflächen sind mit natürlichen Wachsen und Ölen hergestellt und können durch Druck oder Lasergravur nach Kundenwunsch personalisiert werden.

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

Extragroß geschützt in der Küche

Für viele Menschen mit kurviger Statur kann das Finden einer passenden Schürze eine Herausforderung sein. Eine Lösung bietet Karlowsky Fashion mit der extragroßen Latzschürze. Mit ihren großzügigen Maßen von 100 × 100 cm (Breite × Länge) bietet sie ausreichend Abdeckung und Komfort für alle, die in herkömmlichen Schürzen oft zu kurz kommen. Durch die Anpassung der Latzbandlänge können die **Bänder flexibel eingestellt** werden. Praktisch und funktional zeigt sich die in elf Farben lieferbare Schürze zudem mit einer aufgesetzten Tasche, die mit zwei Fächern ausgestattet groß genug ist, um alle wichtigen Utensilien griffbereit zu halten.

PSI 47464 • Karlowsky Fashion GmbH
Tel +49 3 92 04 - 9 12 80 • info@karlowsky.de
www.karlowsky.de





Trinkhalme ganz individuell

Bedruckte Papiertrinkhalme im Design des eigenen Unternehmens sind Werbebotschafter, die **bei jedem erfrischenden Schluck ins Auge fallen**. Mank bietet diese Trinkhalme in verschiedenen Durchmessern von sechs bis zwölf Millimetern und Längen von 120 bis 300 Millimetern an. Sowohl die Halme selbst, als auch die hygienische Verpackung können bereits ab einer Auflage von 10.000 Stück zweifarbig bedruckt werden. Diese in der EU hergestellte nachhaltige und umweltfreundliche Alternative zu herkömmlichen Plastikstrohhalm besteht aus biologisch abbaubaren Materialien, die sich im Laufe der Zeit auf natürliche Weise zersetzen.

Mank Designed Paper Products
Tel +49 2689 9415-0 • info@mank.de
www.mank.de

Küsschen aus dem Südwesten

Am Fuße des Schwarzwalds produziert Kalfany Süße Werbung rund 2000 Tonnen Fruchtgummi pro Jahr. Für das Jahr 2024 entwickelte das Unternehmen unter der eigenen Fruchtgummimärke Bären Company® eine weitere trendige Sondersorte: Die Schwarzwälder Kirsch-Küsschen aus der delicious edition 2024 sind eine sinnliche **Verführung in zarter Kussmundform** und soraeen nicht nur mit ihren verlockenden Farben in Pink und Schwarz sondern auch mit ihrem unwiderstehlichen Geschmack für den perfekten Genuss. Erhältlich sind die veganen Küsschen in glänzend- oder matt-kaschiertem, transparentem alternativ weißem Werbetütchen verpackt.

PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG
Tel +49 7643 8010 • info@ksw24.com
www.suesse-werbung.de





Statement am Autofenster

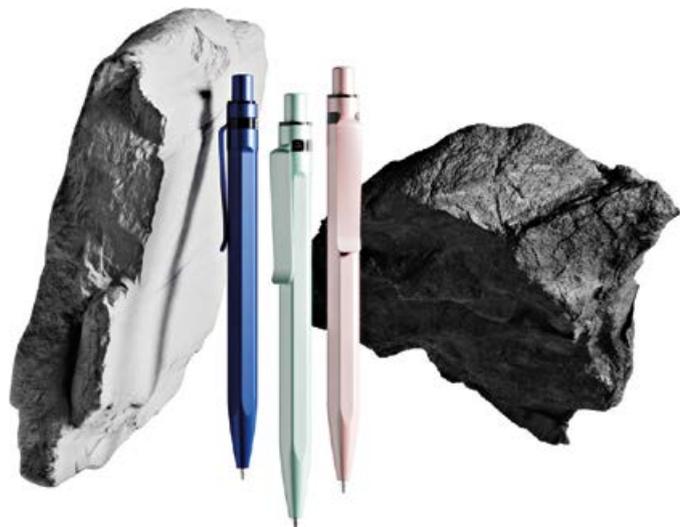
Autofahren sind kleine Flaggen, die **nicht nur während Fußball-Großereignissen** für Aufmerksamkeit sorgen. Mit einer effizienten, soliden und sicheren Befestigung an jeder Autoscheibe können neben nationalen Symbolen auch Logos und Symbole einer Firma, eines Sportvereins oder andere Motive nach Wahl des Kunden präsentiert werden. Sie werden auf Bestellung mit der modernsten DirektsUBLIMATIONSTECHNIK gedruckt und sind langlebig und ästhetisch ansprechend.

PSI 49359 • Graffiti Print
 Tel +48 618148454 • biuro@graffiti-print.pl
www.graffiti-print.pl

Geschichte in Stein: klassisch – zeitlos – innovativ

Das Modell QS50 von Prodir ist eine frische, elegante, innovative und nachhaltige Interpretation der ikonischen sechseckigen Form eines Bleistifts. Als neuestes Mitglied der erfolgreichen QS Stone-Familie bietet der QS Stone neben dem neuen Design eine aufgefrischte Palette von **10 an Metall und Mineralien angelehnten Farben**, darunter Sideral Blau, Lazulithblau, Rosenquarz, Jadegrün, Jaspis Rot, Gold, White dolomite, Black carbon, Silver und Graphite. Wie alle QS Stone-Schreibgeräte wird auch der QS50 Stone aus einem mit Mineralien angereicherten Material hergestellt, das nachhaltige 60 % weniger Kunststoff und 50 % mehr Gewicht aufweist. Ein Unterschied, den man sofort bemerkt, wenn man ihn in die Hand nimmt, und der die Wahrnehmung von Wertigkeit erhöht. Der Stift wird zu 100 % in der Schweiz nach den strengen Umweltvorschriften des Landes hergestellt und kann Unternehmen dabei unterstützen, mehr Nachhaltigkeit zu einem glaubwürdigen Bestandteil ihrer Markenbotschaft zu machen. Zusätzliche Personalisierungsoptionen, wie 8 elegante satinierte Metallclips, farblich abgesetzte Clip-Holder, stilvolle Metalldruckknöpfe und schadstoffarme Mineralien, machen den QS50 Stone zu einem vielseitigen, aufmerksamkeitsstarken Markenbotschafter. Laura Bazzali, als Produktmanagerin bei Prodir verantwortlich für das QS Stone-Sortiment: „Die neue sechseckige Form des QS50 Stone-Gehäuses ist ein Klassiker, der an unsere frühesten Schreiberfahrungen in der Schule erinnert. Es ist die Form des Bleistifts, mit dem die meisten von uns ihre ersten Buchstaben schrieben. Die Raffinesse, Langlebigkeit und Nachhaltigkeit des QS50 sowie die mit ihm verbundenen Assoziationen werden unseren Geschäftskunden helfen, eine starke Botschaft von Wert, Tiefe und Bedeutung zu vermitteln.“ Der QS50 Stone ist ab sofort erhältlich.

PSI 42332 • Prodir
 Tel +41 91 935 5555 • sales@prodir.de • sales@prodir.ch
www.prodir.com

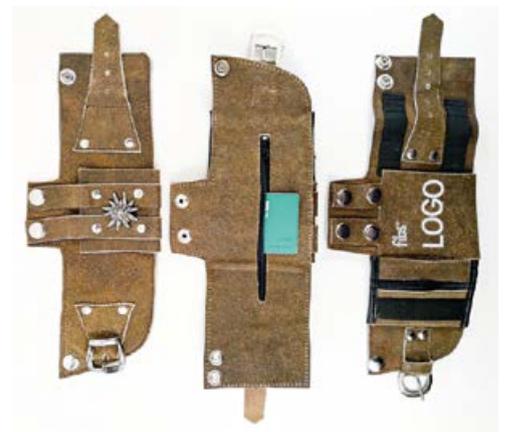




Lederhose am Armband

Wer bei der Arbeit ständig sein Werkzeug sucht, wird die neueste Kreation von FreeWings® zu schätzen wissen. Das **Armband FIBS® Craftsmen** bietet Platz für Bleistift, Maßband, Schrauben, Bits, Messer und vielem mehr. Der nützliche Fashion Artikel ist einer Lederhose nachempfunden. Auf der Innenseite liegt eine Reißverschluss-Tasche für wichtige Gegenstände wie Karten, Geld oder Schlüssel. So sind wertvolle Dinge auch beim Besuch eines Festes oder Konzertes gesichert. Mit dem aufgebrachten Logo des werbenden Unternehmens ist man zudem besonders nah am Kunden.

PSI 60424 • FreeWings / FIBS
Tel +43 6765212866 • free@freewings.net
www.fi-bs.com



Pyramidenbeutel für die Teepause

Der von der Henosa-Plantanas Group bekannte lose Tee kann nun auch alternativ zur einfacheren Benutzung in Pyramidenbeuteln verpackt bezogen werden, teilt das Unternehmen mit. Ein Pyramidenbeutel ergibt eine Tasse Tee. Das Material ist **biologisch abbaubar**. Als Umverpackung wählt der Kunde zwischen den Dosen mit Etikett oder einer Geschenkschachtel, die komplett im 4C-Verfahren bedruckt werden kann.

PSI 47992 • Henosa-Plantanas Group GmbH
Tel +49 7306 926230 • info@plantanas.com
www.werben-mit-tee.de

Startklar zur UEFA Euro 2024

Wenn die ganze Nation im Fußballfieber ist, eignet sich der legendäre BIC® 4 Colours®-Kugelschreiber bestens, um in die Spannung einzutauchen und einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Mit seinem **atemberaubenden Metallic- und Farbverlauf-Design** ist er mehr als nur ein Schreibgerät – er ist ein Symbol für die Leidenschaft für das Spiel. Außerdem ist der BIC® 4 Colours® jetzt noch nachhaltiger, da im Clip 13 % weniger Kunststoff verwendet wird. (Alle BIC® 4 Colours® werden nach und nach auf das neue Oberteil umgestellt, diese Änderung wird bis Juni 2024 abgeschlossen sein.) Wer sich der Begeisterung für den Fußball anschließen möchte, hinterlässt mit der BIC® 4 Colours® Flaggen-Kollektion ein starkes Zeichen.

PSI 41859 • BIC GRAPHIC EUROPE S.A.
Tel +49 69 22223000 • info.germany@bicworld.com
www.bicgraphic.com



Big-Print für den Strand

Strandponchos von Graffiti print sind nicht nur praktisch für alle, die gerne schwimmen gehen, sondern auch eine gute Gelegenheit, **eine einzigartige Werbefläche** zu gestalten und zu personalisieren. Der Poncho kann auf der gesamten Vorderseite, der Rückseite und der Kapuze mit dem Logo oder einem Foto bedruckt werden. Die Ponchos bestehen aus hochwertiger Mikrofaser, die Wasser perfekt absorbiert, schnell trocknet und vor Wind schützt, langlebig und ohne Farbverlust waschbar ist. Zudem ermöglichen sie, sich am Strand ohne Umkleidekabine umzuziehen.

PSI 49359 • Graffiti Print
Tel +48 618148454 • biuro@graffiti-print.pl
www.graffiti-print.pl



VIDEO PACKAGES BY RX

We deliver professional...

Storytelling Video Production Media Spread



SCAN ME

**Your benefit
exclusively with us!**

Benefit from our full-service video production combined with the unique industry network and visibility of our RX Events!

“FULL-SERVICE”

Main Actor:
Your Booth

Event
Video

In Spotlight:
Your Company
or Product

Image
Video **BasiX**

In Spotlight:
Your Company
or Product

Image
Video **DeluXe**

Contact your Expert:

Anja Späker - anja.spaecker@rxglobal.com

created by

 **Media Solutions**

built by RX Austria & Germany



PSI 2025 | Bereits großes Interesse von Ausstellern



Die vergangene PSI hat ihre prominente Position im europäischen Werbeartikelmarkt gefestigt und ihre Bedeutung als Marktplatz, internationaler Branchentreff und Wissensplattform erneut unter Beweis gestellt. Mit 567 Ausstellern aus 29 Nationen waren die Flächen der Hallen 9 und 10 voll ausgelastet. „Ich bin total überwältigt von der positiven Resonanz unserer Aussteller und Besucher. Sie zeigt, dass wir mit unserer Vision einer Neupositionierung von Werbeartikeln auf dem richtigen Weg sind“, so das Fazit von PSI Director Petra Lassahn direkt nach der Messe. In der Tat scheint das Konzept die ausstellenden Unternehmen so nachhaltig überzeugt zu haben, dass viele schon zum jetzigen Zeitpunkt für 2025 zugesagt haben. „Wir liegen bei etwa 70 Prozent der Ausstellungsfläche dieses Jahres, die bereits gebucht ist“, freut sich Petra Lassahn und fügt hinzu: „2025 werden wir noch einen Teil der Halle 11 hinzunehmen.“ Unter anderen sind diese Unternehmen schon dabei – und natürlich viele spannende weitere, die wir demnächst präsentieren werden:

BIC GRAPHIC EUROPE S.A.

Clipper Interall

doppler H. Würfingsdobler GmbH

giuseppe di natale spa

Inspirion GmbH

Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG

LEUCHTTURM Gruppe GMBH & CO. KG

MACMA Werbeartikel OHG

Makito Promotional Products

midocean Germany GmbH

Neutral.com

Paul Stricker, SA

SENATOR GmbH

STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG

Tee Jays A/S

Toppoint B.V.

travelite GmbH + Co. KG

TROIKA Germany GmbH

uma Schreibgeräte

VICTORINOX AG.

Aussteller, die an der PSI 2025 vom 7. bis 9. Januar 2025 teilnehmen möchten, können direkt mit dem Messteam Kontakt aufnehmen – per E-Mail an: sales@psi-messe.com oder telefonisch unter +49 211 90191-702.

my PSI

Werbeartikelrends | Product Sourcing am Puls der Zeit

PSI Lieferanten, die ihrem Business einen Extraschub geben möchten, können das PSI Product Sourcing Team mit in ihr Vertriebsboot holen – und das ganz unkompliziert. **Sie senden einfach ihre neuesten Kataloge an das PSI Product Sourcing.** Das Team ist stets auf der Suche nach neuen und innovativen Produkten, um PSI Mitglieder und damit potenzielle Lieferantenkunden aktuell beraten zu können. Die Kataloge helfen dem **PSI**

Product Sourcing Team, immer auf dem Laufenden zu bleiben und neue, trendige Produkte empfehlen zu können. Und das **unterstützt PSI Lieferanten dabei, zusätzlich neue Kunden zu gewinnen.** Das PSI Product Sourcing Team formuliert es so: „Indem wir unseren Mitgliedern die neuesten und innovativsten Produkte anbieten, können wir sicherstellen, dass wir ihre Bedürfnisse erfüllen.“ **>>**

Exklusiv für PSI Händler | Besuch bei KLAR Seifen



PSI ON TOUR ist das neue Format, das Mitgliedern Besuche in Unternehmen, auf Messen und Teilnahmen an Weiterbildungen ermöglicht. Das PSI lädt interessierte Händlermitglieder ein, am **Dienstag, 23. April 2024, um 14 Uhr** gemeinsam mit PSI in einer geschlossenen Händlerrunde die Seifenmanufaktur KLAR Seifen in Plankstadt zu besuchen – mit anschließendem gemütlichem Get-together.

Exklusiver Blick hinter die Kulissen

Teilnehmende erwartet ein Blick hinter die Kulissen Deutschlands ältester Seifenmanufaktur. Sie erfahren innerhalb von 60 Minuten alles über die Seifensiedekunst in Heidelberg seit 1840. Am Beispiel von alten Maschinen lernen sie mehr über verschiedene Inhaltsstoffe und wie sich Rezepturen im Laufe der Jahrzehnte von Abfall- und Resteverwertung zu einem angesagten Lifestyle-Produkt entwickelt haben.

Die Produktion wurde 2020 komplett neu gebaut und läuft heute zu fast 100 Prozent auf eigenem erzeugten Strom. Zudem lernen teilnehmende PSI Händler, wie in der Produktion nahezu keine Abfälle anfallen, da im Kreislauf alle Inhaltsstoffe immer wieder weiterverwendet werden können. Alle Produkte stellt KLAR Seifen auch für anderen Marken her, vollkommen individuell und auf deren Ansprüche angepasst.

Anmeldung

Interessierte melden sich bitte verbindlich über das Anmeldeformular an, das auf der PSI Networkseite abrufbar ist:

psi-network.de/psi-on-tour-klar-seifen-gmbh-form/



Ideengeber sitzen an der Quelle

PSI Werbeartikelhändler und -berater setzen auf die Expertise des PSI Product Sourcing Teams. Sie schätzen die Beratung, wenn sie nach dem passenden Produkt oder Werbeartikelhersteller für ihren Kunden suchen. Darüber hinaus informieren die Profis in Sachen haptische Werbeträger auch rund um die Topseller und innovativen Trend-Produkte im PSI Product Finder. Ob in einem persönlichen Telefonat oder via Online-Anfrage per Mail oder Website – die Ideengeber vom PSI sitzen direkt an der Quelle.

Das PSI Product Sourcing unterstützt umfassend

PSI Lieferanten, die die Unterstützung des PSI Product Sourcings gewinnbringend nutzen möchten, senden ihre Kataloge bitte an:

**PSI Promotional Product Service Institute
RX Deutschland GmbH
PSI Product Sourcing,
z. H. Astrid Langenstein
Johannstraße 1
40476 Düsseldorf
Germany**

Wir wachsen und bleiben uns treu



Wenn ich über die jüngsten Erfolge der PSI Messe nachdenke, merke ich immer wieder, wie sehr dieser Erfolg auf den Schultern von so vielen ruht. Was wir geschafft haben, ist das Ergebnis eines kollektiven Bestrebens. Deshalb ist mir auch nicht unangenehm, an dieser Stelle ein Eigenlob auszusprechen – wir haben gemeinsam wirklich viel erreicht. Doch schnell geht der Blick wieder nach vorne. Die Vorbereitungen für die PSI 2025 sind längst angelaufen.

Mit großer Freude konnten wir verkünden, dass jetzt schon 70 Prozent der Flächen des Vorjahres wieder gebucht sind. Ein klares Zeichen für das anhaltende Vertrauen und den Optimismus in unserer Branche. Beides spiegelt die Resilienz und die Innovationskraft unserer Gemeinschaft wider, ebenso wie das anhaltende Bedürfnis nach persönlichem Austausch und qualitativ hochwertiger Präsentation.

Wir wollen und müssen die PSI auf hohem Niveau nachhaltig weiterentwickeln. Das braucht Entscheidungen und Entschlossenheit – aber auch Kompromissbereitschaft. Aktuelles Beispiel: Viele Aussteller haben uns gebeten, die Messe nicht größer werden zu lassen. Gleichzeitig bekommen wir viele Nachfragen nach mehr Platz. Was tun? Wir haben uns für eine schrittweise Erweiterung der PSI 2025 in einen Teil der Halle 11 entschieden. Ist die Halle dann halb voll oder halb leer? Hier kommen Sie ins Spiel, um den zusätzlichen Platz mit Innovationen, Kreativität und vor allem mit Leben zu füllen. Insofern ist dies auch die Einladung an unsere PSI Lieferanten, eine noch größere Vielfalt an Produkten und Ideen mit nach Düsseldorf zu bringen. Und für alle Händler und Besucher die Einladung, sich vor Ort noch offener und intensiver auszutauschen.

Abschließend blicke ich optimistisch auf die vorsichtig positive Stimmung in unserer Branche, trotz der globalen wirtschaftlichen Herausforderungen vor denen wir – übrigens auch alle gemeinsam – stehen. Unsere Branche zeigt, dass Erfolge möglich sind durch Zusammenhalt, Innovationsbereitschaft und den Mut, neue Wege zu beschreiten, die uns alle voranbringen. Lassen Sie uns weiter nach vorne blicken, bereit, zu lernen, zu teilen und zu wachsen. Vor uns liegt eine PSI Messe 2025, die die Stärken der letzten beiden Jahre bewahrt und gleichzeitig den Weg für neue Möglichkeiten ebnet.

Ich freue mich darauf, Sie spätestens dann wiederzutreffen.

Ihre

Petra Lassahn
Director PSI



Stellen Sie sich den BIC® Super Clip vor, aber noch mehr Super.



BIC® SUPER CLIP ORIGIN

Bereit? Toll: Stellen Sie sich den berühmten BIC® Super Clip vor, der aus natürlichen Materialien hergestellt wird*. Stellen Sie sich vor, ein BIC® Super Clip, der zu einer nachhaltigeren Zukunft beiträgt.

Hören Sie jetzt auf, sich ihn vorzustellen: „Hier ist er.“

ORIGIN BIOBASED

WRITING INSTRUMENT
PRODUCT
OF THE YEAR



 bpma

PRODUCT
AWARDS
2023-24



Hergestellt
in Europa



Hergestellt und
bedruckt in BIC-Fabriken



Die BIC Graphic-Fabrik wird mit 100%
Energie aus erneuerbaren Quellen betrieben



Stylische Botschaften

Textile Werbepartikel sind vielseitige Marketinginstrumente in den Bereichen Fashion, Workwear, Caps und Accessoires. Im Fashion-Segment bieten sie eine trendige Möglichkeit, Markenbotschaften zu verbreiten, indem sie stylische Kleidung mit Firmenlogos kombinieren. Workwear-Produkte wie bedruckte Arbeitskleidung sind nicht nur funktionell, sondern schaffen auch ein einheitliches und professionelles Erscheinungsbild für Unternehmen. Caps als Werbeträger sind besonders beliebt, da sie häufig getragen werden und dadurch eine hohe Sichtbarkeit garantieren. Accessoires wie bedruckte Schals oder Taschen bieten eine elegante Möglichkeit, Markenpräsenz zu zeigen. Diese textilen Werbepartikel sind nicht nur effektive Marketingtools, sondern auch praktische Produkte, die den Alltag der Zielgruppe bereichern. – Unser zweites Produktthema dreht sich um „Express- und Last-Minute-Produkte sowie Streuartikel“.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Juni-Ausgabe 2024 des PSI Journals, die sich den Themenkreisen „Wellness, Kosmetik und Beauty“ sowie „Schutz- und Hygieneartikel, Arbeitssicherheit“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 19. April 2024 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

Werbung zum Schlecken gut



Taufrisches Mitglied im PSI Netzwerk ist das Unternehmen Salon Buck. Das deutsche Lolli-Start Up mit Sitz in Düsseldorf/Langenfeld ist auf die Herstellung der Produktneuheit „Logo in a Lolli“ spezialisiert. Logo in a Lolli ist ein zuckerfreier und veganer Flachlolly, der auf Basis von Esspapier hergestellt wird – und „eine süße Art, sich von der Konkurrenz abzuheben“.

Gegen dreisten Ideenklau



Bereits zum 48. Mal wurde der Negativpreis „Plagiaris“ an Hersteller und Händler besonders dreister Plagiate und Fälschungen vergeben. Ziel der Aktion Plagiaris ist es, für die Problematik von Produkt- und Markenpiraten zu sensibilisieren. Wir stellen die „Preisträger“ in der kommenden Ausgabe vor.

Impressum



Verlegt exklusiv für die Werbepartikel-Wirtschaft von PSI Promotional Product Service Institute

RX Deutschland GmbH
Johannstraße 1, 40476 Düsseldorf
Tel.: +49 211 90191-0
Telefax: +49 211 90191-180
Internet: www.psi-network.de

Herausgeber: Petra Lassahn

Geschäftsleitung: Rachel Travers, Michael Köhler, Ivo Sklenitzka

Redaktion: Edit Line Verlags- und Produktions-GmbH
Dekan-Laist-Straße 17, D-55129 Mainz
im Auftrag von PSI Promotional Product Service Institute –
RX Deutschland GmbH

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

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

Chef vom Dienst: Martin Höchemer

Objektleitung | Director Media Solutions: Anja Späker

Anzeigenverkaufsleitung: Marlene Ramos

Cross Media Sales

Sales Manager: Assunta Ferrazzo, assunta.ferrazzo@rxglobal.com
Adrian Papke, adrian.papke@rxglobal.com
Fabio Santos, fabio.santos@rxglobal.com
Daniel Schellenbeck, daniel.schellenbeck@rxglobal.com

Junior Sales Manager: Celina Kunikowski,
celina.kunikowski@rxglobal.com

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.
Erika Poleggi
erika.poleggi@reedexpo.it

Spanien: Reed Exhibitions Italia Srl
Malvina Tralli
malvina.tralli@reedexpo.it

Türkei: Istexpo
Sevinc Abdullayeva,
sevinc@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
RX Deutschland GmbH

Layout: Stephan Weiß (verantwortl.), Judy Frey, Hannah Schreck

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

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

Druck: MEO MEDIA – MEINDERS & ELSTERMANN GmbH & Co. KG,
D-49191 Belm

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 55 vom 1. Januar 2023.

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.

RELX produziert gemäß RELX Sustainable Paper Policy