

PSI

JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeatikel

Juni 2024

63. Jahrgang

Product Guide

Wellness, Kosmetik, Beauty
Schutz- und Hygieneartikel,
Arbeitsicherheit

PSI Branchen- barometer

Europäische Branche
optimistisch

Europäisches Lieferkettengesetz

Menschenrechte und
Klimaschutz im Visier

PSI Product Finder

Updates für mehr Komfort

**Greenwashing-
Verbot**

**Wahrheit
wirbt
wirkungsvoller**

daiber

MAX
ERÖFFNET*

* sein erstes eigenes Café und stattet sein Team mit der Corporate Fashion von Daiber aus. Aufeinander abgestimmt und individuell veredelt für einen einheitlichen Auftritt. Von Nine to Five bis After Work.

Daiber und Du. Ein Leben lang.

Erfahre hier,
wie es mit Max
weitergeht:



www.psi-network.de



Editorial

Adieu Greenwashing

Un der Werbung sind es Claims, die Botschaften zu Unternehmen, Produkten oder Dienstleistungen beschreiben und senden. Green Claims sind umweltbezogene Botschaften. Sie sollen Umweltfreundlichkeit signalisieren und begleiten inzwischen nahezu jedes Produkt. Was viel benutzt wird, weil es viel nutzen soll, das wird auch oft falsch eingesetzt, bewusst oder fahrlässig. Nach einer Studie der Europäischen Kommission waren 53 Prozent aller diesbezüglichen Claim-Aussagen vage, irreführend oder gar nicht begründet. Damit soll Schluss sein. Wenn man sich durch die Homepages der Werbearbeitwirtschaft klickt, findet man auch tausendfach Claims wie: „öko“, „grün“, „umweltfreundlich“, „ökologisch“, „biologisch abbaubar“, oder gar „klimaneutral“. All das wird in Zukunft verboten sein, wenn es nicht auf nachgewiesenen Umweltleistungen beruht (siehe hierzu unseren Fokus S. 8 ff). Grundsätzlich müssen diese Green Claims ein externes Prüfsystem durchlaufen und eine Konformitätsbescheinigung erhalten haben.

Hiermit sollen Verbraucher von unbegründeter und zweideutiger Werbung geschützt werden. Betroffen sind eigentlich alle Unternehmen, die Waren oder Dienstleistungen in Verkehr bringen. Wer die Warnungen in den Wind schreibt, den treffen empfindliche Strafen. Kleine und Kleinst-Unternehmen sind vorerst ausgenommen. Aber wie lange noch?

Bleibt zu hoffen, dass die Green Claims Richtlinie nicht zu unschönen Wettbewerbsrängeleien und -Klagen führt. Es wird einige Zeit dauern, bis alle unbestimmten Claims korrigiert sind, die dann unters Verbot fallen. In anderen Branchen sind es oft Verbände, die in ähnlichen Situationen Clearingstellen bilden. Nicht im Sinne von Schlichtung, sondern im Sinne von neutraler Meldestelle, die Anonymität zusichert. Dann ist es der Verband, der das jeweilige Unternehmen auf seine Fehler hinweist und zur Abhilfe aufruft.

In einer Branche mit fast unzähligen Produkten, die zum Großteil aus Fernost kommen, wird es großer Aufmerksamkeit bedürfen, um dem neuen Regelwerk in der Praxis Geltung zu verschaffen. Und, das ist auch klar: es wird mehr Geld kosten und Bürokratie im Schlepptau haben. Um so mehr muss sichergestellt sein, dass die neuen „Spielregeln“ überall in Europa in gleichem Maße kontrolliert und Verstöße sanktioniert werden. Hier braucht Europa ganz bestimmt kein „Europa der zwei Geschwindigkeiten“. Die Welt hat schon unterschiedliche Geschwindigkeiten genug.

Hoffen wir also, dass die Welt ohne Greenwashing letztlich gerechter, sauberer, transparenter und einem gesunden Wettbewerb dienlich sein wird.

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 Pagani 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

- Anzeige -

TRENDS & BRANDS	4
FOKUS	
Greenwashing-Verbot: Wahrheit wirbt wirkungsvoller	8
PRODUCT GUIDE	
Wellness, Kosmetik, Beauty	14
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	26
Frischtuch GmbH: Bedruckte Tücher über Nacht	32
EU Lieferkettengesetz: Menschenrechte und Klimaschutz im Visier	33
PSI Branchenbarometer: Europäische Branche zeigt sich optimistisch	34
PRODUCT GUIDE	
Schutz- und Hygieneartikel, Arbeitssicherheit	36
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	48
MYPSI	
PSI Product Finder: Updates für mehr Komfort	52
MEINUNG	54
VORSCHAU – IMPRESSUM	56



Made in EU!

Unser Premiummodell Thilo vereint Qualität und Umweltbewusstsein.

In einer zunehmend nachhaltigen Welt eröffnet unser hochwertiger Werbeartikel Thilo neue Perspektiven.

Als Symbol verantwortungsvoller Handlungsweise steht Thilo für höchste Qualität und Nachhaltigkeit. Mit europäischer Herkunft aus 100 % Baumwolle und einer 220 g/m² Grammatatur setzt diese Tasche Maßstäbe in Sachen Umweltfreundlichkeit und Robustheit.

Thilos europäische Produktion minimiert den ökologischen Fußabdruck und stärkt lokale Wirtschaften. Ein Naturprodukt aus 100 % Baumwolle mit dem beliebten OEKO-TEX 100 Zertifikat das für Langlebigkeit und Reinheit steht. Thilo ist strapazierfähig, langlebig und robust. Mit einer Größe von 38 x 42 cm ist er perfekt für den täglichen Einsatz geeignet.

Wählen Sie aus den 3 verfügbaren Taschenfarben nature, black und grey. Ihre individuelle Botschaft drucken wir umweltfreundlich auf Ihre Tasche. Zeigen Sie Ihr Engagement für Umwelt und Nachhaltigkeit. Investieren Sie in eine hochwertige Werbetasche, Made in Europe, 100 % Baumwolle, 220 g/m² und OEKO-TEX 100 Zertifizierung. Setzen Sie ein Zeichen und überzeugen Sie Kunden!



www.misterbags.de



Greenwashing-Verbot: Wahrheit wirbt wirkungsvoller 8

Am 27. März 2024 traten neue EU-Verbrauchervorschriften in Kraft, die Verbraucher besser über die Lebensdauer und die Reparierbarkeit von Produkten informieren und vor Greenwashing schützen sollen. Wir präsentieren einen Überblick über die Faktenlage und mögliche Konsequenzen für Unternehmen und Werbemarkt.

Product Guide: Wahre Wohlfühlwerbung 14

Promotionsprodukte der Themenkreise Wellness, Kosmetik und Beauty bieten Unternehmen eine effektive Möglichkeit, ihre Markenpräsenz zu steigern, Kundenloyalität zu fördern und Neukunden zu gewinnen. Sie vermitteln Wohlbefinden, überzeugen durch Qualität und fördern dadurch Kaufentscheidungen. Wir zeigen neuste Artikel dieses werbestarken Segments.



EU Lieferkettengesetz: Menschenrechte und Klimaschutz im Visier 33



Nach zähen Verhandlungen und mehreren Anpassungen hat das EU-Parlament am 24. April 2024 dem umstrittenen Lieferkettengesetz zugestimmt. Beschlossen wurde eine abgeschwächte Version des Gesetzes, dessen Bestimmungen wir an dieser Stelle für Sie bündig zusammenfassen.

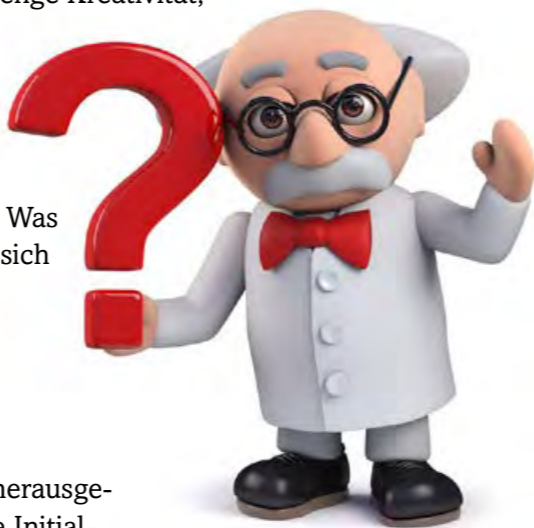
PSI Branchenbarometer: Optimismus in Europa 34

Um verantwortungsbewusste Entscheidungen treffen zu können, müssen Unternehmer wissen, was im Markt vorgeht. Konjunkturaussichten, Unternehmensstrukturen, Absatzmärkte und Umsatzbringer: Mit dem europaweiten PSI Branchenbarometer hat das PSI 2015 ein eigenes Marktforschungs-Tool eingeführt. Nun ist die aktuelle Ausgabe fertig.



ERFINDUNGEN, DIE TRENDS SETZTEN UND ZU MARKEN WURDEN

Eine Erfindung „ist eine schöpferische Leistung, durch die eine neue Problemlösung, also die Erreichung eines neuen Zieles mit bekannten Mitteln oder eines bekannten Zieles mit neuen Mitteln ermöglicht wird“, sagt Wikipedia. Was sehr nüchtern und sachlich klingt, bedarf jedoch jeder Menge Kreativität, Fantasie und vor allem Tatendrang. Manche Erfindung geriet schon in Vergessenheit, bevor sie überhaupt einem breiten Publikum zugänglich wurde. Andere Erfindungen dagegen gelangten zu Weltruhm, obwohl die Anfänge oft holprig waren. Erfindungen können Trends einläuten und zu Marken werden. In dieser Ausgabe des PSI Journals stellen wir auf den beiden Seiten von Trends & Brands ebensolche Erfindungen vor. Was setzte sich vor 25, 50 und 75 Jahren mit Nachdruck durch und bewährte sich auch in der Werbeartikelwirtschaft – bis heute?



VOR 25 JAHREN ...

... wurde mit Bluetooth 1.0a die erste Version des neuen Funkstandards herausgebracht. Doch der Reihe nach: Der scheinbar endlose „Kabelsalat“ war die Initialzündung zur Erfindung von Bluetooth. In den 1980er-Jahren wurden erste Versuche unternommen, kabellose Alternativen in der Verbindungstechnik zu schaffen. Doch dauerte es bis in die 1990er-Jahren, bis ein Konsortium aus den Elektronikunternehmen Ericsson, IBM, Intel, Nokia und Toshiba die Bluetooth Special Interest Group (kurz: Bluetooth SIG) ins Leben rief, die eine eigene technologische Lösung entwickeln sollte. „Bluetooth“ war der Codename des Projekts, der in Ermangelung anderer Vorschläge als endgültiger Markenname übernommen wurde. Mitte 1999 wurde dann mit Bluetooth 1.0a die erste Version des neuen Funkstandards herausgebracht – und seitdem immer weiterentwickelt. Die aktuellste Version ist 5.0. Zwar ist die Anzahl der Geräte, die diese Version unterstützen, zurzeit noch recht übersichtlich. Doch die „verbindungslose oder verbindungsorientierte **Punkt-zu-Punkt-Übertragung von Sprache und Daten** zwischen verschiedensten digitalen Endgeräten“ ist längst zum Industriestandard geworden. (ionos.de, Digital Guide: Bluetooth) Auch in die haptische Welt hat sie erfolgreich Einzug gehalten.

Mobile Musikbox

Tragbarer Bluetooth-Lautsprecher
„JBL Go Essential“
Schäfer Promotion GmbH
www.schaefer-global.com
PSI 46903



Nachhaltiger Sound

Bluetooth-Lautsprecher
„Kubiko“ (mit Kork verkleidet)
Maikii s.r.l.
www.maikii.com
PSI 48283

KARLOWSKY®
INNOVATIVE WORKWEAR EST. 1892

VORBINDER UND LATZSCHÜRZEN IM DENIM URBAN-STYLE

*Jetzt
in neuen
Modellen!*

60°



DENIM URBAN-STYLE
VORBINDER UND
LATZSCHÜRZE
LS 41
VS 40

Denim
URBAN-STYLE

DIE JEANS-KOLLEKTION

VOR 50 JAHREN ...

... erfand der ungarische Bauingenieur und Architekt Ernő Rubik ein dreidimensionales Drehpuzzle. Damit wollte er seinen Studierenden eine Möglichkeit geben, ihr räumliches Denkvermögen zu trainieren. Als er das Potential dieses Lehrmittels als außergewöhnliches Spielzeug erkannte, meldete er es als Patent an: den Rubik's® Cube. Auch heute noch lässt sich das als Zauberwürfel bekannte Geduldsspiel werbend effektiv und effektiv einsetzen.

**Faszination Zauberwürfel**

Rubik's® Cube Porzellan Zauberwürfel (Durch eine individuelle Gestaltung ergeben sich unterschiedliche Schwierigkeitsgrade.)

Mahlwerck Porzellan GmbH

www.mahlwerck.de

PSI 44833

RUBIK'S TM & © 2023 Spin Master Toys UK Limited, used under license. All rights reserved.

... erinnerte sich der Amerikaner Art Fry an eine von seinem Kollegen Spencer Silver entwickelte Klebmasse, die ursprünglich zum Superkleber werden sollte. Da dieses Vorhaben nicht glückte und der vermeintliche Superkleber wenig Einsatzgebiete fand, verschwand er auch sehr schnell wieder vom Markt. Bis zu eben jenem Tag, als Art Fry der Klebstoff wieder in den Sinn kam und er ihn verwendete, um haftende Notizzettel herzustellen: die Geburtsstunde des Post-it und der Beginn einer anhaltenden, weltweiten Erfolgsgeschichte – auch in der Werbeartikelwirtschaft.

**Notizen mit Wechseleffekt**

TreeMinder® Z (Z-Note Haftnotizspender aus FSC® zertifiziertem Birkenperrholz. Die Haftnotizen sind zudem mit dem Blauen Engel ausgezeichnet und dermatologisch getestet.)

tobra GmbH & Co. KG

www.tobra.io

PSI 47317

VOR 75 JAHREN ...

... erfand der Schweizer Ingenieur Georges de Mestral das Klettverschlussystem. Dabei ließ er sich von den Früchten der Großen Klette inspirieren und entwickelte eine Möglichkeit, Textilien so miteinander zu verbinden, dass sie wieder leicht lösbar waren. Diesen textilen Klettverschluss meldete er zum Patent an. Vermarktet wurde die neue Textiltechnik unter der Bezeichnung Velcro, zusammengesetzt aus den französischen Begriffen *velours* (Samt) und *crochet* (Haken). Heute ist der Klettverschluss aus dem alltäglichen Leben nicht mehr wegzudenken und bietet auch im Rahmen haptischer Werbung gute Dienste.

**Sicher unterwegs**

Car Key Case Pro (Etui für Auto-Funkschlüssel, Geldmünzen und Karten, mit Ausleseschutz sowie mit Klettverschluss und Karabiner)

TROIKA Germany GmbH

https://info.troika.de

PSI 46311

Messegelände Düsseldorf

SAVE THE DATE

Das Treffen
der Branche.

Save the
date.

Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft

PSI

Built by

RX

In the business of
building businesses

Am 27. März 2024 traten neue EU-Verbrauchervorschriften in Kraft, die Verbraucher besser über die Lebensdauer und die Reparierbarkeit von Produkten informieren und vor Greenwashing schützen sollen. Ein Überblick über die Faktenlage und mögliche Konsequenzen für Unternehmen und den Werbemarkt.

Greenwashing-Verbot

Wahrheit wirbt wirkungsvoller

Fokus



Unternehmen, die sich Nachhaltigkeit auf die Fahne geschrieben haben und verantwortungsbewusst handeln, sind bereit, viel zu investieren: Seriöse und anspruchsvolle Zertifizierungen sind aufwändig und teuer. Doch man darf zu Recht stolz sein auf das Erreichte und natürlich wird das auch kommuniziert. Informativer Content für Werbung, PR oder Social Media-Kanäle ergibt sich dann wie von selbst. Auch viele Werbearbeitelunternehmen haben sich auf den nachhaltigen Weg gemacht und stärken damit nicht nur ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit, sondern auch das Image der Branche. Dass es Millionen Trittbrettfahrer gibt, die vollmundige Werbesprüche erfinden, um Kunden und Verbraucher mit vermeintlichen Nachhaltigkeitsversprechen zu täuschen, ist ein herber Schlag für alle, die es ernst meinen und ehrlich sind.

Grün macht Umsatz

Ob wahr oder nicht, geschickte Werbeaussagen, die Produkte mit nachhaltigen Themen in Verbindung bringen, wirken und generieren in der Folge Umsätze – vor allem auch, weil Kunden und Verbraucher die Verlässlichkeit von Werbeaussagen und Siegeln oft falsch einschätzen. Da sie in der Regel nicht beurteilen können, ob die Aussagen stimmen, glauben sie oft, was ihnen erzählt wird. Das hat eine Untersuchung mit mehr als 2000 Befragten eines Göttinger Instituts im Auftrag der deutschen Verbraucherzentralen ergeben. Dieser Zustand von Intransparenz und Fehlinformation ist nichts anderes als Irreführung der Verbraucher und eine Zumutung für wirklich nachhaltig wirtschaftende Unternehmen. Insofern macht die Entscheidung des Europäischen Parlaments Ende März, Greenwashing in der Werbung zu verbieten, durchaus Sinn – auch wenn sie wie fast immer, wenn die EU etwas beschließt, Unternehmen zusätzliche Aufgaben aufbürdet. Dass unwahre und übertriebene Umweltstatements, bewusst konstruierte Assoziationsszenarien, „grünes“ Vokabular, unbelegte Umweltaussagen und Pseudo-Zertifikate nicht nur Konsumenten täuschen, sondern de facto zu immer mehr Umweltschäden führen, ist allerdings gegen den Aufwand abzuwägen.

Information und Schutz der Verbraucher

Die EU-Kommission hat die Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel am 30. März 2022 vorgeschlagen. Er ist Teil eines vierteiligen Pakets, zusammen mit dem Vorschlag für eine Ökodesign-Verordnung und den Richtlinienvorschlüssen zu Umweltaussagen und zur Förderung der Reparatur von Waren (Recht auf Reparatur). Die Mitgliedstaaten sind verpflichtet, die Richtlinie bis zum 27. März 2026 in nationales Recht umzusetzen. Im Zuge der neuen EU-Verbrauchervorschriften sollen Verbraucher besser über die Lebensdauer und die >>

Problemfeld Greenwashing: Definitionsansätze

Bewusste Täuschung

Ein grundsätzlich umweltbelastendes Kerngeschäft (etwa Kreuzfahrten, Flugreisen, Ölindustrie) wird mit Nachhaltigkeitsaussagen getarnt. Falsche oder irreführende Aussagen sollen Image und Produkte attraktiver machen.

Mangelnde Transparenz

Unklare Kennzeichnungen und vage oder unvollständige Behauptungen können (auch unabsichtlich) verwirren und beim Kunden/Verbraucher ein ungerechtfertigt nachhaltiges Bild entstehen lassen. Fehlende belegbare Daten und Fakten.

Überhöhte Investitionen in Werbung

In den Umweltschutz wird weniger investiert als in aufwendige Werbekampagnen. (zum Beispiel Krombacher Regenwaldkampagne)

Werbung mit Selbstverständlichkeiten

Betonung, dass Gesetze eingehalten und Auflagen umgesetzt werden. Gesetzlichen Pflichten nachzukommen ist eine Notwendigkeit und kein Werbeargument.

Verschiebung und Überbetonung

Betonung von Bemühungen um Nachhaltigkeit, etwa einzelner Produkte, Dienstleistungen oder Bereiche, um von umweltgefährdeten Praktiken in anderen Segmenten abzulenken.

Bagatellisierung

Die umweltschädigenden Auswirkungen unternehmerischer Aktivitäten werden heruntergespielt oder ignoriert, so dass der Gesamteindruck des Unternehmens positiver ausfällt.

Lobbyarbeit

Versuch, ein politisch günstiges Klima zu schaffen, um Umweltauflagen zu umgehen.

Assoziation

Unternehmen bringen sich mit Umweltorganisationen und -Initiativen in Verbindung, ohne selbst nachhaltig zu handeln. Oder sie werben mit Natur- und Umweltsymbolen, verwenden oft Grün in der Gestaltung von Anzeigen usw., ohne Belege für Nachhaltigkeit liefern zu können.



Unternehmen geben sich gern einen grünen Anstrich. Ob in Werbung, Kommunikation oder in der Gestaltung der Räumlichkeiten – Nachhaltigkeit generiert nachweislich Umsätze. Die neue Gesetzgebung soll hier zu Nachprüfbarkeit und Transparenz führen.

>> Reparierbarkeit von Produkten informiert und vor Greenwashing geschützt werden. Mit dem Zugang zu vertrauenswürdigen Informationen und dem Schutz vor irreführenden Geschäftspraktiken sollen Menschen dabei unterstützt werden, nachhaltige Konsumentscheidungen zu treffen. Eine Studie der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2020 stellte fest, dass 53,3 Prozent der untersuchten Umweltangaben bei Produkten und Dienstleistungen in der Europäischen Union (EU) vage bis irreführend und sogar 40 Prozent substanzlos waren.

Nicht betroffen von der Richtlinie sind Kleinstunternehmen mit weniger als zehn Angestellten und einem Jahresumsatz bis zwei Millionen Euro. Für kleine und mittlere Unternehmen sollen die Mitgliedsstaaten sowohl finanzielle Mittel als auch Schulungs- und organisatorisch-technische Unterstützung anbieten, um die Vorgaben der Richtlinie umsetzen können. *(Aufstufung rechts)*

Die neuen Verbote und Auflagen

Allgemeine Umweltaussagen und andere irreführende Marketingtricks werden verboten. Die neuen Regeln richten sich gegen Praktiken wie irreführende „Grünfärberei“ oder falsche Aussagen über Produkte, deren Haltbarkeit nicht den Erwartungen entspricht. Die Vereinbarung aktualisiert die bestehende EU-Liste verbotener Geschäftspraktiken und fügt ihr mehrere problematische Marketinggewohnheiten hinzu. Die Verbote und Regelungen im Einzelnen:

- ▶ Kommerzielle Kommunikation über Waren mit einem Designmerkmal, das die Haltbarkeit des Produkts begrenzen soll. Produkte, deren Konstruktion/Design ihre Haltbarkeit absichtlich verkürzen soll, dürfen also nicht mehr beworben werden.
- ▶ Zulässig sind nur Nachhaltigkeitsiegel, die auf anerkannten Zertifizierungssystemen basieren oder von Behörden festgelegt wurden. Derzeit gibt es europaweit mehr als 200 verschiedene Umweltlabel, die jeweils auf unterschiedlichen Methoden beruhen. Die Siegel sind bislang nicht unbedingt vergleichbar und es lässt sich oft nicht nachprüfen, wie umweltfreundlich Produkte tatsächlich sind.
- ▶ Garantieinformationen sollen besser sichtbar sein und ein neues Garantieverlängerungsetikett eingeführt werden. So sollen Waren mit verlängerter Garanzzeit stärker hervorgehoben werden. Laut EU-Parlament wissen 60 Prozent der europäischen Verbraucher nicht, dass alle Produkte in der EU über eine zweijährige Gewährleistung verfügen.
- ▶ Generische Umweltaussagen, etwa „umweltfreundlich“, „natürlich“, „biologisch abbaubar“, „klimaneutral“ oder „öko“, ohne Nachweis einer anerkannten hervorragenden Umweltleistung, die für die Aussage relevant ist.
- ▶ Werbeaussagen zu Waren, die ein Merkmal enthalten, das zur Begrenzung der Produkthaltbarkeit eingeführt wurde, wenn Informationen über das Merkmal und seine negativen Auswirkungen verfügbar sind.
- ▶ Behauptungen auf der Grundlage von Emissionsausgleichssystemen, dass ein Produkt neutrale, reduzierte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat.
- ▶ Nachhaltigkeitsiegel, die nicht auf anerkannten Zertifizierungssystemen basieren oder von Behörden festgelegt wurden.
- ▶ Haltbarkeitsansprüche hinsichtlich der Nutzungsdauer oder -intensität unter normalen Bedingungen, sofern nicht nachgewiesen. Das sind etwa Behauptungen über die Haltbarkeit von technischen Produkten, die nicht bewiesen werden können.
- ▶ Aufforderung an den Verbraucher, Verbrauchsmaterialien wie Druckertintenpatronen früher als unbedingt erforderlich auszutauschen
- ▶ Bereitstellung von Software-Updates bei Bedarf, auch wenn diese lediglich die Funktionalität verbessern.
- ▶ Waren als reparaturfähig darzustellen, wenn dies nicht der Fall ist.



Gesetzesdschungel bei Umweltaussagen

Die Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel, von der wir hier hauptsächlich sprechen, (Empowering Consumers For The Green Transition Directive) und die Green Claims Directive können als ineinandergreifende Gesetzesvorhaben verstanden werden. Erstere beleuchtet das Thema aus Verbraucherschutzperspektive und verbietet falsche Aussagen, die zweite legt Kriterien für Unternehmen fest. Dabei bestimmt die Green Claims Directive, welche Bedingungen Unternehmen erfüllen müssen und wie die technische Umsetzung aussehen soll, um umweltbezogene Aussagen machen zu können. Neben der Europäischen Green Claims Directive gibt es weitere Rechtsgrundlagen, die umweltbezogene Aussagen ins Visier nehmen. In Deutschland etwa verbietet das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) bereits irreführende Aussagen, die falsche Erwartungen bei Verbrauchern wecken. Ein Beispiel des Bundesverbands Nachhaltige Wirtschaft: Ein Produkt mit der Aussage „100 Prozent aus recyceltem Meeresplastik“ zu bewerben, ist schon heute nur dann rechtmäßig, wenn sämtliche Teile tatsächlich aus recyceltem Meeresplastik hergestellt wurden. Ungleich schwieriger ist diese Überprüfung von vagen Claims wie „umweltfreundlich“ oder „klimaschonend“. Hier muss eine Einzelfallprüfung erfolgen, die die Gesamtumstände der Aussagen berücksichtigt. Erfolgreiche Klage-



Kreuzfahrtschiffe sind ebenso wie die Mineralölindustrie für massive Umweltschäden verantwortlich. Davon versucht die Werbung abzulenken, indem sie vermeintlich nachhaltige Aspekte in den Fokus stellt.



reihen gegen falsche Umweltaussagen gab es bereits, beispielsweise von der Deutschen Umwelt Hilfe (gegen BMW, Mercedes und DEA Wintershall) oder der Wettbewerbszentrale. Der entscheidende Unterschied zwischen der bestehenden Gesetzesgrundlage und der Green Claims Directive ist der zeitliche Ablauf: während Unternehmen im Rahmen des UWG mit einer Abmahnung nach einer falschen Umweltaussage rechnen müssen (Ex-post-Verfahren), sollen Unternehmen künftig verpflichtet werden, ein Prüfungsverfahren zu durchlaufen (Ex-ante-Verfahren), bevor sie eine Aussage machen können. Analog zum UWG gibt es bereits die europäische „Unfair Commercial Practices Directive“ und nun wurde in Ergänzung dazu die gerade beschlossene Richtlinie auf den Weg gebracht. >>



Wirklich nachhaltiges Wirtschaften umfasst das ganze Unternehmen. Für Verbraucher ist oft nicht erkennbar, welche umweltschädigenden Praktiken sie mit dem Kauf eines Produkts fördern. Damit soll jetzt Schluss sein.



>> Aktuelle Rechtsgrundlagen

- ▶ Die Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel „Empowering Consumers for the Green Transition“ (ECGT) verbietet Greenwashing und ergänzt die EU-Richtlinie gegen unlautere Handelspraktiken (UCPD). Sie soll sicherstellen, dass kommunizierte Informationen stimmen und so dargestellt werden, dass Verbraucher sie richtig verstehen. Verboten werden generische Umweltaussagen und andere irreführende umweltbezogene Produktinformationen sowie nicht zertifizierte Nachhaltigkeitssiegel.
- ▶ Die Green Claims Directive (GCD) spezifiziert die ECGT. Umweltbezogene Werbeaussagen sollen zum Beispiel wissenschaftlich belegt und vorab von einer unabhängigen Stelle geprüft werden. Dabei muss auch der Lebenszyklus eines Produktes berücksichtigt werden, also von der Produktion bis zur Entsorgung. Betroffen sind Unternehmen mit mehr als zehn Beschäftigten und einem Jahresumsatz über zwei Millionen Euro, die in der EU produzieren oder Produkte dort verkaufen wollen.

Unternehmen in der Pflicht

Künftig sind umweltbezogene Aussagen (Green Claims) nur dann erlaubt, wenn sie auf wissenschaftlichen Standards basieren. Um Aussagen tätigen zu können, müssen

Unternehmen im ersten Schritt beweisen, dass diese wissenschaftlich fundiert sind. Deshalb sollten Unternehmen gängige Verfahren wie Lebenszyklusanalysen (LCA) durchführen, um belegen zu können, dass ihre Aussagen begründet sind. Als Bewertungsinstrument wurde bisher primär der von der EU entwickelte „Product Environmental Footprint“ (PEF) diskutiert. PEF soll allerdings nicht das einzige Bewertungsinstrument bleiben, das verwendet werden kann. Welche weiteren Standards herangezogen werden können, steht noch nicht abschließend fest. Im zweiten Schritt müssen Unternehmen dann ein Prüfsystem durchlaufen. Dafür sollen unabhängig externe Stellen eingerichtet werden, die die Unternehmensangaben prüfen und nach der erfolgreichen Prüfung von Unternehmensangaben Konformitätsbescheinigungen ausstellen. Unternehmen sind also gut beraten, entsprechende Systeme einzusetzen und sich auf künftige Überprüfungen einzustellen.

Überprüfung und Sanktionen

Die Mitgliedsstaaten sind angehalten, für die Überwachung zuständige Behörden („competent authorities“) einzurichten. Diese sollen die Richtigkeit der umweltbezogenen Angaben und Umweltzeichen regelmäßig überprüfen. Dafür sollen sie mit umfangreichen Rechten ausgestattet werden. Dazu gehören die Aufforderung zur Herausgabe von und Einsichtnahme in Dokumente, Daten und Informationen, die Anweisung von Abhilfemaßnahmen, die Verhän-

gung von Strafmaßnahmen und die Veröffentlichung von Verstößen. Strafmaßnahmen bei Verstößen sind:

- ▶ Bußgelder, deren Höhe sich an den durch den Verstoß erzielten wirtschaftlichen Vorteilen bemisst und bei wiederholten Verstößen gesteigert wird.
- ▶ Die Abschöpfung der Gewinne, die mit den betroffenen Produkten erzielt wurden.
- ▶ Der Ausschluss von öffentlichen Ausschreibungen und Unterstützungsleistungen für bis zu zwölf Monate.

Konsequenzen für den Werbemarkt

Was die Verschärfung der Vorgaben für die Werbung mit umweltbezogenen Aussagen für die Werbebranche bedeuten, hat Juliane Paperlein in ihrem Beitrag in Absatzwirtschaft in einer fundierten Analyse zusammengefasst, auf die wir uns im Folgenden beziehen. Erstaunlich ist, dass bis Mitte März nur rund ein Drittel der vom Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Civey befragten Fachkräfte aus der Kommunikations- und Werbebranche von der „Green Claims Directive“ gehört haben. Das mag auch an der unklaren oder eher wenig bekannten Definition des Begriffs liegen: Green Claims sind alle nachhaltigen Aussagen, die in der Kommunikation verwendet werden (auch auf Verpackungen, Anzeigen, in Berichten und PR). Dass Agenturen die Problematik noch nicht auf dem Schirm haben, bestätigt auch der Report „The State of Green Claims 2024“ von House of Change, The Goodwins und Popular Packaging. Demnach würden nur 3 der 164 untersuchten umweltbezogenen Aussagen, der GCD entsprechen. Immerhin werden die Definition klarer Linien, jenseits derer Strafen fällig werden, als nützlich und daher begrüßenswert eingestuft. In diesem Sinne haben sich etwa die Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv), Fachjuristen, Agenturmanager, Kreative sowie der Agenturverband GWA geäußert.

Herausforderungen für die Branche

In der Praxis tun sich natürlich viele Herausforderungen auf: Kundenaussagen und Briefings müssen analysiert und hinsichtlich ihrer Konformität mit den Vorgaben bewertet werden. Ein Prozess, der alle Beteiligten Zeit und Geld kostet und am Ende auch mal dazu führen kann, dass Kundenwünsche nicht oder nicht genau so realisiert werden können, weil sie unzulässige Begriffe oder Themen enthalten. Ob es nationale Behörden geben wird, die Werbeaussagen prüfen und ggf. sanktionieren, bleibt abzuwarten. Fest steht, dass sich auch die Werbeartikelindustrie mit dem Thema befassen muss. Denn auch Hersteller, Importeure und Händler nutzen Green Claims in ihrer Markt- und Unternehmenskommunikation, um (hoffentlich) zu Recht darauf hinzuweisen, wie ernst sie Sustainability nehmen. Sie alle sollten überprüfen, ob ihre Aussagen GCD-



Künftig sind nur Nachhaltigkeitssiegel erlaubt, die auf anerkannten Zertifizierungssystemen basieren. Auch Begriffe wie „bio“ oder „öko“ sind ohne Nachweis verboten.

konform und überprüfbar und damit zulässig sind. Auch sie müssen ihre Kunden genau unter die Lupe nehmen und die zusätzliche Vorlaufzeit bei Projekten einplanen. Eine weitere Civey-Befragung hat ergeben, dass sich neuerdings viele Manager mit dem Gedanken anfreunden können, ihre Nachhaltigkeitskommunikation zu reduzieren oder sogar einzustellen, um Sanktionen aus dem Weg zu gehen. „Green Hushing“ ist der Fachbegriff hierfür. Ob das nun die Lösung ist, bleibt dahingestellt. Denn wenn man auf der sicheren Seite ist, kann eigentlich wenig passieren. Und Tatsachen zu kommunizieren, schafft Vertrauen und Glaubwürdigkeit, worauf erfolgreiche Unternehmenskommunikation beruhen sollte. Wer also etwas zu sagen hat, der sollte es auf jeden Fall tun. Wer nicht, sollte es nicht krampfhaft versuchen, sondern andere Werbestrategien entwickeln, etwa solche, die beispielsweise den Produktnutzen in den Fokus stellen. <

www.bmu.de
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content>
www.dihk.de
www.vzbv.de
www.bnw-bundesverband.de
www.tagesschau.de
www.kpmg.com
www.absatzwirtschaft.de
www.zdf.de

Produkte der Themenkreise Wellness, Kosmetik oder Beauty stehen auf den Folgeseiten im Mittelpunkt. Sie bieten Unternehmen die **effektive Möglichkeit, ihre Markenpräsenz zu steigern**, Kundenloyalität zu fördern und Neukunden zu gewinnen.



PSI 49957 • Holz Frank GmbH & Co. KG
Tel +49 9151 83310 • info@holz-frank.com
www.holz-frank.com

Nachhaltige Bad-Ausstattung

Gefertigt aus europäischem Holz für Werbezwecke, lässt sich mit der umweltfreundlichen Bad-Ausstattung von Holz Frank das eigene Markenimage effektiv steigern. Die langlebigen Produkte aus europäischem Lärchen- und Buchenholz, darunter Seifenschalen, Magnethalter, Zahnbürstenhalter und Buchenholz-Zahnbürsten mit Naturborsten, verbinden Design mit Nachhaltigkeit. Ergänzen lässt sich das Sortiment mit den ebenfalls bei Holz Frank erhältlichen hochwertigen Naturseifen, die aus sorgfältig ausgewählten, umweltschonenden Inhaltsstoffen hergestellt werden. Perfekt für Werbezwecke, lassen sich alle Artikel individuell mit einem Firmenlogo oder einer Werbebotschaft versehen, um das Engagement für Umweltschutz stilvoll zu unterstreichen. Ideal für Unternehmen, die Wert auf ökologische Verantwortung und ästhetische Präsentation legen.

Praktisch und werbestark

Verschiedene Aufbewahrungsutensilien für Toilettenartikel gibt es bei Fischer-Import: Der PVC-Beutel etwa ist in einer Größe von zirka 19 x 17 cm erhältlich, mit einer PVC-Materialstärke von rund 0,3 Millimetern. Das praktische Produkt verfügt über vernähte Seiten und Kopfsaum inklusive Kunstledereinsatz. Eine Veredelung ist per Siebdruck realisierbar. Der Kopfsaum ist in verschiedenen Farben umsetzbar. Sonderfarben sowie Sondergrößen sind auf Anfrage ebenfalls umsetzbar. Zudem gibt es ein hübsches Baumwollmäppchen in einer Größe von rund 25 x 10 Zentimetern. Das Mäppchen besteht aus 100 Prozent Baumwolle, natur, in einer Grammatik von 190 g/m². Es verfügt über einen schwarzen Reißverschluss im Kopfsaum. Eine Veredelung ist per Sieb-, Digital- und Transferdruck möglich. Auch Sonderfarben und -größen können auf Anfrage hergestellt werden.



PSI 42320 • Fischer-Import GmbH
Tel +49 9571 94790491
verkauf@fischer-import.de
www.fischer-import.de



Blumenampel



NEU

Samenpapier



Woodies Stempel



- Anzeige -



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



Ökologisch abschminken

Die runden und wiederverwendbaren Abschminkpads von marcolor sind ökologisch und plastikfrei. Made in Germany, bestehen diese Naturprodukte aus Holz-Zellulose und Baumwolle. Mit ihren sechs Zentimetern Durchmesser haben die Pads eine gute Größe, wobei diese auf Kundenwunsch auch angepasst werden kann. Die umweltfreundliche Verpackung besteht aus Recyclingkarton, ist komplett individualisierbar und kann im Eigendesign bedruckt werden. Die Anzahl der Abschminkpads innerhalb der Verpackung kann dabei variieren. Bewährt haben sich dabei ein Zweier- und Dreier-Set. Zur Anwendung sind die Pads vor Gebrauch einfach nur mit Wasser anzufeuchten, dann bei Bedarf ist zudem etwas Reinigungsgel fürs Gesicht aufzutragen, mit Wasser auszuspülen und schließlich trocknen zu lassen. Nach Gebrauch können diese in der Waschmaschine gewaschen werden. Die Abschminkpads eignen sich aufgrund ihrer Größe und geringem Eigengewicht perfekt als Streu- und Zugabe-Produkt. Außerdem sind diese kompostierbar. Die Mindestabnahmemenge beträgt 500 Stück.

Wellness aus Tirol

Der Trend nach natürlichen, umweltfreundlichen und regionalen Produkten für die haptische Werbung ist ungebrochen: Das Gute-Nacht-Set von team-d Import-Export umgibt den Beschenkten mit dem herrlichen Duft der Zirbe. Für den Weg ins Land der Träume ist das Zirbenkissen einfach vor dem Zubettgehen in Kopfnähe zu platzieren und der Zirbenwürfel mit Zirbenöl zu beträufeln. Das Set besteht aus je einem Zirbenkissen und Zirben-Würfel mit ZirbenFlocken sowie zehn Milliliter naturbelassenem Zirben-Öl. Für ein besonderes Dufterlebnis in der Sauna gibt es zudem himmlische Saunaöle im Set: Zur Wahl stehen die Düfte Zirbe, Zirbe-Zitrone, Alpenkräuter und Latschenkiefer. Die Zirbe kommt infolge ihrer Genügsamkeit bezüglich Boden und Klima in luftiger Höhe vor und gilt als besonders widerstandsfähiges Holz. Ihr charakteristischer Harzduft lässt einen sogleich an Urlaub denken. Das Zirbenholz kommt direkt vom Baum aus nachhaltiger Forstwirtschaft in Tirol und wird unbehandelt verarbeitet.



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



PSI 48123 • Silverspot Trading GmbH
Tel +49 30 30807140
info@silverspottrading.com
www.silverspottrading.com

Effektives Massage-Set

Das natürliche Massagegerät mit Griff aus Naturholz und Metallfüßen sowie mit seinen weichen Gummi-Endstücken steht für ein mehr als entspannendes Erlebnis. Das Produkt aus dem Sortiment von Silverspot Trading besteht aus einem zylinderförmigen Fußmassagegerät, einem Rückenmassagegerät mit drei Beinen sowie einem klassischen Mehrzweck-Massagegerät mit einer Vielzahl von Massagepunkten. Zum Lieferumfang gehört eine passende Tasche mit Kordelzug-Verschluss und verstellbarem Ball. Präsentiert werden die vier Elemente in einer individuellen Kraft-Design-Box.

Natürlicher Durstlöcher

Mit natürlichem natriumarmen Mineralwasser von Römer Drinks lassen sich Körper und Geist der Geschäftspartner, Kunden oder Mitarbeiter erfrischen. Das Wasser aus einer Quelle aus dem Nationalpark Hunsrück-Hochwald liefert wichtige Mineralstoffe wie Calcium, Magnesium und Kalium und hilft dabei, den Flüssigkeitshaushalt auszugleichen und den Körper zu hydrieren. Getränke-Spezialist Römer Drinks bietet die Varianten 0,33L und 0,5L ab 264 Flaschen mit einem Folien-Etikett an. Dabei kann frei zwischen einer weißen oder transparenten Folie in glänzend oder matt gewählt werden. Die Flaschen sind umweltschonend dank 0,25 € DPG Einwegpfand in Deutschland.



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

Veganer Fruchtgummi-Kuss

Der hochflexible Werbe-Fruchtgummierhersteller Kalfany Süße Werbung produziert rund 2.000 Tonnen Fruchtgummi pro Jahr in der eigenen IFS-zertifizierten Produktion. Unter der eigenen Fruchtgummimarkte Bären Company® ist nun eine weitere trendige Sondersorte entstanden: die Schwarzwälder Kirsch-Küsschen. Die delicious edition 2024 ist eine sinnliche Verführung aus dem Schwarzwald. Diese Fruchtgummis in zarter Kussmundform sorgen 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 sowie alternativ weißem Werbetütchen verpackt.



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

PSI 46131 • KHK GmbH
Tel +49 2233 71771-0 • sales@lipcare.de
www.lipcare.de



Schutz und Pflege

Hochwertige Lippenpflege Made in Germany produzieren die Kosmetikspezialisten der KHK GmbH seit über 30 Jahren als Stifte, in Döschen und in Tiegeln. Klassische Lippenpflegestifte sind in bis zu 16 kombinierbaren Farben, mit vielen 3D-Aufsätzen und auch aus Recycling-Kunststoff lieferbar. Außerdem stehen acht verschiedene Pflege-Rezepturen zur Auswahl: mit Lichtschutzfaktor 20 oder 30, als Naturkosmetik, sogar mit Fairtrade-Siegel, oder auch mit dezenter Tönung als Tinted Red. Zur eleganten Premium-Line gehört der Lippenpflegestift Lipcare Deluxe mit silber- oder goldglänzender Außenhülle, der mit einer Gravur individualisiert werden kann. Je nach Modell sind die Lippenpflegestifte ab 300 Stück bestellbar. Die hochwertigen Rezepturen werden im hauseigenen Labor entwickelt. Alle Pflegeprodukte werden gemäß der neuen Kosmetikverordnung sowie Kosmetik GMP produziert und im CPNP-Portal gemeldet.



PSI 41462 • Spranz GmbH
Tel +49 261 98488-0 • info@spranz.de
www.spranz.de

Luxuriöser Regenschutz

Unter der bei Spranz ausgegebenen Devise, Designprodukte ohne Designzuschlag anzubieten, lancieren die Koblenzer den Metmaxx® RainLedPro im Sektor, einen kompakten Luxus-Regenschirm aus ökologisch wertvollem, recycelten PET-Material. So kommt der Anwender strahlend schön durch den Regen. Mit integriertem Wegelicht, Wind Proof und allen Eigenschaften der Referenzklasse zum Economy-Preis. Zu den Eigenschaften der teflonbeschichteten, auch gegen stärkeren Wind wehrhaften Schirme zählt neben der Verwendung von hochwertigem RPET Material die Auto Open/Auto Close-Funktion, ein LED-Licht im Griff, die Schutzhülle und die Verpackung im Polybeutel mit Design-Infokarte. Die wechselbaren Knopfzellen sind im Lieferumfang enthalten. Eine Verpackungseinheit beinhaltet 50 Stück.



Kleine Massage-Pistole

Stark und handlich, punktet die Vitalmaxx Mini-Massage-Pistole von Lehoff Im- und Export nicht nur mit einer intensiven Power Boost Massage mit sechs verschiedenen Leistungsstufen, sondern auch mit kompakten Abmessungen und geringem Gewicht. Je nach Muskelgruppe werden auch schwer erreichbare Stellen ideal massiert und beansprucht. Die Mini-Massage-Pistole arbeitet mit bis zu 2060 Schlägen pro Minute und liefert so eine kraftvolle Massage der Extraklasse ab. Dank vier verschiedener Aufsätze ist für jede Muskelgruppe der richtige Aufsatz dabei. Das Display auf der Rückseite zeigt sowohl den Akku-Ladestand als auch die jeweilige Leistungsstufe an.



PSI 41259 • Lehoff Im- und Export GmbH
Tel +49 40 529607-0 • info@lehoff.de
www.lehoff.de



Seit über
100
Jahren

EuroSCHIRM
EBERHARD GÖBEL

**Regenschirme –
hochwertig und innovativ**



Heben Sie
sich ab vom
Standard!

Jetzt unseren brandneuen Katalog anfordern!

EBERHARD GÖBEL GMBH+CO KG

Fon +49 (0)731-140 130 • www.euroschirm.com

info@euroschirm.com

– Anzeige –

Bottle Promotions

Your partner in Lifestyle bottles
Tacx Fuse 450ml bottle, an elegant bottle with fruit fusion option.
Delivery 2 weeks. BPA free. Made in the Netherlands. 100% recyclable and re-usable.
Can be printed full-color all-round.

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

– Anzeige –



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

Zeit für Relaxen

Je stressiger der Alltag, desto wichtiger sind kleine Inseln der Entspannung. Einen kleinen erholsamen Wellness-Moment bietet das Set Tropical Garden von Römer Wellness. Der zarte Duft nach Kokosnuss schickt den Kunden für einen Augenblick an sonnige Sandstrände direkt am Meer. Das Ensemble beinhaltet 150 Milliliter Duschgel, 150 Milliliter Schaumbad, 50 Milliliter Bodylotion und 100 Gramm Badesalz, verpackt in einem dekorativen Metalleimer mit Henkeln. Zudem liefert Römer Wellness den Raumduft Vanilla Dream für eine angenehme Wohlfühlumgebung, welcher durch die moderne Kombination von Edelstahl und Glas in Betonoptik überzeugt. Dieses Produkt wird mit zwei Aufklebern geliefert, sodass je nach persönlicher Präferenz zwischen einem hellen und dunklen Design gewählt werden kann. Enthalten sind sechs Rattan-Stäbchen, die den Duft gleichmäßig je nach Raumgröße und -temperatur für etwa 40 Tage verteilen.

Perfekter Begleiter

Der perfekte Begleiter für feucht-fröhliche Bade- und Sporterlebnisse ist die Badesachen-tasche Splash von Gabriele Bühring und ihrem Team. Diese ist Tasche speziell dafür konzipiert, feuchte Schwimmsachen komfortabel und sicher zu transportieren. Ob vom Pool, Strand oder Fitnessstudio nach Hause, mit Splash bleiben andere Gegenstände in der Tasche trocken und geschützt. Komfortable Gleiter aus Kunststoff oder Messing sorgen für sicheren Verschluss. Der Transporthelfer leistet nicht nur in puncto Funktionalität ganze Arbeit. Die qualitativ hochwertige Verarbeitung dieses umweltschonenden Produkts, hergestellt aus wasserfestem PVC mit umweltfreundlichem Recyclinganteil, findet unter fairen Arbeitsbedingungen in Deutschland statt. Vollständig individualisierbar in Sachen Farbe, Größe und Aufdruck, bietet Splash viel Platz für eine Werbebotschaft und stellt damit das perfekte Werbemittel für den Sommer dar.



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



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



Wunderbare Wohlfühl-Werbemittel

Mit dem Shopper und der Reißverschluss-tasche aus der jungen Taschenfamilie Daily von Halfar macht der Weg in die Sauna oder ins Wellness-Wochenende besonders nachhaltige Freude. Denn die Serie aus insgesamt sieben Taschen wird mit rPET gefertigt. Das schont Ressourcen und sieht gut aus. Erhältlich in Grün, Rot, Schwarz, Anthrazit oder Marine, ist der Shopper ein perfekter Begleiter fürs Spa und jeden Wellnnessausflug: Mit ihm kommen Handtücher, Badeschlappen, Lektüre und mehr ganz entspannt mit. Dafür sorgt auch das Tragesystem mit Doppelgriffen. Für Kosmetik, Shampoo und Co. ist das Reißverschluss-täschchen wie gemacht. Auch diese Kleine bietet sich dank seitlichem Handgriff für bequemes Tragen an. Im großen Hauptfach bringt ein Netzfach extra Ordnung in Bürstchen, Fläschchen und Tuben. Klare Formen, charmante Funktionen und der günstige Preis zeichnen die komplette Daily-Serie aus. Sie reichen von zwei Rucksäcken für Notebook und Co und zwei Shoppers über eine Reißverschluss-tasche sowie eine Gürteltasche bis zum Weekender. Für eine Veredelung bieten sich Siebdruck, Stick, Digitaldrucklabel, Metallembel und Transferdruck an.



Für die tägliche Pflege

Die praktische 30 Milliliter Inhalt beherbergende Dose für Lippenbalsam von Dosenspezialist ist ein unverzichtbares Accessoire für die tägliche Pflege unterwegs. Hergestellt aus hochwertigem, nachhaltigem Material, unterstützt sie aktiv die Umweltbemühungen des Anwenders und vermittelt ein positives Image des Unternehmens. Als Lagerware ist sie sofort abrufbereit und bietet eine schnelle Lösung für individuelle Werbebedürfnisse. Zusätzlich kann sie mit einem individuellen Kundenlogo veredelt werden, um das zu bewerbende Unternehmen stilvoll zu präsentieren und eine nachhaltige Botschaft zu senden. So lässt sich ein Statement für Nachhaltigkeit setzen und ein Unternehmen effektiv in Messen, Events und Werbekampagnen bewerben.



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

PSI 49957 • Holz Frank GmbH & Co. KG
Tel +49 9151 83310 • info@holz-frank.com
www.holz-frank.com



Natürlich kämmen

präsentieren sich die Holzkämme aus europäischem Holz, lieferbar von Holz Frank. Die Produkte vereinen natürliche Pflege und Nachhaltigkeit. Durch ihre Beschaffenheit verhindern sie statische Aufladung, schützen so vor Haarbruch und sorgen für geschmeidiges Haar. Diese Kämme sind nicht nur schonend zur Kopfhaut, sondern auch zur Umwelt, da Holz biologisch abbaubar ist. Ideal für Werbeaktionen, lassen sich die Kämme mit einem Logo nach Wahl personalisieren, um eine Marke mit Umweltbewusstsein zu verbinden.

Kosmetik bestens aufbewahrt

Die Kosmetiktasche aus gewachster Bio-Baumwolle von Sale ist mit einem speziellen Innenfutter aus silberner Thermofolie ausgestattet, um den Inhalt vor Temperaturschwankungen zu schützen. Diese strapazierfähige und umweltfreundliche Kosmetikaufbewahrungslösung aus gewachster, GOTS-zertifizierter Bio-Baumwolle ist perfekt für umweltbewusste Verbraucher. Das innovative Material sorgt dafür, dass temperaturempfindliche Gegenstände wie Lippenstifte, Make-up und Puder auch in warmen Umgebungen in optimalem Zustand gehalten werden. Das durchdachte Design dieser Tasche mit ihrem kompakten und dennoch geräumigen Innenraum ist auf die Organisation und Aufbewahrung aller wichtigen Beauty-Produkte zugeschnitten. Die robuste Konstruktion und das elegante Finish machen sie zu einer idealen Wahl für den täglichen Gebrauch oder für Reisen. Die Sichtbarkeit der zu bewerbenden Marke lässt sich signifikant erhöhen, indem diese Kosmetiktasche mit einem eigenen Branding versehen wird.

PSI 49617 • Sale s.r.o.
Tel +420 777 151946
martin.kozubek@sale-ostava.cz
www.sale-ostava.cz



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

Auszeit im Alltag

Nur fünf Minuten Auszeit können im stressigen Alltag wahre Wunder bewirken. Das minutiöse Kolorieren von abstrakten und figürlichen Wohlfühlmotiven in den Buchideen von Edition Michael Fischer, EMF-Verlag, ist die ideale Gelegenheit, den Kopf von Sorgen und Blockaden zu befreien und neue Kraft für die nächste Etappe des Tages zu sammeln. Durch die schwarzen Hintergründe bekommen die Bilder eine ganz neue Brillanz und Fernwirkung, die Farben leuchten noch stärker und machen aus jedem Motiv ein Kunstwerk. Lieferbar sind individuelle Exemplare, mit selbst zu bestimmendem Inhalt, Design und Ausstattung. Vom Streuartikel bis zum hochwertigen Hardcover sind zahlreiche Ausstattungsmöglichkeiten denkbar. Auf Wunsch werden zudem ein Logo auf dem Buchcover und respektive oder auch eigene Produkte auf den Innenseiten platziert.



PSI 41583
Hepla-Kunststofftechnik GmbH & Co. KG
Tel. +49 5681 9966 • info@hepla.de
www.hepla.de

Werbung mit Hand und Fuß

Der Bimsstein aus dem Sortiment von Hepla wird in den beiden Formen Herz und Oval angeboten und eignet sich bestens zur schonenden, sanften und natürlichen Entfernung von überflüssiger Hornhaut sowie Schwielen an Händen und Füßen. Sowohl die Herz- als auch die Oval-Form liegt optimal in der Hand und kann im trockenen oder nassen Zustand beispielsweise in der Badewanne oder unter der Dusche verwendet werden. Durch die praktische Baumwollkordel kann der Bimsstein leicht zum Trocknen in der Dusche oder im Badezimmer aufgehängt werden und ist so immer zur Hand. Der nützliche Bimsstein ist einzeln verschrumpft und mit oder ohne Werbeaufkleber erhältlich. Auf Wunsch kann der Aufkleber einseitig individuell im Digitaldruck veredelt werden.

Garant für pure Entspannung

Therabody Smart Goggles White von Werbeartikelspezialist Deonet reduziert Stress und Ängste, unterstützt erholsamen Schlaf und lindert Kopfschmerzen. Mit der SmartGoggles taucht der Anwender ein in das ultimative Entspannungserlebnis. Die einzige Augenmaske mit SmartSense Technology™ ist ausgestattet mit einem exklusiven biometrischen Sensor, der Behandlungen anpasst, um die Herzfrequenz in einen entspannten Zustand zu senken. Die SmartGoggles bieten mit Vibration, Massage und Wärme drei anpassbare Modalitäten. Dabei setzt das Produkt auf den Komfort der Bluetooth-Verbindung und eine Akkulaufzeit von 150 Minuten. Zu den weiteren Vorteilen gehört neben der Entlastung der Augen die Senkung der Herzfrequenz, die Erhöhung der Durchblutung und die Linderung der Verspannungen im Gesicht. Diese Entspannungsprodukte können mit einem vollfarbigen Thermodruck und einem Soft Case mit vollfarbigem Thermodruck und einer Hülle personalisiert werden.



PSI 46660 • Deonet BV
Tel +31 40 7073400 • verkauf@deonet.de
www.deonet.com





PSI 42020 • MBW Vertriebsges. mbH
Tel +49 4606 9402-0 • info@mbw.sh
www.mbw.sh



Entspannung mit Bert

Werbartikelspezialist mbw® präsentiert mit Herrn Bert® einen Wegbereiter der entspannten Momente: Diese charmante Anti-Stress-Figur kombiniert Humor mit einem wichtigen Anliegen – der mentalen Gesundheit. Herr Bert®, gefertigt aus weichem Polyurethanschäum, ist der perfekte Begleiter für stressige Tage. Kneten und Drücken hilft, Anspannungen zu lösen und für kleine Auszeiten im hektischen Alltag zu sorgen. Mit seiner sympathischen Präsenz und der Fähigkeit, immer wieder in seine ursprüngliche Form zurückzukehren, ist Herr Bert® ein Symbol für psychische Stärke und Gelassenheit. Ebenfalls aus den über 80 Modellen erhältlich: die weibliche Form „Berta“, eine attraktive Gelegenheit, den Kunden ein Werbeprodukt anzubieten, das nicht nur für ein Lächeln sorgt, sondern auch das Bewusstsein für mentale Gesundheit schärft.

Haarbürste mit Doppelfunktion

Die Haarbürste von Hepla punktet durch das praktische Format, die große Werbefläche und das 2-in-1-Design mit integriertem Spiegel. Die kompakte Größe der Haarbürste macht sie zum idealen Begleiter für unterwegs. Egal ob im Büro, auf Reisen oder beim Sport: Mit diesem praktischen Tool haben die Nutzer ihre Haarpflege immer griffbereit. Dank des integrierten Spiegels lässt sich das Styling jederzeit überprüfen und gegebenenfalls nachbessern. Die schwarzen abgerundeten Borsten der Bürste sorgen für ein sanftes und effektives Entwirren der Haare, ohne sie zu beschädigen. Aufgrund des klappbaren Designs lässt sich die Bürste platzsparend verstauen, ideal für einen Platz in kleinen Hand- oder Kosmetiktaschen. Auf Wunsch kann der äußerst nützliche Werbeprodukt in der hauseigenen Druckerei im Tampondruck veredelt werden.



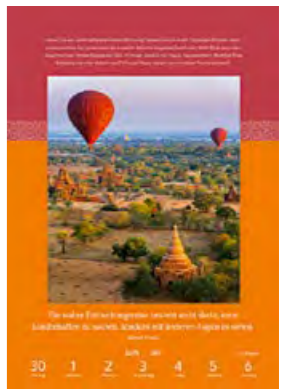
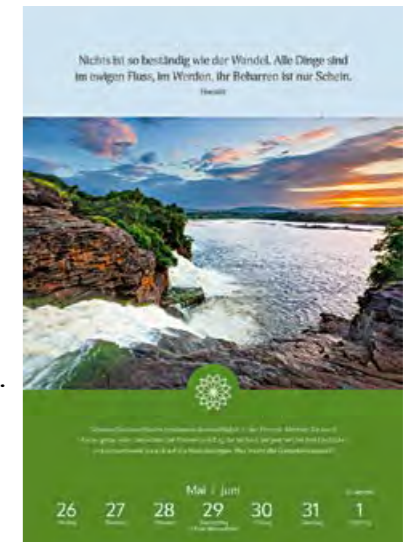
PSI 41583
Hepla-Kunststofftechnik GmbH & Co. KG
Tel. +49 5681 9966 • info@hepla.de
www.hepla.de



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

Die Kunst der Gelassenheit

Werbekalender gehören zu den absoluten Klassikern unter den haptischen Werbebotschaftern. Der Wochenplaner der Kalendermarke Harenberg aus dem Athesia Kalenderverlag vereint stimmungsvolle Farbfotografien, Zitate und ein übersichtliches Kalendarium. Damit ist jede Woche für eine Inspiration und mehr Gelassenheit gesorgt, in Form von kurzen und leicht verständlichen Achtsamkeitsübungen für die innere Balance. 52 buddhistische Bildmotive schenken Ruhe und Schönheit, ergänzt mit inspirierenden Zitaten östlicher und westlicher Denker. Ab einer Auflage von 50 Stück kann eine Werbebotschaft aufgedruckt werden. Die Werbekalender stehen für 365 Tage Präsenz im Jahr, im Einsatz für nahezu jede Zielgruppe.



Kosmetik Go-Green

CreaFelt Beauty von Anda Present bietet die perfekte Möglichkeit, jedes Unternehmen auf einzigartige Weise mit umweltfreundlichen Kosmetiktaschen zu bewerben. Mit diesem Go-Green-Produkt aus RPET-Filz und unverwechselbarem RPET-Label lässt sich der eigene ökologische Fußabdruck verringern. Als Teil der Be Creative-Kollektion von Anda kann die gesamte Oberfläche von CreaFelt Beauty mit lebendigen Farben und aufmerksamkeitsstarken Grafiken individuell gestaltet werden. CreaFelt Beauty Kosmetiktaschen werden in Europa hergestellt und sind in drei verschiedenen Größen lieferbar.



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

Neuigkeiten rund ums Team

Das renommierte norddeutsche Familienunternehmen Gabriele Bühring gibt „gleich zwei erfreuliche Personalentwicklungen“ bekannt. Zum einen feiert Mareike Schulze ihre fünfjährige Betriebszugehörigkeit: „Eine loyale Mitarbeiterin, die ihre Karriere im Unternehmen als Sachbearbeiterin begann und sich im Laufe der Jahre zur verantwortlichen Kraft in der Buchhaltung entwickelt hat. Darüber hinaus hat sie mithilfe des Unternehmens eine Weiterbildung zur Grafikerin erfolgreich abgeschlossen. Nun, da ihre Kinder älter sind und sie mehr Zeit zur Verfügung hat, unterstützt sie zusätzlich das Vertriebsteam mit umfassender Kompetenz, indem sie detaillierte Standskizzen und Visualisierungen im Hintergrund erstellt.“

Eine weitere erfreuliche Nachricht ist, dass Madelein Wulff vor kurzem ihre Einarbeitung und Probezeit im Vertriebsteam abgeschlossen hat. Mit ihrem Wechsel aus dem Handelsbereich bringt sie – wie es in einer Mitteilung des Unternehmens heißt – „eine frische Perspektive in das Unternehmen ein, versehen mit dem Engagement, die neue berufliche Herausforderung mit Bravour zu meistern“. Geschäftsführerin Gabriele Bühring zeigt sich „stolz über die kontinuierliche Entwicklung und das Engagement ihrer Mitarbeitenden“ und sieht dies „als klaren Beweis für die erfolgreiche Kombination aus professioneller Weiterentwicklung und familiärem Zusammenhalt im Unternehmen“. www.buehring-shop.com

Gabriele Bühring



Zwei starke Frauen im Team von Gabriele Bühring (v.l.): Madelein Wulff und Mareike Schulze.

promodoro erhält EcoVadis Gold für Nachhaltigkeit

Die Promodoro Fashion GmbH, kurz promodoro, hat die Gold-Auszeichnung von EcoVadis erhalten. Damit gehört der Spezialist für Promotion Wear, Corporate Fashion und Workwear zu den Top 5 % der nachhaltigsten Unternehmen in der Branche. „Diese Auszeichnung bestätigt unser Engagement für Nachhaltigkeit insbesondere in den Bereichen Umweltschutz, Arbeits- und Menschenrechte. Sie zeigt auch unser Engagement für eine verantwortungsvolle Geschäftsführung“, so promodoro Geschäftsführer Khalil Mehanna. „Diese Auszeichnung ist das Ergebnis unserer gemeinsamen Arbeit, die Standards in der Textilindustrie zu erhöhen. Es bestärkt uns darin, weiterhin innovative und nachhaltige Lösungen zu entwickeln“, ergänzt er.

EcoVadis ist ein weltweites Bewertungssystem für Nachhaltigkeit. Es zeichnet Unternehmen aus, die in Umweltschutz, soziales Engagement und ethisches Verhalten besonders gut abschneiden.

Melanie Schuster, promodoro Vertriebsleiterin, betont: „Diese Auszeichnung ist für uns nicht nur eine Bestätigung unseres Weges, sondern auch ein Versprechen an unsere Kunden, dass wir weiterhin nachhaltige Produkte von höchster Qualität und unter ethischen Bedingungen produzieren werden.“

Über promodoro

promodoro bietet als deutsche Textilmarke seit mehr als 30 Jahren Kleidung in Premium-Qualität an. Das Unternehmen legt großen Wert auf persönliche Kundenbetreuung und bietet ein vielfältiges Sortiment aus Corporate Fashion, Promotionwear und Workwear. Darüber hinaus bieten wir Veredelung und textile Lösungen an. „Unsere Mission ist, hochwertige Kleidung für jeden anzubieten. Mit mehr als drei Millionen Textilien auf Lager garantieren wir schnelle Lieferzeiten“, lautet der Anspruch des Unternehmens. www.promodoro.de



Promodoro Fashion



81. Generalversammlung: Veränderungen im Vorstand

Ende März veranstaltete der Verband der schweizerischen Werbeartikelindustrie PromoSwiss seine jährliche Generalversammlung im Schloss Laufen am Rheinfluss bei Schaffhausen. Zunächst gaben PromoSwiss-Präsident Urs Germann und Liz Riwar einen Rückblick aufs vergangene Geschäfts- und Werbeartikeljahr, der auch aufgrund des erfolgreichen Messedoppels des Verbandes – PSF und Touch – durchweg positiv ausfiel.

Auch in diesem Jahr werden die beiden Messen, terminiert auf den 25. und 26. September, erneut in der Umweltarena in Spreitenbach mit der PromoSwiss Gala Night und der Verleihung der PromoSwiss Awards stattfinden. Das Organisationskomitee unter der Projektleitung von Tom Oester und René Dubach erhofft sich, die Rekordbesucherzahlen von 2023 nochmals toppen zu können.

Beat Suter, im Vorstand zuständig für Mitgliedschaften, konnte über den erfreulichen Zuwachs von sechs neuen Verbandsmitgliedern vermelden. PromoSwiss bietet hier auch die Möglichkeit einer strategischen Mitgliedschaft sowie eine Plattform insbesondere auch für Start-Ups, ihren Impact auf Verbandsebene zu vervielfältigen.

Dass der Verband in den vergangenen Monaten sich durch verstärkte mediale Auftritte in diversen Fachzeitschriften und auch über die Grenzen hinweg gezielt auch in Branchenmedien noch mehr Präsenz zu verschaffen mochte, wusste Ina Klingele vom Marketingressort zu berichten. Auch beim LinkedIn Auftritt von PromoSwiss konnte laut Klingele „mehr Traffic generiert“ und so das Profil des Verbandes weiter geschärft werden.

Der für Tech Marketing zuständige René Dubach stellte die neue BeUnity App vor, die als zeitgemäße Branchen-App künftig als neue Kommunikationsplattform des Verbandes fungiert. BeUnity Entwickler Quentin Aeberli machte die Teilnehmer der Versammlung per Live-Einführung mit den Möglichkeiten der neuen App vertraut.

Ein weiterer Tagesordnungspunkt war die Neuwahl des Vorstandsressorts „Aus- und Weiterbildung“. Für die die bislang zuständige Nadine Schneider, die aufgrund eigener Verpflichtungen ihren Posten zur Verfügung stellte, wurde Ibrahim Racaj vom Unternehmen Victorinox einstimmig als ihr Nachfolger gewählt. Zum Ende der Versammlung präsentierte Frank Diesing von der DIMA Marktforschung GmbH die Ergebnisse der Marktstudie 2023 des Instituts, die eine positive Entwicklung aufzeigte.

Im Anschluss trafen sich die Teilnehmenden auf der Schlossterrasse bei einem Apéro in entspannter Sonnenuntergangsstimmung zum Get-together. Der Tag klang aus mit einem gemeinsamen Dinner in geselliger Runde. www.promoswiss.ch



PromoSwiss

Austragungsort der PromoSwiss Jahresversammlung waren diesmal die Räumlichkeiten des Schlosshotels Laufen.



Wechsel im Vorstand: Für Nadine Schneider betreut nun Ibrahim Racaj den Bereich Aus- und Weiterbildung. Bilder: zVg

doppler heuert Andreas Neuhofer als Vertriebsleiter Deutschland an

Mit Andreas Neuhofer (56) setzt der im österreichischen Braunau ansässige Regenschirmspezialist doppler für die Leitung des Vertriebs von Regenschirmen an Fachhandels-, Groß- und Einzelhandelskunden am deutschen Markt auf langjährige Vertriebs- und Marketingexpertise. Für den Vertrieb von Regenschirmen für den Werbeartikelhandel bleibt weiterhin Markus Nawrotzky Vertriebsleiter.

Wie in einer Mitteilung des Unternehmens verlautet, ist Neuhofer's Vision der weitere Ausbau der Marktposition von doppler im Regenschirm-Handel in Deutschland. Dabei setzt er vor allem auf eine noch intensivere Stärkung des Fachhandels und die stärkere Vernetzung von Marketing und Vertrieb am Point-of-Sale. Auch die Erschließung neuer Kundensegmente hat Neuhofer im Visier, denn noch längst nicht seien alle relevanten Verkaufspunkte für den Regenschirm erschlossen: „Die faszinierende Sortimentsbreite und -tiefe ermöglicht es uns, jeden Kundenwunsch und jede Anforderung abzudecken und zu bedienen. Als einer der letzten Schirmspezialisten Europas, der nach wie vor am Hauptstandort in Braunau Manufakturschirme fertigt, besitzen wir ein einzigartiges Know-how, das uns von anderen Anbietern in diesem Segment klar unterscheidet“, sagt Andreas Neuhofer.

doppler

Über doppler

Die doppler E. Doppler & Co GmbH wurde 1946 von Ernst Doppler gegründet und hat sich seither zum innovativen Vertreter bei der Herstellung von Sonnen-, Regen- und Werbeschirmen entwickelt. Der Familienbetrieb in vierter Generation verfügt neben dem Hauptsitz im oberösterreichischen Braunau am Inn über Niederlassungen in Deutschland, Tschechien, Slowakei, Rumänien und China. doppler ist laut eigenen Angaben „führend bei der Entwicklung und Herstellung von Sonnen- und Regenschirmen aller Art sowie Garten- und Sitzpolsterauflagen für Endverbraucher, Händler, Werbekunden oder Gastronomen“. Zum Unternehmen zählen die Produktmarken doppler, doppler Manufaktur, Knirps und derby, zudem steht doppler in Kooperation mit zahlreichen Marken wie Bugatti, Rolls Royce, Audi oder Marco Polo. doppler beschäftigt derzeit etwa 360 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, rund 220 davon im Stammhaus in Österreich. www.dopplerschirme.com/



Andreas Neuhofer

Verstärkung für den Vertrieb Innendienst

Seit Anfang Februar 2024 verstärkt Marivo Safang das Team von Bags By Riedle, Langenbrettach, als neuer Vertriebsmitarbeiter im Innendienst.

Nach seinem betriebswirtschaftlichen Studium an der Hochschule Heilbronn sammelte der Account Manager vielfältige Erfahrungen in den Bereichen Vertrieb, Einkauf, Kundenservice und Export.

Die Schwerpunkte seiner neuen Funktion beim bekannten Anbieter innovativer und nachhaltiger Papiertaschen liegen auf der professionellen Beratung und Betreuung von Bestands- sowie der Gewinnung von Neukunden. Die sichere Auftragsabwicklung inklusive des Reklamationsmanagements spielen dabei eine ebenso große Rolle wie die souveräne Information zu neuen, hochwertigen Riedle-Produkten.

Seit nahezu drei Jahrzehnten agiert das Unternehmen erfolgreich am Markt, arbeitet für und mit bekannten Marken und Agenturen im In- und Ausland. „Es motiviert mich unglaublich, in einer Firma tätig zu sein, die in der Branche immer wieder Standards setzt“, so Marivo Safang. Wie aus Langenbrettach zu vernehmen, fühlt sich Marivo Safang im Team bereits sehr wohl und möchte seinen Kunden ein kompetenter und verlässlicher Ansprechpartner sein. www.riedle.de

Bags by RIEDLE



Marivo Safang. Foto: ©BAGS BY RIEDLE

„Ausgezeichnete“ Mitarbeiterzufriedenheit bei MAPROM

Die MAPROM GmbH aus Höxter wurde von der Arbeitgeber-Bewertungsplattform kununu als Top Company 2024 ausgezeichnet. Das Siegel würdigt Unternehmen mit hoher Mitarbeiterzufriedenheit und wird ausschließlich auf Basis unabhängiger Bewertungen auf www.kununu.com vergeben. MAPROM gehört damit zu den Unternehmen mit dem besten Arbeitsumfeld in Deutschland.

„Wir gratulieren MAPROM zum Erhalt des Top Company-Siegels 2024“, sagt Nina Zimmermann, CEO von kununu. „Die Auszeichnung wird an Arbeitgeber mit besonders guten Bewertungen auf kununu verliehen. Da nur etwa fünf Prozent der Unternehmen die Qualifikationskriterien erfüllen, ist dies ein sehr ausgewählter Kreis. Arbeitgeber, die mit dem Siegel bedacht werden, zeichnen sich nicht nur durch Anerkennung und Wertschätzung aus, sondern senden auch ein starkes Signal an Talente, die auf der Suche nach dem passenden Unternehmen sind“, so Zimmermann weiter.

Auch Henner Marquardt, Gründer und Geschäftsführer von MAPROM äußert sich erfreut über diese Anerkennung: „Dies ist eine bedeutende Auszeichnung für uns. Als ich MAPROM 1987 im Alter von 20 Jahren gegründet hatte, war mir damals nicht bewusst welche Herausforderungen auf mich zukommen. Nun bin ich stolz, dass ich gemeinsam mit meinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein Unternehmen aufgebaut habe, das für uns alle Stabilität und Sicherheit bedeutet und in dem sich mittlerweile ein so tolles Arbeitsklima entwickelt hat.“

Wie es vom Unternehmen heißt, könne „die Auszeichnung zukünftig Bewerberzahlen positiv beeinflussen, was in der ländlichen Region rund um Höxter ein sehr wichtiger Aspekt ist“. Eine Studie des Marktforschungsunternehmens YouGov vom September 2022 ergab, dass das Top Company-Siegel für 45 Prozent aller Talente bei der Job-Wahl als bewerbungsrelevant oder sehr bewerbungsrelevant gilt. Eine Umfrage von kununu unter Unternehmen, die als Top Company ausgezeichnet wurden, zeigt darüber hinaus, dass die Verwendung des Top Company-Siegels in der Unternehmenskommunikation die Anzahl der eingehenden Bewertungen im Durchschnitt um rund 19 Prozent steigern kann.

Um sich für das kununu Top Company-Siegel 2024 zu qualifizieren, muss ein Unternehmen bestimmte Kriterien erfüllen:

- Mindestens sieben Bewertungen von Mitarbeitenden seit Bestehen des Profils. (Bewertungen von Bewerbenden werden nicht mitgezählt.)
- Einen Score von mindestens 3,8 Sternen (von maximal 5 möglichen), sowohl insgesamt als auch bei den Bewertungen der Mitarbeitenden.
- In den zurückliegenden zwölf Monaten muss der Bewertungs-Score der Mitarbeitenden bei mindestens 3,8 Sternen liegen.
- Mindestens zwei neue Bewertungen in den letzten zwölf Monaten. Eine aktualisierte Bewertung zählt hier auch als neue Bewertung.

Top 2024
Company



MAPROM

Über MAPROM

MAPROM ist ein Werbetextil-Großhändler und beschäftigt mit dem Import, der Herstellung, dem Handel und der Veredelung von Werbetextilien. Mittlerweile gehört das Unternehmen zu den namhaften Lieferanten von Werbetextilien in Europa und beschäftigt gemeinsam mit seinem Veredelungsbetrieb rund 160 Mitarbeitende. Aktuelle Job-Angebote finden sich unter: www.maprom.de/jobs – Interessierte können sich hier sofort und unkompliziert online bewerben. www.maprom.de



Henner Marquardt, Gründer und Geschäftsführer der MAPROM GmbH in Höxter. Foto: Henner Marquardt

Nachhaltiger Werbepromoter gewinnt Designpreis „Focus Open“

Der STABILO Grow hat sich einen Platz auf dem Siegereppchen gesichert – und das beim renommierten Designpreis „Focus Open“. Der STABILO Grow erhielt die Auszeichnung „FOCUS Special Mention“.

Stabilo Promotion Products

Das starke Duo – der Rollerball STABILO Grow und der Füller STABILO Grow – überzeugen als nachhaltige Werbepromoter in Design-Optik. Dieser Meinung ist auch die Experten-Jury aus der Designbranche, die die Einreichungen anhand von Kriterien wie Innovation, Funktionalität und Ästhetik in den Bereichen Interior, Gesundheitswesen, Mobilität, Dekoration und Schreibgeräte bewertet.



SCHWAN-Stabilo Promotion Products

Focus Open ist ein internationaler Designpreis, der seit 1991 vom Design Center Baden-Württemberg verliehen wird. Aufgrund seines Non-Profit-Charakters bietet er auch kleinen Unternehmen die Gelegenheit, ihre Produktinnovationen im internationalen Vergleich zu präsentieren. Die Auszeichnung bestätigt das Engagement der STABILO Gruppe, nachhaltige und innovative Produkte zu entwickeln.

Der Füller STABILO Grow und der Rollerball STABILO Grow ball punkten durch Schreibkomfort und sind durch das hochwertige Design und drei Holz-Farbkombinationen ein echter Blickfang. Wie schön Umweltbewusstsein sein kann, zeigen die drei harmonisch aufeinander abgestimmten Farb- und Holzkombinationen. Platz für Werbung findet sich auf dem Holzschäft – Werbepromoter oder einzelne Namen können mittels Lasergravur angebracht werden. Die optionale Einzelstift-Verpackung gewährt durch eine Ausstanzung in Form einer Baum-Silhouette Einblicke ins Innere auf den geprägten Schäft. So kommen Botschaften oder individuelle Einzelnamensgravuren besonders gut zur Geltung.

www.stabilo-promotion.com



Personalisierte Produkte im digitalen Werbedruck

In Sachen Werbedruck ist die HELLMA Gastronomie-Service GmbH schon seit vielen Jahren Experte, was das Drucken individueller Werbepromoter auf zum Beispiel Zucker, Gewürzen oder Fruchtgummis anbelangt. Denn Werbung mit geschmackvollen Inhalten kommt stets gut an. Zuckerportionen, bedruckt mit dem Firmen-Logo oder einer ganz individuellen Botschaft, hinterlassen einen nachhaltigen Eindruck bei Gästen und sind garantiert unverwechselbar. Der digitale Werbedruck auf Produkten des Nürnberger Portionsartikelspezialisten lässt sich ab sofort im eigenen Webshop kundenfreundlich, einfach und schnell umsetzen. Dank integriertem Editor können zu Beginn 22 Produkte wie Zucker und Gewürze, aber auch Non-Food-Produkte wie Erfrischungstücher digital personalisiert und innerhalb weniger Tage ausgeliefert werden. Ein Highlight sind die Personalisierungen von Fruchtgummis in verschiedenen Formen, wie zum Beispiel der Haribo Mini Goldbären und von zwei Sorten (Erdbeere und Marille) der beliebten darbo Minigläser. Die Verpackung der Fruchtgummis kann vollflächig bedruckt werden, während bei den Minigläsern der Werbedruck auf dem Deckel der Gläser erfolgt.

Fritz Haasen, Geschäftsführer bei Hellma ergänzt: „Nach 100 erfolgreichen Jahren Unternehmensgeschichte Hellma freut es mich besonders, dass wir nun auch wirklich im 21. Jahrhundert angekommen sind! Hellma bietet ab sofort eine besondere Auswahl der praktischen und hygienischen Portionsverpackungen zur Personalisierung in einem eigenen Onlineshop an. In wenigen Schritten können somit unsere Kunden ihre eigenen individuellen Markenbotschafter ganz einfach selber gestalten.“

www.shop.hellma.de



TFA Dostmann erhält „Ethical Style 2024“ für nachhaltige Produkte

Unternehmen, die nachhaltig und fair produzierte Konsumgüter anbieten, zeichnete der Messeveranstalter der Ambiente/Frankfurt mit dem Label „Ethical Style“ aus. Dabei konnte TFA Dostmann die Jury mit umweltfreundlichen Produkten überzeugen und erhielt gleich für mehrere Artikel aus dem Sortiment das „Ethical Style Label“.

Eines der eingereichten Produkte ist die neue Design-Wanduhr CLOCK IN THE BOX. Verpackt in einer kleinen Schachtel, entfaltet sie erst nach dem Zusammenstecken ihre wahre Größe. Dieses innovative Design spart nicht nur Platz, sondern auch Ressourcen. Das energiesparende Qualitätsuhrwerk läuft mit einer AA-Batterie bis zu 3 Jahre – eine nachhaltige Lösung für moderne Zeitmessung.

Auch der Batterietester BatteryCheck konnte bei der Bewerbung um das Ethical Style Label Punkte sammeln. Ohne eigene Stromversorgung hilft er dabei, Batterien und Akkus effizient zu nutzen und leistet damit einen Beitrag zum Schutz der Umwelt und zu mehr Nachhaltigkeit.

Für die kuratierte Sonderpräsentation „Ethical Style Spots“ in der Ambiente Galleria (Galleria 0 & Halle 3, Foyer (VIA-Ebene)) wurden vom Veranstalter gleich zwei TFA-Produkte zum Thema „Sustainable Innovation“ ausgewählt:

Das Energiespar-Thermometer, hergestellt aus Buchenholz, zeichnet sich durch seine umweltfreundliche Herstellung direkt in Wertheim aus. Die verwendeten Rohstoffe stammen überwiegend von regionalen Lieferanten. Das Thermometer hält ein Leben lang, verbraucht keine Energie und unterstützt den Kunden mit Temperatur- und Lüftungsempfehlungen beim Energiesparen.

Die digitale Personenwaage ECO STEP setzt ein Zeichen für Energieeffizienz. Ganz ohne Batterie ausgestattet, erzeugt sie durch einen einfachen Knopfdruck genug Energie für den gesamten Wiegevorgang. Eine clevere Lösung, die nicht nur den ökologischen Fußabdruck reduziert, sondern auch den Komfort für den Nutzer steigert.

„Die Auszeichnung auf der Ambiente 2024 ist nicht nur eine Anerkennung für unsere Bemühungen, sondern auch ein Ansporn, den Weg der Nachhaltigkeit weiterzugehen und diesen Aspekt immer mehr bei der Auswahl unserer Produkte zu berücksichtigen“, erklärt Axel Dostmann, Geschäftsführer des mittelständischen Unternehmens. www.tfa-dostmann.de



TFA Dostmann



Unglaublich schnell: Bedruckte Tücher über Nacht

Passend zu unserem Produktthema dieser Ausgabe „Schutz- und Hygieneartikel, Sicherheit“ stellen wir hier das Unternehmen Frischtuch vor, das sich auf die schnelle Produktion individuell bedruckter Erfrischungstücher, Desinfektionstücher, Brillenputztücher und weitere Verpackungsartikel spezialisiert hat.

Im Herzen Europas, wo traditionelle Fertigungsprozesse oft Wochen dauern, setzt die Frischtuch GmbH neue Maßstäbe. Wie der Spezialist mit Sitz in Paderborn bekannt gibt, hat das Unternehmen „als einziger Hersteller in Deutschland und darüber hinaus in ganz Europa, die Fähigkeit erlangt, ab einer Mindestbestellmenge von 250 Stück individuell bedruckte Erfrischungstücher, Desinfektionstücher, Brillenputztücher und weitere Verpackungsartikel in rekordverdächtiger Zeit von nur 12 Stunden zu produzieren und auszuliefern“.

Innovativ, schnell, flexibel

Durch die Einführung der innovativen Expressproduktion ermöglicht Frischtuch seinen Kunden nicht nur eine schnelle Reaktionsfähigkeit auf kurzfristige Bedarfe, sondern bietet auch eine einzigartige Flexibilität in der Produktgestaltung. Kleinunternehmen bis hin zu großen Konzernen profitieren von der Möglichkeit, personalisierte Produkte schnell und effizient in Empfang zu nehmen. „Diese Flexibilität ermöglicht es unseren Kunden, auf Ereignisse und saisonale Schwankungen ohne große Vorlaufzeiten zu reagieren“, erklärt Abbas Köksal, der Geschäftsführer der Frischtuch GmbH.

Nachhaltigkeit im Fokus

Neben der beeindruckenden Geschwindigkeit legt Frischtuch großen Wert auf Nachhaltigkeit. Durch den Einsatz von umweltfreundlichen Materialien wie Papier, Kraftpapier und Monofolien wird nicht nur der ökologische Fußabdruck minimiert, sondern auch die Wiederverwertbarkeit der Produkte sichergestellt. Diese Verpflichtung zur Umweltfreundlichkeit trifft den Nerv der Zeit und spiegelt das wachsende Bewusstsein der Verbraucher für umweltschonende Produkte wider.



Frischtuch GmbH

Blick in die Zukunft

Mit dem Blick nach vorne plant Frischtuch, seine Technologien und Produktionsprozesse kontinuierlich zu verbessern. „Unser Ziel ist es, nicht nur der schnellste, sondern auch der innovativste Anbieter in unserem Markt zu sein. Dabei möchten wir stets nachhaltig agieren und unseren Kunden Produkte anbieten, die sowohl ökologisch als auch qualitativ höchsten Standards entsprechen“, so der Geschäftsführer weiter. Laut Köksal werde „die Positionierung der Frischtuch GmbH als Marktführer in diesem spezialisierten Segment durch ihre Kapazität, schnell und flexibel auf die Bedürfnisse des Marktes zu reagieren, deutlich gestärkt“. Durch die Kombination von Schnelligkeit, Anpassungsfähigkeit und Nachhaltigkeit setze das Unternehmen neue Maßstäbe in der Herstellung bedruckter Tücher und verwandter Produkte in Europa.

info@frischtuch.de • www.frischtuch.de

Nach zähen Verhandlungen und mehreren Anpassungen hat das EU-Parlament am 24. April 2024 dem umstrittenen Lieferkettengesetz zugestimmt. Beschlossen wurde eine abgeschwächte Version des Gesetzes, das nach einer Übergangsfrist von 5 Jahren für Unternehmen ab 1000 Mitarbeitern und 450 Millionen Euro Umsatz gelten wird.

Menschenrechte und Klimaschutz im Visier

EU-Lieferkettengesetz beschlossen

Nachdem der ursprüngliche Kompromiss gescheitert war, wurde die Vorlage nochmals verändert. Die deutsche FDP kritisierte unter anderem die ausufernde Bürokratie sowie die zusätzlichen Belastungen und rechtlichen Risiken für Unternehmen. Deutschland hatte sich im März bei der Abstimmung im Ausschuss der ständigen Vertreter der EU-Mitgliedsstaaten enthalten, obwohl Regierungsvertreter von SPD und Grünen das Vorhaben befürworteten.

Menschenrechte und Klimaschutz

Das EU-Lieferkettengesetz zielt darauf ab, Menschenrechte weltweit zu stärken. Große Unternehmen sollen zur Rechenschaft gezogen werden können, wenn sie von Menschenrechtsverletzungen wie Kinderarbeit oder Zwangsarbeit profitieren. Sie sollen zudem Berichte erstellen, inwiefern ihr Geschäftsmodell mit dem Ziel vereinbar ist, die Erderwärmung auf 1,5 Grad zu begrenzen. Insofern nimmt das Gesetz auch Klimaschutzziele ins Visier.

Großunternehmen betroffen

Das verabschiedete Gesetz gilt für Unternehmen mit mindestens 1000 Beschäftigten und 450 Millionen Euro Umsatz, nach einer Übergangsfrist von 5 Jahren. Nach 3 Jahren sollen die Vorgaben für Firmen mit mehr als 5.000 Beschäftigten und mehr als 1,5 Milliarden Euro Umsatz weltweit gelten, nach vier Jahren sinken diese Grenzen dann auf 4.000 Mitarbeitende und 900 Millionen Umsatz. In der vorigen Fassung sollten Firmen mit mehr als 500 Beschäftigten und mindestens 150 Millionen Euro Umsatz im Jahr betroffen sein.

Unternehmen in der Haftung

Die EU-Regelungen gehen nur in einigen Aspekten über das bereits geltende deutsche Lieferkettengesetz hinaus, das seit Januar 2024 schon für Unternehmen mit 1000 oder mehr Mitarbeitenden gilt, wobei der Umsatz nicht relevant ist. Für Deutschland bedeutet das, dass in naher Zukunft etwa ein Drittel weniger Unternehmen von der EU-Richtlinie betroffen sind als derzeit vom deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz. Allerdings sind im EU-Lieferkettengesetz Unternehmen für die Verletzung ihrer Sorgfaltspflichten haftbar, das deutsche Gesetz sieht die direkte Haftung nicht vor. Unternehmen, in deren Lieferkette Menschenrechtsverletzungen aufgedeckt werden, können also von europäischen Gerichten zur Verantwortung gezogen werden. Um Strafen gegen solche Unternehmen verhängen zu können, sollen die EU-Staaten künftig eine Aufsichtsbehörde benennen. Geldstrafen von bis zu fünf Prozent des weltweiten Nettoumsatzes eines Unternehmens sollen möglich sein.

Die deutsche Industrie kommentiert das Gesetz unterschiedlich. Einerseits wird ihm Praxisferne und Bürokratiezuwachs attestiert, andererseits wird eine EU-Version als Chance gesehen, mögliche Wettbewerbsnachteile durch das deutsche Lieferkettengesetz auszugleichen und die unternehmerischen Pflichten europaweit zu vereinheitlichen.



Auch nach der fünfjährigen Übergangszeit fallen nur große Unternehmen mit mehr als 1000 Mitarbeitern in den Geltungsbereich des europäischen Lieferkettengesetzes.

www.bmu.de
www.eu-info.de
www.tagesschau.de
www.spiegel.de
www.handelsblatt.de
dpa

Um verantwortungsbewusste Entscheidungen treffen zu können, müssen Unternehmer wissen, was im Markt vorgeht. Konjunkturaussichten, Unternehmensstrukturen, Absatzmärkte und Umsatzbringer: Mit dem europaweiten PSI Branchenbarometer hat das PSI 2015 ein eigenes Marktforschungs-Tool eingeführt. Nun ist die aktuelle Ausgabe fertig.

PSI Branchenbarometer neu aufgelegt

Europäische Branche zeigt sich optimistisch

Das PSI Branchenbarometer fragt die aktuelle Lage sowie Trends der Branche ab und liefert so Marktdaten und Brancheninformationen zu Umsatzhöhe und -entwicklung, Maßnahmen zur Zertifizierung, Nachweisen der Nachhaltigkeit, Distributionskanälen, Auftragsvolumen, Produktsegmenten. Die Ergebnisse der aktuellen Marktstudie zeigen: Die europäischen Branchenplayer blicken optimistisch auf das laufende Geschäftsjahr.

Kontinuierliche Umsatzsteigerung erwartet

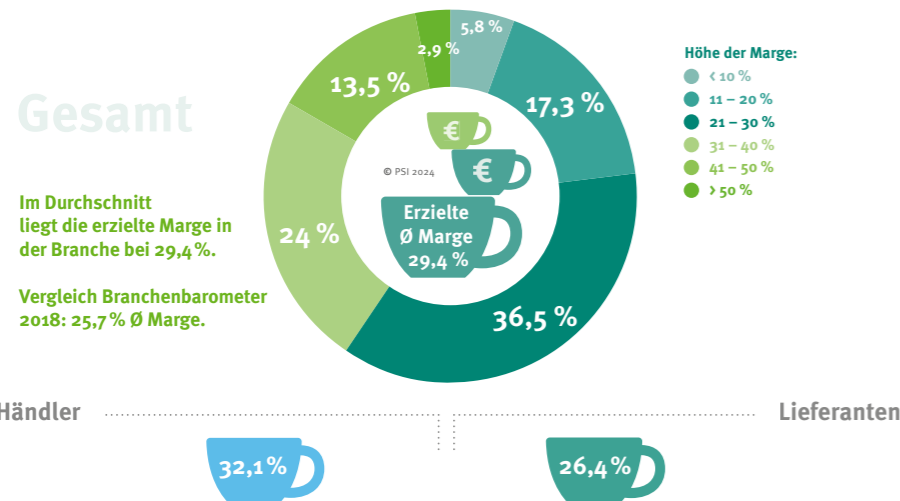
Im Jahr 2022 hat gut die Hälfte der Befragten in Umsatzregionen bis zwei Millionen Euro abgeschlossen. 10,6 Pro-

zent konnten einen Umsatz bis 250.000 Euro verbuchen. Ebenso viele generierten Bruttoeinnahmen bis eine und zwei Millionen Euro. 16,3 Prozent gaben an, sogar bis 49 Millionen Euro Umsatz erzielt zu haben. Betrachtet man 2022 als Referenzjahr, so werden der coronabedingte finanzielle Einschnitt der Jahre 2020 und 2021, jedoch auch die – weiterhin – positive Grundstimmung deutlich. Nach den verlustreichen Jahren 2020 (-18 Prozent) und 2021 (-12 Prozent) konnte für 2023 bereits ein Plus von elf Prozent verzeichnet werden. Tendenz steigend. Für 2024 wird mit einem 15-prozentigen Umsatzanstieg kalkuliert, 2025 soll gar ein Plus um insgesamt 23 Prozent bringen.

Zwei grundsätzliche Haltungen zu Margen

Befragt zum Thema Marge zeigte sich die Hälfte mit der bisher erzielten Handelsspanne zufrieden, während die andere Hälfte ihre Erwartungen als nicht erfüllt ansieht. Konkret lag die Marge im Jahr 2023 bei einem mittleren Wert von 29,4 Prozent. Dabei bezifferten die Händler ihre Spanne auf durchschnittlich 32,1 Prozent, Lieferanten auf 26,4 Prozent. Als Gründe für ihre Unzufriedenheit nannten Händler wie auch Lieferanten zu preisorientierte Kunden, zu hohe Nebenkosten (die vor allem von Lieferanten aufgeführt wurden), zuviel Wettbewerb sowie Schwierigkeiten in den Lieferwegen oder der Logistik.

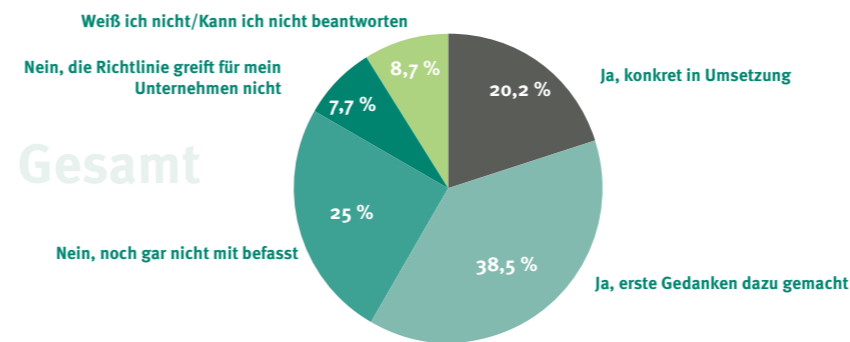
Frage: „Wie hoch beziffern Sie Ihre durchschnittliche Marge 2023?“



Umsatzstärkste Produktgruppen fast identisch

Im Zentrum des Interesses standen für das PSI Branchenbarometer jedoch nicht nur Umsatz und Margen, sondern auch die Werbeartikel, mit denen Unternehmen den meisten Umsatz generierten. Hierbei fiel besonders auf, dass zu den TOP 3 der gesamten Werbeartikelbranche (bei Händlern wie Lieferanten) im Jahr 2023 die nahezu gleichen Produktsegmente in leicht geänderter Reihenfolge gehörten wie bei der zuvor letzten Erhebung 2018. Besonders gewinnbringend für Händler waren dabei die Produktsegmente Bekleidung & Textilien, gefolgt von Lifestyle & Accessoires, dahinter Taschen, Gepäck & Reisen. Lieferanten verbuchten ihre größten Umsätze bei Schul- & Bürobedarf, Taschen, Gepäck & Reisen und Lifestyle & Accessoires sowie Bekleidung & Textilien, Haushalt & Wohnen und Sport, Freizeit & Veranstaltungen.

Frage: „Berücksichtigen Sie bereits den Aspekt Nachhaltigkeitsberichterstattung?“

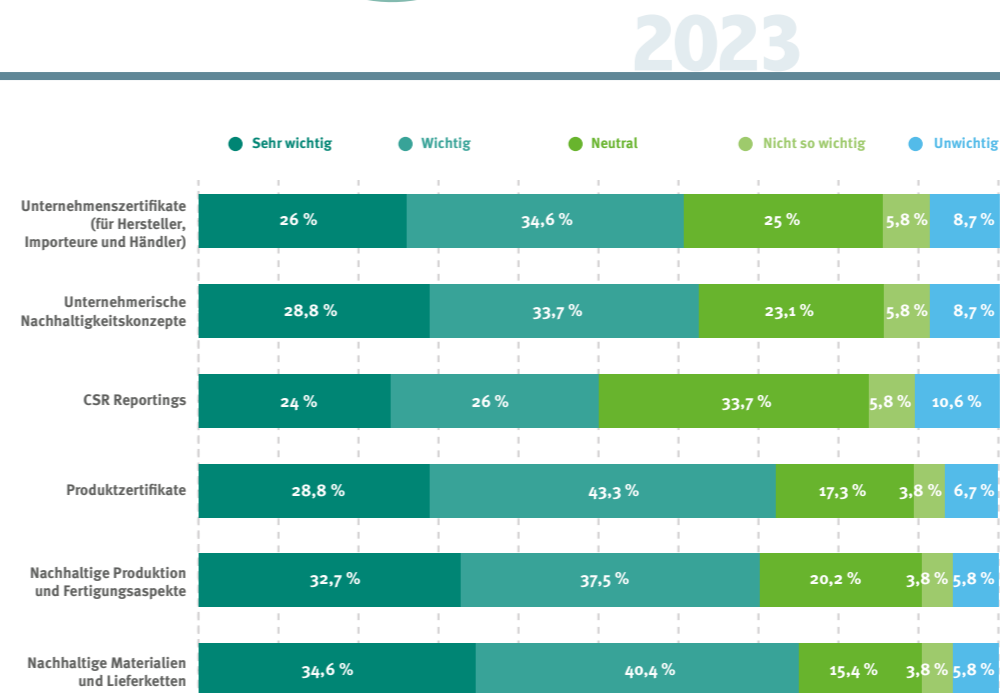


Mit Unternehmensgröße wächst Bedeutung von Zertifikaten und Nachhaltigkeitsnachweisen

Das PSI Branchenbarometer hat deutlich gezeigt, dass Zertifikate für Unternehmen mit 100 oder mehr Mitarbeitern mehrheitlich als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ angesehen werden. Die Bedeutung der Zertifikate scheint generell mit der Unternehmensgröße zuzunehmen. Kleinere Unternehmen mit einem bis vier Beschäftigten schätzen Zertifikate dagegen eher als „nicht so wichtig“ oder gar „unwichtig“ ein. Interessant in diesem Zusammenhang ist auch, inwieweit Zertifikate nicht nur als wichtig empfunden werden, sondern auch wie hoch der Anteil von Werbeartikeln ist, die Nachhaltigkeitsnachweise respektive Zertifizierungen besitzen. Das Ergebnis der Befragung: Im Durchschnitt verfügen 31,4 Prozent der Werbeartikel über Nachhaltigkeitsnachweise oder Zertifizierungen. Bei einer differenzierten Betrachtung zeigt sich, dass Händler im Schnitt zu 28,4 Prozent zertifizierte Werbeartikel anbieten, während bei den Lieferanten dieser Anteil bei 34,7 Prozent liegt. Generell lässt sich sagen, dass die Branche durchaus auf quantifizierbare Nachhaltigkeit setzt.

CSR-Berichtspflicht in Branche angekommen

Ab 2025 tritt die EU Richtlinie zur neuen Nachhaltigkeitsberichterstattung schrittweise in Kraft. Ein Thema, mit dem sich die Branche durchaus beschäftigt. Unabhängig von der Größe der Unternehmen befassen sich im Durchschnitt bereits 58,7 Prozent der Branchenteilnehmer mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Gefragt, ob sie diesen Aspekt bereits in ihrem Unternehmen oder bei strategischen Maßnahmen berücksichtigen, beantworteten 47,2 Prozent der Händler die Frage mit „Ja, konkret in Umsetzung“ beziehungsweise „Ja, erste Gedanken dazu gemacht“. Auf Lieferantenseite waren es sogar 71,5 Prozent.



Alle Ergebnisse des PSI Branchenbarometers

Alle Ergebnisse der aktuellen Umfrage des PSI Branchenbarometers hat das PSI exklusiv für seine Mitglieder in einer mehrseitigen Übersicht zusammengetragen. Diese kann über den Log-in unter „MyPSI“ im Bereich Downloads heruntergeladen oder direkt bei Viola Proietti angefordert werden: viola.proietti@rxglobal.com

Alle Grafiken © PSI



Werbewirksame Artikel der Themen Schutz und Hygiene stehen nicht erst seit der Pandemie im Vordergrund. Wir zeigen hier eine Auswahl der neuesten Branchenideen, nebst Produkten zur (Arbeits-) Sicherheit.



PSI 60675 • marcolor GmbH & Co. KG
Tel +49 6562 931260
kontakt@marcolor.de
www.marcolor.de

Klare Markierung im Ernstfall

Als Evakuierungshilfe für Feuerwehren oder Evakuierungshelfer kommen Türmarkierungen in Form von Türanhängern zum Einsatz. Die Türmarkierungen von marcolor kennzeichnen bereits evakuierte Räume und leisten somit eine wichtige Vorarbeit für die Einsatzkräfte. Die Türanhänger können individuell je nach Einsatzgebiet vollflächig, beidseitig bedruckt werden. Da diese aus recycelbarem Polypropylen bestehen, halten sie auch Wasser stand. Neben mehreren Standardformen liefert das Unternehmen auch individuelle Türanhänger in Sonderform.

Sauber geschützt

Mit der Helmbürste „Bau-Profi“ von Frank Bürsten gehen werbende Unternehmen auf Nummer sicher und verhelfen ihrer Zielgruppe gleichzeitig zu einem sauberen Auftritt. Der farbenfrohe und aufmerksamkeitsstarke Werbeartikel in Form eines original Bau- und Sicherheitshelms sorgt dank Kleiderbürste mit synthetischen Borsten für saubere Kleidung und paart so Zweckmäßigkeit mit einer originellen Optik. Die Helmbürste ist 115 x 85 x 80 mm groß und in den Farben Weiß, Schwarz, Gelb, Orange, Rot und Blau erhältlich. Auf Wunsch lässt sich der Helm oder der Präsentkarton individualisieren.



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



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

Style trifft Funktionalität

Die pulsierende Welt der Gastronomie und Lebensmittelverarbeitung hat einen neuen Trend hervorgebracht: Die Kochmütze, die nicht nur durch ihr stylisches Design, sondern auch durch ihre praktischen Eigenschaften überzeugt. Zwei Modelle des Workwear-Experten Karlowsky Fashion stehen dabei im Rampenlicht: Die Kochmütze Beanie mit atmungsaktivem Netzeinsatz und die größenverstellbare Kochmütze Schiffchen. Beanie ist die Antwort auf die Bedürfnisse moderner Köche und Küchenprofis. Hergestellt aus einer Mischung aus 65% Polyester und 35% Baumwolle verbindet sie Komfort und Langlebigkeit. Der eingearbeitete Netzeinsatz (Mesh) aus Polyester, sorgt für eine optimale Lufttranspiration. Die größenverstellbare Kochmütze Schiffchen setzt ebenfalls auf hochwertiges Köpergewebe, gepaart mit einer durchdachten Funktionalität. Dank des Klettverschlusses am Hinterkopf ist sie für jeden Kopfumfang individuell anpassbar. Beide Kochmützen sind Statements für Stil und Funktionalität. Mit ihrem modernen Design und ihren durchdachten Details setzen sie neue Maßstäbe in der Welt der Kochbekleidung.

Hygiene für den Vierbeiner

Liebevoll kümmert sich Condedi um Hygiene und Ernährung der liebsten Begleiter des Menschen. Beliebt sind unter anderem die Kotbeutelspender Tour und Knochen im formschönen Design. Sie werden inklusive 15 bzw. 20 Kotbeuteln geliefert. Beide Produkte verfügen über Befestigungsklips zum vereinfachten Transport während des Spaziergangs mit dem Hund. Ein Hingucker an jedem Ort ist die Zeckenkarte Bully. Sie ermöglicht das Entfernen von Zecken und unterstützt den Prozess mit einer eingebauten Lupe. Eine großzügige Werbefläche beidseitig macht Bully zum idealen Werbeträger im Kreditkartenformat.



PSI 49729 • Condedi GmbH
Tel +49 2942 2160 • info@condedi.de
www.condedi.de



Sicherer Safe fürs Essen

Diese Lunchbox aus Edelstahl von Dosespezialist mit einem Füllvolumen von 1800 Millilitern ist nicht nur ideal für eine ausgewogene Mahlzeit, sondern auch ein wichtiger Beitrag zum Arbeitsschutz. Dank des robusten Designs und des Dichtungsringes bleibt das Essen frisch und sicher aufbewahrt. Die beiden Verschlussclips sorgen für einen festen und zuverlässigen Verschluss und der Deckel aus Bambus verleiht der Lunchbox eine natürliche Note. Er kann individuell mit einem Logo bedruckt oder graviert werden.



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



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

Reflektor sorgt für Wirkung

Der reflektierende Visikey von Anda Present ist weit mehr, als ein reflektierender Schlüsselanhänger. Diese Werbeidee zeigt vielmehr, dass dem werbenden Unternehmen die Sicherheit der Kunden besonders wichtig ist. Das Polyesterband mit Metallring kann an vielen Dingen wie Taschen, Geldbörsen oder Schlüsseln angebracht werden. Individuell gestalten lässt sich der Visikey mit zahlreichen Druckoptionen wie Transferdruck, Tampondruck und Digitaltransfer und bringt so jedes Logo zur Geltung.

Arbeitsschutz für alle Bereiche

Schon seit vielen Jahren bietet Klam robuste und hochwertig personalisierte Arbeitsschutzbekleidung für jeden Arbeitsbereich an. Ob als Warnschutz, Hitze- und Flammenschutz oder zum Schutz vor Verletzungen: gemeinsam mit Klam finden Unternehmen die beste Lösung für ihre Bedürfnisse. Zur Veredelung der Bekleidung kommen natürlich nur für das Einsatzgebiet optimal geeignete robuste, feuerhemmende oder reflektierende Garne Made in Germany zum Einsatz.

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



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



Eichhörnchen Sigg als Lehrmeister

Ausmalen ist für Kinder eine der besten Möglichkeiten, sich mit Themen aus dem täglichen Leben auseinanderzusetzen. Die Malbuch-Serie „Kinder lernen mit Sigg“ umfasst einige wichtige Bereiche, mit denen Kinder täglich zu tun haben. Es geht unter anderem um den Straßenverkehr, Ernährung, Umwelt, Das Jahr, Erste Hilfe, Energie oder die Feuerwehr. Das Themenmalbuch „Fit für den Straßenverkehr“ beispielsweise hat einen Umfang von 20 Seiten und ist genau das Richtige, um Kindern einige Verkehrsregeln spielerisch näherzubringen und ihnen somit etwas mehr Sicherheit im Straßenverkehr zu vermitteln. Weiteres Beispiel: Das 20-seitige Themenmalbuch „Gesunde Ernährung“, das kleine Künstler dazu einlädt, ihre Fantasie zu entfalten und gleichzeitig etwas über gesunde Ernährung zu lernen. Mit kinderfreundlichen Illustrationen und lehrreichen Texten können die Kleinen eine kreative Reise durch die Welt der Lebensmittel erleben.

Nachhaltige Sicherheitsjacke

Nach dem Erfolg der R231M Printable Soft Shell Jacke von Result Core gibt es nun einen Nachfolger. Die zweilagige Genuine Recycled Sicherheitssoftshelljacke R505X ist wasserabweisend, atmungsaktiv und winddicht und verfügt über 50 Millimeter breite aufgenähte reflektierende Sicherheitsstreifen am Körper und an den Ärmeln. Sie besteht aus recyceltem Polyester und ist nach EN ISO 20471:2013+A1:2016 Klasse 2 zertifiziert. Die Jacke ist in den Farben warnorange-schwarz und warnorange-schwarz in den Größen S bis 4XL erhältlich.

PSI 60392 • Result Clothing Ltd.
Tel +44 1206 790673
kblackstock@resultclothing.com
www.resultclothing.com
www.resultrecycled.com



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



Erste Hilfe im Rucksack

Das Erste Hilfe SoftCase Mini von Medical promotion ist besonders geeignet für Situationen, in denen nur wenig Platz in der Tasche oder im Rucksack zur Verfügung steht. Mit einer kompakten Größe von ca. 61 × 45 mm ist es mit den wichtigsten Erste-Hilfe-Produkten wie einem Kombi-Pflaster-Set und Alkoholtupfern ausgestattet. Ebenso sorgen Netzfächer für eine gute Übersicht. Dank des beiliegenden Karabinerhakens lässt es sich einfach an Tasche oder Rucksack befestigen. Die Sets sind nicht nur funktional, sondern auch stilvoll und trendy gestaltet, was sie zu einem nützlichen Accessoire für den Outdoor-Einsatz und zum Werbeartikel mit hohem Praxisnutzen macht.



reeves.
BY REFLECTS

Immer zur Hand: CONVERTICS-TIE

Kabelmanagement neu definiert -
der stylische Convertics-Kabelbinder
inkl. **60 Watt** Lade- und Datenkabel



Artikelnr. 52650
REEVES-CONVERTICS TIE



Veredelung mit
Lasergravur

Silikon-Kabelbinder mit 60 Watt Lade- und Datenkabel

Dieses **60 Watt** Ladekabel ermöglicht nicht nur blitzschnelles Aufladen, sondern auch zügige Datenübertragung. Der Kabelbinder aus Silikon ist ein praktischer Alltagshelfer. Mit ihm können Sie das **USB-C-Kabel** ordentlich aufwickeln und in Ihrem Rucksack, Reisekoffer oder in der Handtasche verstauen. Die runde Platte aus **recyceltem Aluminium** fungiert als Veredelungsfläche, auf der Ihre Motive wirkungsvoll aufgebracht werden können. Die Werbemöglichkeiten umfassen Lasergravur, Tampondruck und UV-Druck. Erhältlich in 6 Standardfarben - Sonderfarben auf Anfrage.

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

PSI 49758 • Brand.it GmbH
Tel +49 30 555735999 • psi@brand.it
www.brand.it



Schutz und Markenbotschafter

Seit über 15 Jahren ist Brand.it ein zuverlässiger Ansprechpartner, wenn es um Handy- und Tablethüllen mit individuellem Design geht. Das Unternehmen bietet Premium-Schutzhüllen an, die speziell auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt werden. Sie schützen nicht nur Smartphones und Tablets vor Schäden, sondern transportieren durch individuell gestaltbare Designs die Werbeaussage des Kunden zu dessen Zielgruppe. Die Schutzhüllen zeichnen sich durch Langlebigkeit und hochauflösenden Druck aus.



Stilsicher und modern bei der Arbeit

Mit Arbeitskleidung von Russell Europe ist die Kombination von Mode und Stilsicherheit kein Problem. Die Workwear-Kollektion erfüllt mit einer ausgewählten Produktpalette die höchsten Ansprüche in Sachen Widerstandsfähigkeit, Funktionalität und Tragekomfort. Unverzichtbar für harte Arbeit im Team sind die Workwear Sweatshirts von Russell. Kein anderes Kleidungsstück ist wohl so bekannt dafür, Zusammengehörigkeit zu zeigen. Der Klassiker mit Rundhalskragen kombiniert robustes Material mit cleveren Funktions- und Design-Ideen. Praktisches Detail: Oben am Ärmel befindet sich ein elastischer Stifthalter. Es ist in sieben modernen Farben in den Größen XS-4XL erhältlich und bei 60°C in der Maschine waschbar. Die Workwear Kollektion umfasst strapazierfähige T-Shirts, lange und kurze Hosen, Westen und Jacken in modernen Farben, die sich optimal miteinander kombinieren lassen. So können sich

Teams einfach ein komplettes, personalisierbares Workwear-Outfit zusammenstellen, das nicht nur viele clevere Design-Features bietet, sondern im Arbeitsalltag zuverlässig gegen die Elemente schützt. Unverzichtbar ist in dem Zusammenhang die Workwear Weste 014M: Der wattierte Bodywarmer aus 65 % Polyester und 35 % robustem Baumwollcanvas schützt nicht nur vor Kälte, sondern bietet dank vielseitiger Taschen reichlich Platz für große und kleine Dinge. Ein cleveres Detail ist die Innentasche für Dokumente im DIN A4-Format.

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



PSI 43999 • ADOMA GmbH
Tel +49 7522 971647 • info@adoma.de
www.adoma.de • www.zahnhygiene.de

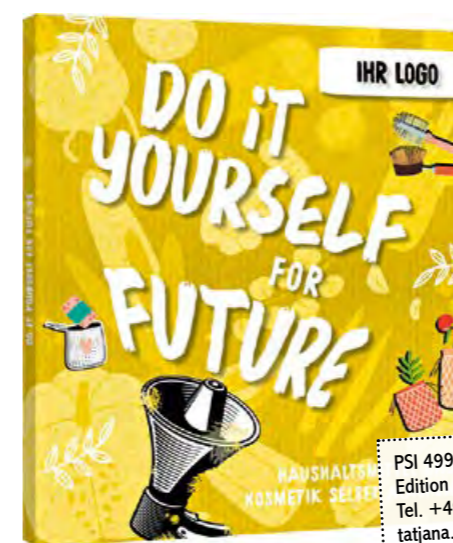


Gelebter Mehrweg-Weg

Rezyklat ist gefragter denn je, deshalb ist man beim Unternehmen Adoma besonders stolz, den VfZ (Verein für Zahnhygiene) Zahnputz-Becher zu 100 Prozent aus dem hauseigenen PP-Rezyklat zu fertigen. Nicht nur, dass damit der Kreislauf cup-to-cup erreicht ist, spart dies zudem erheblich beim CO2-Fußabdruck ein. Das ist Mehrweg gelebt, und das seit Ende der 1980er-Jahre – Made im Allgäu!

Ohne Chemie werben

Umweltschonende Putzmittel und Kosmetik lassen sich ganz einfach und ohne Chemie selbst herstellen, verspricht dieser Ratgeber. Ob Spülmittel, Zahnpasta oder Fleckenentferner: in dem Buch „Do it yourself“ der Edition Michael Fischer (EMF) finden sich viele nachhaltige Rezepte und Projekte für einen umweltbewussten und hygienischen Alltag. Das Buch lenkt gezielt die Aufmerksamkeit der Kundschaft auf die Marke des werbenden Unternehmens. Dazu gestaltet das Team von EMF auf Wunsch ein individuelles Produkt mit Logo auf dem Cover oder Produkten und Dienstleistungen auf den Innenseiten.



PSI 49982
Edition Michael Fischer GmbH - EMF Verlag
Tel. +49 89 21231744
tatjana.bleiler@emf-verlag.de
www.emf-verlag.de

Hauptquartier für Reisedokumente

Das Dokumentenetui Reflective Traveller von Troika ist nicht nur ein organisatorisches Hauptquartier für Reisedokumente, sondern auch ein leuchtender Begleiter. Mit reflektierendem Material sorgt es für Sicherheit und mit seinen zwölf Innenfächern für Reisedokumente, einer Stiftschleife und einem umlaufenden Reißverschluss bietet das Etui alles, was man von einem smarten Reisebegleiter erwartet. Wasserfeste Reißverschlüsse und eine Fronttasche, passend für Smartphone oder Reisepass, runden das Bild ab.

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





PSI 60675 • marcolor GmbH & Co. KG
 Tel +49 6562 931260
 kontakt@marcolor.de
 www.marcolor.de

Alles sauber mit Siegel

Diese individuell gedruckten Hygienesiegel von marcolor werden unter anderem zur Kennzeichnung von bereits gereinigten Oberflächen oder Gegenständen genutzt. Sie kommen bei Toiletten oder sensiblen Oberflächen zum Einsatz und bestehen aus einer ablösbaren Folie. Sie können sowohl in einer Standard- als auch in Sonderformen gefertigt werden. Die eigentliche Bedruckung mittels UV-Offsetdruck oder UV-Digitaldruck ist dabei komplett personalisierbar und erfolgt nach Kundenwunsch.



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

Zuverlässiger Lebensretter

Kohlenmonoxid kann gesundheitsschädlich und sogar lebensgefährdend sein. Das unsichtbare, giftige Gas entsteht, wenn Gas, Öl, Holz oder Kohle z.B. in einem Ofen verbrannt werden. Der Kohlenmonoxidmelder CO50 von Indexa warnt bei erhöhter CO-Konzentration in der Raumluft mit einem lauten Alarm und einer LED. Dank seiner kompakten Abmessungen ist er ideal für die Mitnahme auf Reisen. Der hochwertige Sensor und die mitgelieferte austauschbare Lithiumbatterie überzeugen mit bis zu 10 Jahren Lebensdauer. Das Gehäuse kann mit einem individuellen Aufdruck versehen werden. Alternativ sind Rauch-, Gas- und Wassermelder erhältlich.



Ganz sicher im Blick behalten

Reflektierende Materialien haben eine hohe Signalwirkung und sind auch in der Arbeitswelt in vielen Bereichen unverzichtbar. reflAktive bietet eine breite Palette standardisierter Artikel, sowie die Möglichkeit individuell auf Kundenbedürfnisse angefertigter Sonderformen. Viele dieser Produkte sind nach EN zertifiziert und Made in Germany. Einsatzbeispiele sind unter anderem die Signalisierung von Ventilen (offen, geschlossen), Absperrventile auf Baustellen sichtbar und somit vor dem Überrollen zu schützen oder die Markierung wichtiger Bauteile an Maschinen. Es gibt viele Möglichkeiten, mit Hilfe von reflektierenden Produkten die Arbeitsplatzsicherheit zu erhöhen.

PSI 46970 • reflAktive – Eine Marke der safeReflex GmbH
 Tel. +49 4971 923312 • info@reflaktive.de
 www.reflaktive.de



Überall hell erleuchtet

Egal, wo und wie es dunkel wird: Die Eco Knicklicht-Taschenlampe von Troika sorgt für das passende Licht. Die Frontlampe gibt weißes LED-Licht mit 150 Lumen, entweder mit 50 oder mit 100 Prozent Leistung ab. Der Leuchtkopf ist zum optimalen Ausleuchten bis zu 90° abknickbar. Die seitlichen COB-LEDs schaffen 120 Lumen in Weiß als Arbeitslicht oder Rot als Warnleuchte – Schnellblinkfunktion inklusive. Die Lampe wird umweltschonend über den integrierten USB-Stecker aufgeladen. Mit Magnethalterung, Gürtelclip und elastischem Stirnband ist das Licht immer dort, wo es gebraucht wird.



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

– Anzeige –

WERBEARTIKELN FÜR IHRE BEAUTY- UND WELLNESS-MARKE

MEDIZINISCHER HAUTEXPERTE

pinsundmehr.de

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



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

Kombi für das Safetycar

Mit der Metmaxx® LED MegaBeam Sicherheitslampe „COBSecurity“ schwarz stellt Spranz eine Super Kombi fürs Auto vor. Das starke Flutlicht-Worklight mit vielen Sicherheitsfeatures ist kombiniert mit einem Nothammer, einem Gurtcutter und einem Magnethalter. Betrieben wird die Leuchte mit Knopfzellen. Sie kommt im Designkarton zum Empfänger.



PSI 60742 • team-d Import Export
Warenvertriebs-GmbH
Tel +49 7181 989600 • info@team-d.de
www.team-d.de

Kissen mit Gedächtnis

Damit die Reise noch angenehmer wird, stellt team-d Import-Export ein Nacken- und Kopfkissen mit „Gedächtnis“ vor. Es besteht aus dem Komfortmaterial Formgedächtnispolymer und passt sich der Nacken- und Kopfform perfekt an. Der abnehmbare Bezug aus supersoft Velboa Plüsch ist waschbar und erhältlich in Weiß, Blau, Grau und Schwarz. Als Werbeanbringung ist ein Doming am Reißverschluss oder für besonders exklusive Aktionen eine Stickerei möglich. Eine weitere Möglichkeit ist die Bedruckung des Zuziehbeutels, der das Kissen vor Verschmutzung bewahrt und die Möglichkeit zur Befestigung am Handgepäck bietet. Kompakter und rechteckig geformt ist das Reisekissen Relax.



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

Schirme trotzen Sturm und Regen

Gerade bei stärkeren Windböen zeigt ein FARE®-Schirm, was er kann: flexibel reagieren und sich einfach wieder in Form bringen lassen ohne beschädigte oder gebrochene Schienen. Das Windproof-System sorgt für ein maximal flexibles Gestell und macht diese Schirme zu einem nachhaltigen Werbemittel, das lange in Gebrauch ist. Auch bei den preislich attraktiven Modellen der Basic-Familie wurde nicht am Windproof-System gespart. In diesem Jahr wurde die Familie um den AC-Gästeschirm und den AOC Jumbo® Taschenschirm erweitert. Damit steht den Kunden mit der Basic-Familie von FARE eine große Auswahl an Farben, Größen und Ausstattungsmerkmalen zur Verfügung.



Nützlicher Helfer für unterwegs

Die Pflasterbox 7341 von HEPLA ist ein hilfreicher Werbeartikel mit großem Nutzen für Kunden auf Reisen, bei Outdoor-Aktivitäten oder zu Hause. Die handliche Box verfügt über einen praktischen Klappdeckel, ist mit sechs einzeln versiegelten Qualitäts-Pflasterstreifen bestückt und findet in jeder Tasche Platz. Als Standardfarben sind lieferbar: Oberteil weiß, Unterteil weiß, rot, grün, blau oder gelb. Sonderfarben sind auf Anfrage möglich. Die Pflasterbox ist „Made in Germany by HEPLA“ und somit auch in größeren Stückzahlen kurzfristig lieferbar. Auf Wunsch kann sie in der hauseigenen Druckerei im Sieb- oder wirkungsvollem Digitaldruck veredelt werden.



PSI 41583
HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG.
Tel +49 5681 9966 • info@hepla.de
www.hepla.de

Sonnenschutz spielerisch lernen

Das edukative Malbuch „Sonnenschutz“ von Squirrel Graphics erklärt den Jüngeren Nutzern, warum Sonnenschutz sinnvoll ist und wie er funktioniert. Auf zwölf kindgerecht gestalteten DIN A5 Innenseiten erfahren Kinder, was „LSF“ bedeutet und warum es nicht reicht, sich im Schatten aufzuhalten. Individualisiert wird das Malbuch mit vollflächigem 4C Druck auf den Umschlag-Innenseiten, 4C Logo-Druck auf dem Titel sowie Anpassung der Umschlagfarbe auf Wunsch. Die klimaneutrale Produktion in Deutschland sorgt für kurze Lieferzeiten.



PSI 60778 • Squirrel Graphics GmbH
Tel +49 2506 7097900
info@squirrel-graphics.com
www.werbemalbuch-shop.de



Für prickelnde Schreiberlebnisse

Ein auffälliger Kugelschreiber namens Tailor Drops von Klio-Eterna überzeugt durch sein haptisches Design. **Fühlbare, glänzende Tropfen** auf dem ansonsten matten Schaft und ein glatter, bedruckbarer Klipp sorgen für ein prickelndes Schreiberlebnis. Die standardmäßig integrierte Silktech L-Mine überzeugt mit nachhaltigen 3000 Metern Schreiblänge und einem angenehmen Schreibgefühl. Zudem ist sie dokumentecht und wird, wie alle anderen Bauteile des Kugelschreibers auch, am Firmenstandort in Wolfach im Schwarzwald hergestellt. Der Stift ist in acht Standardfarben erhältlich, ergänzend steht das Mix it, match it Prinzip zur Verfügung. So entstehen individuelle Kugelschreiber.

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

Wichtiges markieren ohne Kunststoff

Wer beim Markieren von Texten auf Kunststofftextmarker verzichten möchte, ist bei den STAEDTLER **Textsurfer dry Trockentextmarkern** richtig aufgehoben. Die leuchtende wachshaltige Farbmine ist insbesondere immer dann geeignet, dünnes Papier oder Tintenstrahl-Ausdrucke markiert werden. Die Markierung drückt sich nicht auf die darunterliegenden Seiten durch. Das Holz der Textsurfer dry ist zu 100 Prozent FSC zertifiziert. Er ist in den Neonfarben Gelb, Pink, Orange, Blau und Grün erhältlich. Der Textsurfer dry wird in Deutschland hergestellt und ist mit Tampondruck und Prägung veredelbar.

PSI 41108 • STAEDTLER SE
Tel +49 911 93650 • promotional.products@staedtler.com
www.staedtler-promotional.de



Handyhalter mit Mehrwert

Smartphones sind immer griffbereit und bieten heute mehr, als nur Kommunikation. Damit man es nicht ständig in die Hand nehmen muss, hat Karl Knauer nun eines der wichtigsten Büro-Utensilien, das praktische Haftnotizset, um einen integrierten Handyhalter aus Karton erweitert. Der clevere Halter ist so konzipiert, dass **nahezu alle Smartphone Modelle** und -Größen darin Platz finden. Das Set ist aus umweltfreundlichem Material gefertigt und kann nach Kundenwunsch bedruckt werden. Bewusst hat man sich für ein schmaleres Notizzettel-Format entschieden, das sich als Gedankenstütze auf die Smartphone-Rückseite kleben lässt.

PSI 41794 • Karl Knauer KG
Tel +49 7835 7820 • werbemittel@karlknauer.de
www.karlknauer.de



Zahnpflege mit nachwachsendem Rohstoff

Mit Hepla entdecken Kunden eine nachhaltige Alternative für die tägliche Mundpflege. Die Bambus Zahnbürste bietet mit ihren naturfarbenen Borsten mit mittlerem Härtegrad nicht nur eine effektive Reinigung, sondern auch **einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz**. Durch den ergonomisch geformten Griff liegt die Zahnbürste zudem gut in der Hand. Auf Wunsch kann sie in der Kartonverpackung mit einer großen Druckfläche mittels Lasergravur veredelt werden.

PSI 41583 • HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG.
Tel +49 5681 9966 • info@hepla.de
www.hepla.de

Überall blüht der Guerilla Garten

Das „Guerilla Gardening“ bezeichnet das heimliche Bepflanzen von meist öffentlichen Flächen im urbanen Raum. Soweit die Theorie. Die emotion factory hat das in eine schöne Auswahl an Werbeartikeln gepackt. Richtig lebendig wird es mit den Flower-Balls, die **Blütenzauber in die Gärten und Parks** einziehen lassen. Egal ob als bunter Hingucker für Mensch oder Insekt, diese kleinen Kugeln, bestehend aus einer harmonischen Mischung von Wildblumensamen, Erde und Tonpulver, verwandeln freie Flächen im Handumdrehen in eine vielfältige Oase. Einfach werfen, warten und sich im neuen, blühenden Umfeld wohlfühlen! Als etwas größere Variante kann man mit den Midi-Flower-Balls etwas Gutes tun. Geliefert wird dieses außergewöhnliche Sixpack in einem nachhaltigen Eierkarton aus recyceltem Material. Mit einem farbenfrohen Aufkleber kann eine nette Werbebotschaft perfekt platziert werden.

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





Platzsparende Projektion

Drei verschiedene Positionen für eine platzsparende Wand- oder Deckenprojektion bietet der Projector Circle – Wifi von Premium Square. Mit einer Auflösung von 1280 × 720 Bildpunkten lässt sich dieser Projektor sowohl zum Fernsehen, als auch für die Nutzung bei der Arbeit, bei Spielen oder für soziale Medien verwenden. Die **drei verschiedenen und leicht veränderbaren Positionen** lassen eine vielfältige Nutzung zu. Als Verbindungsmethoden stehen WiFi oder Bluetooth zur Verfügung, der minimale Abstand zur Projektionsfläche beträgt einen Meter und verringert so den Platzbedarf erheblich.

PSI 60086 • Premium Square Europe B.V.
Tel +31 793302100 • info@premium-square.com
www.premium-square.com

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 Minen, 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



Haftende Werbung auf Haftnotizen

Das Haftnotiz-Kombi-Set Monaco von Geiger Notes bietet viel Freiraum und Platz für kreative Werbung. Es besteht aus sechs Haftnotiz-Blocks in zwei unterschiedlichen Formaten. Diese lassen sich jeweils individuell **mit einem vierfarbigen Werbeeindruck** gestalten. Die zwei großen und vier kleinen Haftnotizblocks umfassen je 50 Blatt weißes Haftpapier. Damit bleibt das Premium-Kombi-Set Monaco garantiert lange im Einsatz. Der Umschlag Bookcover kann einseitig mit einer zum individuellen Design der Haftnotizen passenden Werbung bedruckt werden.

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



Aluminium und doch nachhaltig

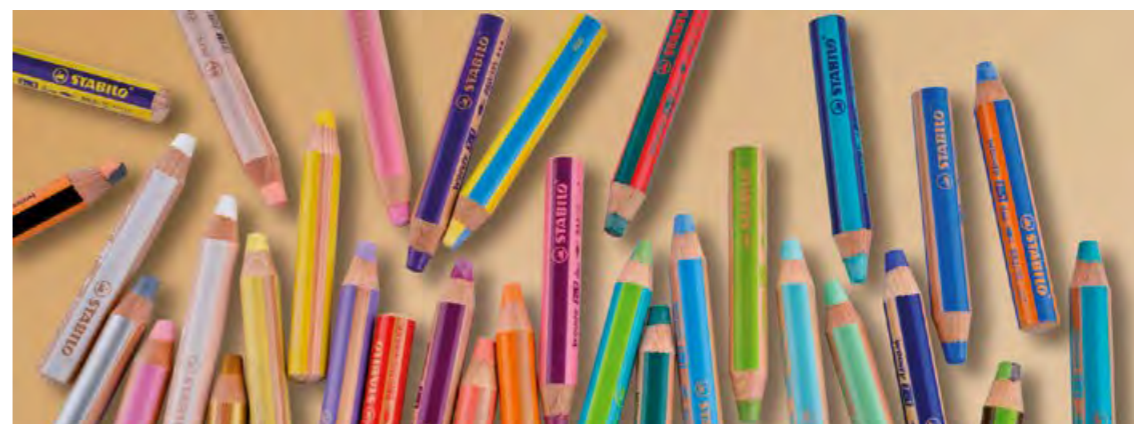
Trendig, farbig und auch nachhaltig. So präsentiert Penko seinen Kugelschreiber NEVIS Eco aus recyceltem Aluminium. Neben dem Umweltaspekt hat der Kugelschreiber auch optisch einiges zu bieten: **Minimalistisches Design** in dezentem Hellgrau und mit farbiger Unterlegung – so kann dieses Schreibgerät mit einer effektvollen Gravur versehen werden. Drücker und Gravur Ton-in-Ton: So harmonisch und edel kann Werbung sein. Angeboten wird der Kugelschreiber mit einer Großraum-Mine und in sechs ausgewählten Farbkombinationen.

PSI 46550 • Penko GmbH
Tel +49 6127 991290 • info@penko.net
www.penko.net

Nachhaltigkeit durch Nachwachsen

Nachhaltigkeit hat bei STABILO seit jeher einen hohen Stellenwert und ist in allen Prozessen verankert. Blei- und Farbstifte des Unternehmens überzeugen als nachhaltiges Werbemittel durch den Einsatz des nachwachsenden Rohstoffes Holz. 100 Prozent der selbst hergestellten Stifte werden **aus zertifiziertem Holz** produziert. Die Stifte bieten zahlreiche Möglichkeiten der Individualisierung. Am Anfang steht die Auswahl des Wunsch-Bleistiftmodells – nach Form, Größe und Finish. Im Anschluss kann die Farbe ausgewählt werden. Mit langjähriger Tauchexpertise kreiert STABILO auch ganz individuelle Farbkombinationen. Das einzigartige Design kann nun mit Radiergummi oder Metallkappe abgerundet werden. Der Werbeaufdruck macht den Holzstift endgültig individuell.

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



PSI Product Finder | Updates für mehr Komfort

Bereits seit 17 Jahren ist der PSI Product Finder fester Bestandteil im täglichen Business der Lieferanten- und meisten Händlermitglieder im PSI Netzwerk. Mittlerweile ist er in der vierten Version (2018) und führt 139.000 Werbeartikel in 429.000 Varianten. In Sekundenschnelle vergleicht dieses gewinnbringende Tool einen eingegebenen Suchbegriff mit den 568.000 Einträgen in der Datenbank und zeigt die entsprechenden Suchergebnisse an. Nun wartet der PSI Product Finder mit drei Neuerungen auf, die es Lieferantenmitgliedern leichter macht, ihre Produktdaten im Backend zu pflegen.

NEU ► Sprachwechsel

Eine der wichtigsten Neuerungen ist die Möglichkeit, im Backend zwischen Deutsch und Englisch als Anzeigesprache zu wechseln. Englisch als Anzeigesprache bestand zwar auch vorher, allerdings gab es mit dem Wechsel des Systems zur Mitgliederverwaltung Herausforderungen mit der automatischen Spracherkennung. Dies wurde durch die Möglichkeit des Sprachwechsels korrigiert. Jedes Lieferantenmitglied kann nun selbst wählen, in welcher Sprache das Backend bedient werden soll.

Geblichen ist, dass zunächst die englische Version des PSI Product Finders bedient wird. Das bedeutet, dass im ersten Schritt alle Angaben zu den Produkteinträgen für die englische Product Finder-Seite getätigt werden müssen. Das ist zwingend erforderlich, da sonst grundsätzlich kein Eintrag möglich ist. Erst wenn die englische Version fertiggestellt und gespeichert ist, können die Einträge für die deutsche Version erfolgen. Nochmals: Ganz wichtig – alle Lieferanten, egal ob ihre Anzeigesprache Deutsch oder Englisch ist, müssen nach dieser Reihenfolge

verfahren, damit alle Händler aus dem PSI Netzwerk alle Produkteinträge identisch auf der deutschen und der englischen Seite des PSI Product Finders finden.

NEU ► Produktvorschau

Eine weitere Neuerung ist die Produktvorschau. Produkteinträge können ab sofort nach der Eingabe über das Onlineformular oder dem erfolgreichen Datenimport vorab angesehen werden. Unverändert bleibt, dass die Einträge erst am darauffolgenden Tag live im PSI Product Finder zu finden sind.



NEU ► Besonders gekennzeichnete Felder

Einzelne Felder sind nun mit einem Globussymbol gekennzeichnet. Das verdeutlicht, welche Felder nur in der Version für den englischsprachigen Product Finder gepflegt werden können. Umgekehrt bedeutet dies, dass diese Felder für den deutschsprachigen Product Finder nicht noch einmal eingegeben werden müssen. Sie werden automatisch ins Englische übertragen.



Übrigens:

Wer Fragen rund um die Neuerungen oder die Produktdatenpflege im Allgemeinen hat, kann mit Martina Lipp, Managerin PSI E-Business, persönliche Online-Termine vereinbaren. „Wir möchten unsere Mitglieder genau dort

abholen, wo sie stehen“, erläutert Martina Lipp das Serviceangebot von PSI. Lieferanten, die noch keine Daten in den PSI Product Finder übertragen haben, erhalten eine entsprechende Einführung in das System. „Dabei kann man gut auf die individuellen Bedürfnisse und Fragen der Kunden eingehen, etwa wie das Online-Formular ausgefüllt werden sollte oder wie der Datenimport per Tabelle funktioniert“, nennt Martina Lipp die zwei wichtigsten Möglichkeiten für PSI Product Finder-Einsteiger. Wer Unterstützung bei der Daten-Aktualisierung benötigt, bekommt diese selbstverständlich auch. Auch Lieferanten, die ihre Datenqualität optimieren und damit das Verkaufspotenzial ihrer Produkte und nicht zuletzt den Nutzen für Händler steigern möchten, können mit Martina Lipp gerne einen Termin vereinbaren. Eine E-Mail an importe-productfinder@reedexpo.de oder ein Anruf unter: +49 211 90191-721 genügt.

INSERENTENVERZEICHNIS | LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent Advertiser	Seite Page	PSI No.	Inserent Advertiser	Seite Page
43420	EuroSCHIRM by EBERHARD GÖBEL GmbH + Co. KG	019	42332	Pagani Pens SA - prodir®	001
42819	Gustav Daiber GmbH	U2/IFC	46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG PSI - RX Deutschland GmbH	045 U3/IBC, 007, 053, 055
41016	Heri-Rigoni GmbH emotion factory	015	42487	REFLECTS GMBH	041
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	U4/OBC	45767	Tacx B.V. a Tacx International Company	019
47464	Karlowsky Fashion GmbH	005			
43410	Mister Bags GmbH	002+003			

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:

Große Bühne für kleine Helfer

Erliebbar, sichtbar, fühlbar – Werbeartikel sind wirkungsstarke Werkzeuge für Marken. Auf Messen, Firmenveranstaltungen oder bei der täglichen Nutzung werden sie gesehen schaffen ständige Erinnerung. Brandaktuelle und besonders sichtbare Beispiele dieses Jahr sind die zahlreichen großen Sportveranstaltungen und Messen, die die Werbeartikel ins Rampenlicht holen.

Auf der FIBO, der führenden europäischen Messe für Fitness und Gesundheit, die kürzlich unter der Regie von RX Deutschland über die Bühne ging, haben wir bereits gesehen, welche aufmerksamkeitsstarke Wirkung Werbeartikel in einem sportlichen Umfeld entfalten können. Mit den Olympischen Spielen und der Fußball EM stehen uns weitere spektakuläre Großereignisse auf der Weltbühne bevor. Jedes dieser Events bietet eine einmalige Gelegenheit für Marken, direkt mit Millionen von Konsumenten in Kontakt zu treten. Top Leistungen, Top Marken, Top Werbeartikel – ein ideales und wirkungsstarkes Zusammenspiel. Aber wo findet man genau solche Werbeartikel? Richtige Frage, klare Antwort: Auf der PSI Messe!

Als führende Veranstaltung der Werbeartikelwirtschaft bietet die PSI Herstellern, Lieferanten und Händlern die perfekte Plattform, ihre neuesten Produkte und Lösungen vorzustellen. Sie ermöglicht Marken und Unternehmen, sich rechtzeitig und optimal auf große Events vorzubereiten. Events, die es auch in 2025 tausendfach rund um die Welt geben wird. In jedem Jahr werden auf der PSI die Trends gesetzt, die dann bei allen bedeutenden Sportereignissen, bei Kultur-Events und auch bei politischen Veranstaltungen ihre Wirkung zeigen werden. Und nach jeder PSI wartet der Product Finder mit 130.000 Produkten in 250.000 Varianten auf Ihren Besuch.

Es wird schön sein, in diesem Jahr das volle Potenzial und die Wirkmacht von Werbeartikeln zu erleben. Das Jahr 2024 verspricht, ein Paradebeispiel dafür zu sein, wie effektiv und einflussreich diese kleinen Helfer in der Welt des großen Sports sein können. Wir sollten auch jede Gelegenheit nutzen, in persönlichen Gesprächen Politiker auf allen Ebenen dafür zu sensibilisieren. Viel hilft auch oft viel.

Ihre



Petra Lassahn
Director PSI



Messegelände Düsseldorf

7-9

JAN

25

Das Who und
How der Branche.
Mein PSI. Live.

SAVE
THE
DATE

Das Treffen
der Branche.

Save the
date.

Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft

PSI

Built by

RX

In the business of
building businesses



Im Geist der Feiertage

Unsere Themenbereiche der Juliausgabe „Weihnachten, Präsentsets und Sonderanfertigungen“ bieten ein ideales Terrain für den Einsatz von Werbearbeitern und eine einzigartige Gelegenheit, emotionale Verbindungen zu schaffen. Sie dienen nicht nur als bloße Werbegaben, sondern auch als Erinnerungen an die Zusammenarbeit und Wertschätzung. Indem Unternehmen ihre Logos und Botschaften geschickt in diese Artikel integrieren, bleiben sie im Gedächtnis der Empfänger präsent. Durch die gezielte Auswahl hochwertiger Produkte, die den Geist der Feiertage verkörpern, können Unternehmen ihre Wertschätzung gegenüber Kunden und Mitarbeitern zeigen. Präsentsets ermöglichen eine personalisierte Ansprache und verstärken die Bindung. Sonderanfertigungen bieten die Möglichkeit, maßgeschneiderte Lösungen anzubieten, die das Markenimage stärken. Im zweiten Themenkomplex zeigen wir werbestarke „Spielzeug- und Plüschprodukte“.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Doppelausgabe August/September 2024 des PSI Journals, die sich den Themenkreisen „Ökologische und nachhaltige Produkte, Veganes“ sowie „Schokolade und Süßes“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 24. Juni 2024 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

Female Empowerment in der Branche



PSI bietet Frauen in der Werbearbeitelwirtschaft ein Forum, um sich noch stärker zu vernetzen. Nach Silke Eckstein, Geschäftsführerin SND PorzellanManufaktur, Sarina Förster, Leiterin Marketing und Kommunikation bei elasto, Marion Quast, Head of Corporate Business bei Victorinox, stellen wir nun Heather Smartt, Global Head of Merchandising bei Goldstar, vor.

Aus dem Meer in die Produktion



Dass das Thema Nachhaltigkeit vor dem Hintergrund des menschengemachten Klimawandels immer größere Bedeutung im Werbemittelsektor einnimmt, haben die vergangenen Jahre gezeigt. Ein Akteur in diesem Bereich ist MBRC the ocean, die mit ihrem Community-Ansatz zur Bekämpfung der Ozeanverschmutzung für Aufsehen gesorgt hat. Wir beleuchten die Aktivitäten des Unternehmens in der Juliausgabe.

Impressum



Verlegt exklusiv für die Werbearbeitel-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 Belgium 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 (verantw.), 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

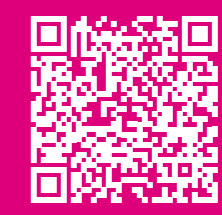
Druck: MEO MEDIA – MEINDERS & ELSTERMANN GmbH & Co. KG, D-49191 Belm

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



SCAN ME FOR DOWNLOAD

PSI
MEDIA GUIDE
2024



X-MAS Neuheit!

Schoko-Fruchtgummi-Bären

Zartes **Fruchtgummi**
trifft auf knackige **Schokolade**



BÄREN
COMPANY

Die Fruchtgummi-Marke der ...

kalfany

**Süße
Werbung**

www.suesse-werbung.de