

PSI JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeatikel

Juli 2024

63. Jahrgang

Product Guide

Weihnachten, Präsentsets,
Sonderanfertigungen
Spielzeug und Plüschprodukte

Trends & Brands

Nachhaltigkeit als grüner
Faden

PSI 2025

Aussteller vertrauen der
Nummer eins

GWW

Jahreshauptversammlung mit
aktuellen Projekten



**Klimaneutralität
Strategie
mit Tücken**

daiber

MAX
GENIESST*

* seine neu gewonnene Freizeit in den zeitlosen Designs von Daiber. Angenehm, modisch und immer gut gekleidet. So ist jedes seiner Kleidungsstücke ein zuverlässiger Begleiter in allen Lebensphasen.

Daiber und Du. Ein Leben lang.

Erfahre hier,
wie es mit Max
weitergeht:



www.psi-network.de



Editorial

Temu und Konsorten

Temu, Shine, AliExpress und Wish sind die großen Player in den Direkt-ab-Werk-Lieferkettenmodellen aus China. Jeder vierte Europäer soll schon bei ihnen bestellt haben. Eine Outdoor-Jacke für 11 Euro, ein In-Ear-Headset für 0,94 Euro, ein Taschenklappmesser für 1,34 Euro oder ein Schnellladegerät für 1,46 Euro. Temu hat mit 16 Milliarden Jahresumsatz fast alle hinter sich gelassen. Thinktanks aus den USA behaupten, dass Temu bei jeder Bestellung 30 Dollar obendrauf zahlt. Nur denkbar, wenn man mit aller Macht und 20 Milliarden Dollar in der Hinterhand Marktmacht aufbauen will.

Zwei Milliarden Zollfrei-Pakete kommen jährlich in die EU. Rund 80 Prozent davon aus Asien, meist aus China. Und an der Stelle mache ich gerne anschaulich, wie groß der Unterschied zwischen einer Million und einer Milliarde ist – auch, weil ich mir das selbst oft vor Augen führen muss: Eine Million Sekunden sind 11 Tage, eine Milliarde Sekunden sind 31,7 Jahre. Oder die Tatsache, dass man fast den Mond erreichen könnte, wenn man eine Milliarde Blätter Papier übereinanderlegen würde. Vor dem Hintergrund kann man sich vielleicht besser vergegenwärtigen, wie hoch der Berg von Paketen ist, wenn er zwei Milliarden Pakete hoch ist. Und alles, was unter 150 Euro wert ist, oder so deklariert wird, segelt unter „zollfrei“ in die Märkte. Denn eine Kontrolle ist bei dieser Anzahl nahezu unmöglich. Die EU will die Wertgrenze erst ab 2028 abschaffen – viel zu spät, sagen auch renommierte Lieferanten der Werbeartikelwirtschaft.

Aber das wirklich Schlimme an der Sache ist, dass in unserer Branche auch schon mit Temu-Billig-Produkten gehandelt werden soll. Gerüchte, üble Nachrede, gehässiger Wettbewerb? Harte Fakten gibt es wieder mal nicht. Aber, wo Rauch ist, da ist oft auch Feuer. Über die Risiken der Bestellungen bei „Shoppens mit Milliarden“ sollte man sich dringend informieren. Wichtig: Wer seine Kunden mit Temu oder anderen Produkten dieser Billigheimer bedient, wird selbst zum Importeur. Auf ihn geht das Risiko des Produzenten über. Und bei elektronischen Artikeln, und seien sie noch so klein, ist schon oft großer Schaden entstanden.

Aber lassen wir mal Temu und Konsorten außen vor. Zunehmend wird sich in der Branche auch beklagt, dass Werbeartikel ohne jeden Aufschlag, oder nur mit Mini-Marge, an Industriekunden durchgereicht werden. Hierdurch, so die Befürchtung, bleiben langfristig Strukturen und Qualität auf der Strecke. Dabei müsste doch allen, aber auch wirklich allen, in der Branche klar sein, dass wir niemals in Marketing, Werbung und Politik Anerkennung finden, wenn „billig“ unser Aushängeschild wird. Unternehmerischer Erfolg ist erst recht nicht aus diesem Holz geschnitzt.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal
Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

ef emotion
factory
Made by heri

Samenpapier
Tischkalender



NEU

Individuelles Titelblatt
Logo auf jeder Seite



Bleistift im
Samenpapieretui



- Anzeige -

Heri-Rigoni GmbH Tel. +49 7725 9393 - 0
emotion factory info@emotion-factory.com

TRENDS & BRANDS	
Nachhaltigkeit als grüner Faden	4
PSI 2025	
Aussteller vertrauen der Nummer eins	8
FOKUS	
Klimaneutralität: Strategie mit Tücken	10
PRODUCT GUIDE	
Weihnachten, Präsentsets, Sonderanfertigungen	18
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	40
GWW: Jahreshauptversammlung mit aktuellen Projekten	48
Im Interview: Joop van Veelen und John Swaab: Welche Vorteile es hat, Partnerland der PSI zu sein	50
PRODUCT GUIDE	
Spielzeug und Plüschprodukte	52
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	60
MYPsi	
Exklusiv für PSI Händlermitglieder: Besuch bei KLAR Seifen	66
PSI Supplier Finder: Wichtiger Touchpoint zur Zielgruppe	68
MEINUNG	
„Wir sind alle Branchen“	70
VORSCHAU – IMPRESSUM	
	72



Einprägsam

mit Tom!

Unsere neue Canvas-Tasche Tom ab Sommer auf Lager.

Unser Tom ist eine hochwertige Tragetasche aus 100% Fairtrade-Baumwolle mit einer Grammatik von ca. 320 g/m². Hergestellt mit robusten Kreuznähten für maximale Stabilität und extra breiten Henkeln im Format 4 x 70 cm für einen besonderen Tragekomfort. Für die individuelle Gestaltung bieten wir verschiedene Veredelungsmöglichkeiten an, darunter Siebdruck, Transferdruck, Prägung und Stick. Die maximale Druckfläche für Siebdruck beträgt 28 x 30 cm, während die maximale Prägefläche ca. 22 x 22 cm beträgt.



www.misterbags.de

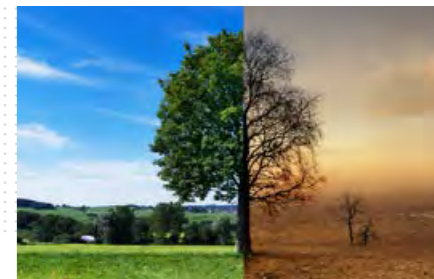


Aussteller vertrauen der Nummer eins 8

Die Hallenpläne füllen sich rasch, die Messeplanung geht ins Detail und das rege Feedback aus der Branche zeigt, wie wichtig die PSI ihren Ausstellern und Besuchern ist. Die Leitmesse der europäischen Werbeartikelwirtschaft wird auch vom 7. bis 9. Januar 2025 ihrem Ruf und ihrem Anspruch wieder gerecht werden.

Klimaneutralität: Strategie mit Tücken 10

Immer mehr Werbeartikelunternehmen engagieren sich für Klimaschutz und kommunizieren ihre Klimaneutralität. Wir nehmen das Konzept der Klimaneutralität unter die Lupe und zeigen, worauf es bei Klimaschutzmaßnahmen ankommt und wie erfolgreiche Nachhaltigkeitskommunikation gelingt.



Weihnachten, Präsentsets, Spielzeug 18



Die Weihnachtszeit bietet ein ideales, weil emotionales Terrain für den Einsatz von Werbeartikeln. Eine gezielte Auswahl an Produkten schafft bleibende Verbindungen und erreicht es spielend leicht, Werbebotschaften im Herzen der Empfänger zu verankern – inklusive langanhaltendem Kuschelfaktor!

Mit PSI ON TOUR zu KLAR Seifen 66

Werben abseits des Mainstreams? Mit einer tollen Story hinter einem Werbeartikel der etwas anderen Art? Kurzum: Mit einem haptisch-werbenden Gesamtpaket, das die Herzen Ihrer Kunden höherschlagen lässt? Dann sollten Sie als Händlermitglied bei diesem Event von PSI ON TOUR dabei sein.





WIE EIN GRÜNER FADEN ...

... zieht sich das Thema **Nachhaltigkeit** längst auch durch die **Werbeartikelwirtschaft**. Immer mehr **Unternehmen** – sowohl auf der **herstellenden** wie auch auf der **entsprechende Produkte einsetzenden** Seite – erkennen die **Wichtigkeit des Zusammenspiels ökologischer, ökonomischer und sozialer Aspekte**. „Trends & Brands“ widmet sich in dieser Ausgabe des **PSI Journals** deshalb ganz bewusst **nachhaltigen Artikeln**.

Biologische Schreibgeräte

Super Clip ORIGIN (Die Kugelschreiber sind bis auf die Mine aus **Material biologischer Herkunft** hergestellt, welches aus natürlichen Polymeren ganz ohne Erdöl und fossiler Energie besteht. Die verwendeten Bestandteile sind Rizinusöl, Sägemehl aus nachhaltig bewirtschafteten europäischen Wäldern und Talkum, welches in Europa abgebaut wird.)
BIC GRAPHIC EUROPE S.A.
www.bicgraphic.com
 PSI 41859



Veganer Hochgenuss

NTX-Schokolade (zu 100 Prozent aus pflanzlichen Zutaten hergestellt, aus nachhaltigem Kakaoanbau. Die von der Stiftung **Cocoa Horizons** zertifizierte Schokolade ist in eine vollständig kompostierbare Folie und **FSC-zertifizierte Papierschachtel** verpackt).
Slodkie Upominki Spolka z o.o. Sp. k.
www.slodkie.eu
 PSI 46325



Individueller Transporthelfer

Tragetasche (aus 450 g/m² Segeltuch hergestellt, womit für lange Haltbarkeit gesorgt ist. **Wiederverwendbares und waschbares Canvas-Gewebe** macht den Transporthelfer zu einem **umweltfreundlichen Begleiter**.)
Promocollection Limited
www.promocollection.uk
 PSI 60219



KARLOWSKY®
 INNOVATIVE WORKWEAR EST. 1892

Active Stretch

HEMDEN UND BLUSEN
MODERN . VIELSEITIG . STILVOLL



KARLOWSKY FASHION



HEMDEN & BLUSEN
 SLIM FIT & MODERN FIT

Stretchanteil und leichter, atmungsaktiver Baumwollstoff sorgen für angenehmen Tragekomfort | perfekt für vielseitige Looks in Business, Work und Freizeit
 hohe Waschbarkeit für hygienische Reinigung | perfekt für Veredelung geeignet





**Gesunde Box –
gesundes Frühstück**

Nachhaltige Brotdose (aus recyceltem Kunststoff, die dank robusten Materials langlebig und widerstandsfähig ist).
Global Innovations Germany GmbH & Co. KG
www.globalinnovations.de
PSI 46626

Zug um Zug zum Ziel

Brettspiel „Play to make it happen“ (Sein forschungs- und evidenz-basierter Inhalt hilft dabei, eigene Ziele effektiv zu setzen. Alle Komponenten des Produkts werden vollständig aus nachhaltigen Materialien in einer ECO-Fabrik in Polen hergestellt.)
i4 d.o.o.
www.inventedfor.com
PSI 49482



Nachhaltig umhüllt

Turtle Case (kompostierbare Öko-Handyhülle aus 100 Prozent Biokunststoff. Die Kombination aus Bambusfasern und PLA ermöglicht es, dass die Schutzhülle innerhalb von 18 bis 24 Monaten vollständig kompostiert werden kann.)
Brand.it GmbH
www.brand.it
PSI 49758



Nachhaltigkeit hat viele Facetten.

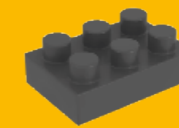
Ebenso vielfältig beweist die Werbearbeitwirtschaft ihre Kreativität und ihr Talent, Trendsetter in Sachen Nachhaltigkeit zu sein. Hier könnte also auch Ihr Produkt stehen. Deshalb: Spot on.

INDIVIDUELL MIT BRIXIES[®] PLUS



www.brixiesshop.de

Mit BRIXIES Plus individuelle Bausätze aus Klemmbausteinen gestalten.



BRIXIES
8 x 12 x 4 mm



BRIXIES Plus
16 x 24 x 11 mm

Die Hallenpläne füllen sich rasch, die Messeplanung geht ins Detail und das rege Feedback aus der Branche zeigt, wie wichtig die PSI ihren Ausstellern und Besuchern ist. Die Leitmesse der europäischen Werbeartikelwirtschaft wird auch vom 7. bis 9. Januar 2025 ihrem Ruf und ihrem Anspruch wieder gerecht werden.

PSI 2025: Aussteller vertrauen der Nummer eins

Mit Neupositionierung auf dem richtigen Weg

PSI 2025



Die vergangene PSI hat ihre prominente Position im europäischen Werbeartikelmarkt gefestigt und ihre Bedeutung als Marktplatz, internationaler Branchentreff und Wissensplattform erneut unter Beweis gestellt. „Ich bin total überwältigt von der positiven Resonanz unserer Aussteller und Besucher. Sie zeigt, dass wir mit unserer Vision einer Neupositionierung von Werbeartikeln auf dem richtigen Weg sind“, so das damalige Fazit von PSI Director Petra Lassahn direkt nach der Messe. In der Tat scheint das Konzept die ausstellenden Unternehmen so nachhaltig überzeugt zu haben, dass viele schon zum jetzigen Zeitpunkt für 2025 zugesagt haben. Ein halbes Jahr vor Messebeginn liegt die geplante Auslastung bei 80 Prozent. Neben den Hallen 9 und 10 wird zudem ein Teil der Halle 11 hinzugenommen.

Bedeutung der PSI über die Grenzen Europas hinaus

Diese Entwicklung zeigt: Die PSI ist klar auf Wachstumskurs. Unter den bislang 356 bestätigten Unternehmen sind bereits namhafte nationale wie internationale Branchenplayer wie: Anda Present, BIC GRAPHIC EUROPE, burger pen, doppler H. Würflingsdobler, Easy Gifts, elasto, Giving Europe, Inspirion, JUNG since 1828, Kalfany Süße Werbung, Koziol, MACMA Werbeartikel, magna sweets, Mahlwerck Porzellan, MAKITO, midocean Germany, Nestler-matho, Neutral, Paul Stricker, Schwan-STABILO, SENATOR, Spranz, Porzellanmanufaktur Kahla, Prodir, REFLECTS, Reisenhel Accessoires, Toppoint, TROIKA Germany, uma Schreibgeräte und xd connects sowie die JCK Gruppe mit FARE Günther Fassbender, Gustav Dai-



Die marktrelevanten Themen Textil und Veredelung werden 2025 vergrößert werden. Das Textile Village zieht in Halle 9.

ber, Halfar, mbw Vertriebsgesellschaft und SND Porzellan-Manufaktur. „Wir freuen uns sehr über den Zuspruch unserer Mitglieder. Der aktuelle Buchungsstand und eine internationale Beteiligung auf Ausstellerseite von über 60 Prozent bestätigen die Bedeutung der PSI über die Grenzen Europas hinaus“, freut sich Marlene Ramos, PSI Head of Sales. Passend dazu beobachtet sie den Trend zur Vergrößerung der Standflächen.

Vergrößerung marktrelevanter Themenbereiche

Über das reine Ausstellerangebot hinaus plant das PSI Team eine Vergrößerung der marktrelevanten Themen Textil, Veredelung und Newcomer. „Nach seiner erfolgreichen Premiere zieht das Textile Village, das wir in Kooperation mit der Akademie für Textilveredelung umsetzen, in die Halle 9. Hier bekommen Textilhersteller, Brands und Lieferanten deutlich mehr Platz für die Präsentation ihrer Werbe- und Promotiontextilien sowie ihrer Kollektionen für 2025“, beschreibt Petra Lassahn eine der Neuerungen im kommenden Jahr.

Marktführer, Hidden Champions und spannende Newcomer

Ebenfalls größer und umplatziert: der Bereich Veredelung und die Newcomer Area. Beide Themen erhalten aufgrund der jeweils hohen Nachfrage mehr Platz in der Halle 11. Als Aussteller werden sich hier so namhafte Unternehmen wie Lynx Deutschland, Maegis B.V., Mutoh Deutschland und X-Tec präsentieren. Unter dem Motto „Vive la France“ sind Besucherinnen und Besucher eingeladen, auf der großzügigen Veredelungsmittelmachfläche unterschiedliche Drucktechnologien und Veredelungsverfahren auszuprobieren. Bei den Newcomern stehen innovative Produkte im Fokus, die ‚überraschen‘. „Die PSI ist seit mehr als 60 Jahren Sourcing-Plattform für Werbeartikel. Um den Ansprü-

chen unserer Mitglieder gerecht zu werden und ihnen die Möglichkeit geben zu können, ihre Portfolios zu diversifizieren, akquirieren wir neben Marktführern und Hidden Champions auch spannende Newcomer“, betont Petra Lassahn.

Trendschau bekommt exklusiven Rahmen

Den Produkthighlights der PSI eine besondere Bühne geben: Das ist der Gedanke hinter der Trendschau, die auf der PSI 2025 eine Sonderfläche erhält und in drei Rubriken eingeteilt ist: „Fit durchs Jahr“, „Highlights für sonnige Zeiten“ und „Die Genussreise“. Bevor Besucherinnen und Besucher in die ganze Welt der Werbeartikel eintauchen, können sie bereits am Eingang von Halle 9 die innovativsten Highlight-Produkte aus den Bereichen Textil, Elektro und Multimedia, Schul- und Bürobedarf, Taschengepäck und Reise sowie Nahrung und Genussmittel in Augenschein nehmen.

Dabei sein ist alles

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

Das gilt auch für Aussteller, die sich mit ihren Produkthighlights auf der Sonderfläche der Trendschau in einem besonderen Rahmen präsentieren möchten.

Der Ticketverkauf zur PSI 2025 und für die PSI NIGHT am Abend des ersten Messtages startet im Oktober. <





Extremwetter, Dürre, Überschwemmungen: Der Klimawandel mit seinen Auswirkungen ist längst Realität. Im Pariser Klimaabkommen verpflichten sich fast 200 Länder, ihre Wirtschaft klimafreundlich zu gestalten. Für Unternehmen eine Herausforderung, die aber jede Anstrengung lohnt.



Klimaneutralität

Strategie mit Tücken

Immer mehr Werbeartikelunternehmen engagieren sich für Klimaschutz und kommunizieren ihre Klimaneutralität. Wir nehmen das Konzept der Klimaneutralität unter die Lupe und zeigen, worauf es bei Klimaschutzmaßnahmen ankommt und wie erfolgreiche Nachhaltigkeitskommunikation gelingt. Fazit: Eine individuelle Nachhaltigkeitsstrategie und professionelle Kommunikation bieten Unternehmen einen echten Wettbewerbsvorteil.

Bereits in der Juni-Ausgabe haben wir die neu beschlossenen EU-Verbraucherschutz-Regeln erläutert, die irreführendes Greenwashing und falsche Produktaussagen verbieten. Unternehmen können demnach nicht mehr behaupten, dass sie etwa klimaneutral oder umweltfreundlich sind, wenn sie es nicht nachweisen können. Auch die Werbeartikelindustrie muss sich mit dem Thema befassen, denn auch Hersteller, Importeure und Händler nutzen Green Claims in ihrer Markt- und Unternehmenskommunikation. Sie sollten überprüfen, ob ihre Aussagen den Forderungen der neuen Green Claims Directive entsprechen und überprüfbar und damit zulässig sind. Dies gilt auch für Aussagen und Briefings von Kunden, die im Rahmen von Kampagnen umgesetzt werden sollen.

Klimapolitik betrifft auch die Branche

Viele Werbeartikelunternehmen haben den nachhaltigen Weg eingeschlagen, auf dem Klimaneutralität als wichtiger Meilenstein gesehen wird. Indem sie Klimaneutralität in ihrer Kommunikation nutzen, möchten sie zeigen, dass sie ihre Umwelt-Verantwortung ernst nehmen. Gerade weil Klimaneutralität in der Branche ein großes Thema ist und klimabezogene Claims auf dem Hintergrund der neuen Gesetzgebung problematisch werden können, sehen wir uns an, was Klimaneutralität bedeutet und wie das Konzept funktioniert, bewerten die Kritik daran und klären, wie Unternehmen es dennoch sinnvoll nutzen können. Ein objektiver Blick auf die spannende Klimapolitik-Diskussion kann Erkenntnisse, Einsichten und Inspiration für den Transformationsprozess vermitteln.

Klimawandel als globale Herausforderung

Extremwetter, Dürren, Hitzewellen und Überschwemmungen nehmen rund um den Globus zu. Das enorme Ausmaß dieser Katastrophen zeigt uns der tägliche Blick in die Nachrichten. Der Klimawandel mit seinen Auswirkungen existiert also nicht mehr nur als Szenario, sondern ist Realität geworden. Die globale atmosphärische Kohlendioxidkonzentration ist seit 1750 (bis 2022) um etwa 50 Prozent gestiegen. Hauptursache hierfür ist die Nutzung fossiler Brennstoffe. Landnutzungsänderungen, etwa Rodungen von Wäldern, spielen dabei eine weniger prominente Rolle als allgemein angenommen, stellte das Umweltbundesamt (UBA) bereits 2009 fest. Die Reduktion von Treibhausgas-Emissionen gehört also weltweit zu den dringlichsten Herausforderungen und kann nur gelingen, wenn Unternehmen aller Größen und Branchen auf der ganzen Welt mitarbeiten.



Unternehmen müssen eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln, die über das bloße Kompensieren von Emissionen hinausgeht. Denn nur im Kontext sind Klimaschutz-Maßnahmen wirksam und glaubwürdig.

Hohe Akzeptanz von Kompensationsmaßnahmen

Immer mehr Staaten verpflichten sich, auf die Ziele des Klimaabkommens hinzuwirken und kaum ein Unternehmen, das sich nicht als klimafreundlich positioniert – auch wenn das nicht immer nachprüfbar ist. Auch im Alltag der deutschen Verbraucher ist das Thema Klimaverantwortung angekommen. Wie aus einer aktuellen Studie des Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) hervorgeht, genießen CO₂-Kompensationen eine vergleichsweise hohe Akzeptanz: 60 Prozent der Befragten haben nach eigenen Angaben schon einmal freiwillig ihre CO₂-Emissionen kompensiert, 70 Prozent möchten sogar noch mehr kompensieren. Dies dürfte auch ein Signal für Unternehmen sein, dass ihre Angebote und Anstrengungen honoriert werden. Interessant: Bereits im Preis enthaltene Kompensationen sind deutlich populärer als eine freiwillige Kompensation gegen Aufpreis. Anbieter sind demnach gut beraten, ihren umweltbewussten Kunden die Kompensationsentscheidung abzunehmen. Auch wenn sich die Ergebnisse der NIM-Studie auf den Endkundenmarkt beziehen, sind die eruierten Tendenzen durchaus auch für Unternehmen relevant. Der größte Teil der Zertifikate wird ohnehin von Unternehmen und Organisationen erworben, nur 14 Prozent der Nachfrage lässt sich Verbrauchern zuordnen, wie Marktbeobachtungen des Umweltbundesamts (UBA) ergaben.

> CO2-Ausgleich als Sofortmaßnahme

Deutschland muss bis 2045 per Gesetz Treibhausgasneutralität erreichen. Was nicht alle im Blick haben: Emissionen zu vermeiden und zu reduzieren muss laut Klimaabkommen oberste Priorität haben. Die Kompensation klimaschädlicher Aktivitäten soll erst dann infrage kommen, wenn es keine andere Möglichkeit gibt. Das ist uns aber nicht immer bewusst oder wird von Anbietern gern verschwiegen, auch wenn es der SBTI-Net-Zero-Standard

(Science Based Targets initiative) ausdrücklich so formuliert. Gleichzeitig räumt der Standard ein, dass der CO2-Ausgleich eine entscheidende Rolle spielt, um Net-Zero-Emissionen auf globaler Ebene schneller zu erreichen. Der CO2-Ausgleich ist für Unternehmen als sofortiger Klimaschutz als auch als langfristige Maßnahme über die eigene Wertschöpfungskette hinaus geeignet, um Restemissionen zu neutralisieren, Kohlenstoffsinken zu stärken und die Natur wiederherzustellen. Zudem ist er eine wichtige Finanzquelle für den Klimaschutz und verhilft lokalen Gemeinschaften auf der ganzen Welt zu besseren Lebensbe-

Basiswissen Klimapolitik

Klimaneutralität

Der Begriff bedeutet, dass menschliches Handeln das Klima nicht beeinflusst. Eine klimaneutrale Wirtschaft setzt also entweder keine klimaschädlichen Treibhausgase frei oder die Emissionen werden vollständig ausgeglichen.

CO2-Neutralität

Gleichgewicht zwischen dem Ausstoß von Kohlendioxid und der Bindung von Kohlenstoff aus der Atmosphäre in sogenannten Kohlenstoffsinken. Dies sind Systeme, die mehr Kohlenstoff aufnehmen, als sie abgeben. In der Natur sind dies vor allem Böden, Wälder und Ozeane. Werden sie geschädigt oder zerstört, etwa durch landwirtschaftliche Nutzung oder Abholzung, wird der gespeicherte Kohlenstoff wieder freigesetzt. Bezieht sich nur auf CO₂, der Einfluss anderer Treibhausgase (Greenhouse Gas oder GHGs, etwa Methan usw.) wird hier nicht berücksichtigt.

Negative Emissionen

Auch als Greenhouse Gas Removal (GGR) bezeichnet. Ansätze zur Entnahme von Treibhausgasen aus der Atmosphäre. Negativemissionstechnologien umfassen natürliche und rein technische Ansätze, die mithilfe biologischer, physikalischer und chemischer Prozesse die Treibhausgaskonzentration in der Atmosphäre reduzieren. Beispiele sind Direct Air Capture (DAC) und geologische Speicher. Als elementarer Bestandteil des Konzepts einer Treibhausgasbilanz von Netto-Null gewinnen sie zunehmend an Bedeutung in der Klimapolitik.

Netto-Null-Ansatz

Eine größtmögliche Reduzierung der Emissionen von CO₂ und Treibhausgasen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg, wobei verbleibende Emissionen durch Negativ-Emissionen neutralisiert werden. Der digitale CO₂-Marktplatz Senken beziffert den Anteil an unvermeidbaren Resteemissionen im Mittel auf rund 20 Prozent. Eine Kombination aus Vermeidungs- und Negativemissionsstrategien ist entscheidend für einen umfassenden Ansatz zum Klimawandel.

Klimapositiv

So bezeichnen sich Unternehmen, die über Netto-Null hinausgehen, also mehr Treibhausgase entfernen als ausstoßen.

Klimaabkommen von Paris

Wurde am 12. Dezember 2015 auf der Weltklimakonferenz beschlossen. Im Sinne der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung verpflichteten sich 195 Staaten, den Klimawandel einzudämmen und die Weltwirtschaft klimafreundlich zu gestalten. Das Klimaabkommen bindet alle Staaten der Erde ein. Sie haben sich völkerrechtlich verpflichtet, einen nationalen Klimabeitrag und konkrete Schritte zu seiner Umsetzung zu erarbeiten. Über ihre Bemühungen müssen die Staaten regelmäßig berichten. Zur Umsetzung hat die EU 2019 den European Green Deal beschlossen.

Die Hauptziele des Klimaabkommens:

- > Begrenzung der Erderwärmung bis 2050 auf 1,5 °C zum vorindustriellen Stand (Mittelwert 1850-1900).
- > Senkung der Emissionen: In der zweiten Hälfte dieses Jahrhunderts dürfen nicht mehr klimaschädliche Gase emittiert werden, als der Atmosphäre durch Kohlenstoffsinken (etwa Wälder) entzogen werden. Diese „Treibhausgas-Neutralität“ kann nur erreicht werden, wenn die Weltwirtschaft schnell und konsequent deutlich weniger Kohlenstoff freisetzt (Dekarbonisierung). Danach Senkung der Treibhausgas-Konzentration der Atmosphäre durch negative Emissionen.
- > Die Anpassungsfähigkeit (Adaption) an ein verändertes Klima soll verbessert werden und die Widerstandsfähigkeit gegenüber den nachteiligen Auswirkungen des Klimawandels gestärkt werden.
- > Umlenkung der globalen staatlichen und privaten Finanzströme in nachhaltige Investitionen (langfristig).
- > Unterstützung von Entwicklungsländern bei Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel: finanziell und durch Technologie- und Wissenstransfer.



Nachhaltigkeit als Wettbewerbsfaktor: Viele Unternehmen investieren bereits in umweltverträgliche Produktion, die Basis für erfolgreiches Nachhaltigkeitsmarketing.



dingungen – so wirbt ClimatePartner für seine Projekte. Der CO₂-Ausgleich als freiwillige Maßnahme von Unternehmen, die ihre verursachten Restemissionen ausgleichen, ist aber weder Allheilmittel noch Sorglos-Paket.

Verlässliche Informationen nicht selbstverständlich

Wie der Kompensationsmarkt funktioniert, haben wir recherchiert unter anderem bei ClimatePartner, einem prominenten Anbieter von Klimaschutzprojekten weltweit, die unterschiedliche Technologien zur Reduktion und Vermeidung von CO₂-Emissionen nutzen. Auch das Start-up Senken, nach eigenen Angaben die weltweit erste Handelsplattform für Emissionszertifikate, bietet eine informative Website mit Blog und Glossar. Der WWF, der zusammen mit verschiedenen NGOs das nach strengen Kriterien aufgebaute Siegel Gold-Standard entwickelt hat, liefert ebenfalls brauchbare Informationen. Der Gold-Standard vereint Emissionsreduktionen mit den UN-Nachhaltigkeitszielen, um die Wirkung eines Projektes auf das Klima und andere Aspekte der Nachhaltigkeit abzuschätzen. In diesen und anderen Informationsangeboten ist natürlich auch das Eigeninteresse deutlich erkennbar. Wenn Anbieter von Kompensationsmaßnahmen eigene Siegel einsetzen, sollte man auf jeden Fall genau hinschauen. >

Wichtige Kriterien bei der Wahl von Klimaschutzprojekten

Zusätzlichkeit

Ohne den Erlös aus dem Verkauf der Zertifikate hätte das Projekt nicht realisiert werden können.

Dauerhaftigkeit

Die Minderung oder Einsparung von Emissionen darf nicht an anderer Stelle wieder zunichte gemacht werden, indem im Rahmen des Projekts neue Emissionen verursacht werden.

Ausschluss von Doppelzählungen

Zertifikate dürfen nicht doppelt verkauft oder von verschiedenen Parteien geltend gemacht werden. Dieser Fall tritt etwa dann ein, wenn der Staat im Rahmen gesetzlicher Verpflichtungen Emissionen mindert und Unternehmen in Einzelprojekte im Land investieren, die sie dann nochmals als Minderung ausweisen. Für das Klima spielt es keine Rolle, wo Emissionen ausgestoßen, vermieden oder ausgeglichen werden. Deswegen liegen viele Klimaschutz-Projekte in globalen Süden, wo sie zusätzlich noch entwicklungsfördernd wirken (sollten). Effektive Verfolgungssysteme und CO₂-Register wie Verra, Gold Standard, Verified Carbon Standard (VCS), Puro und Ecoregistry stellen sicher, dass jedes Zertifikat nur einmal gezählt wird.

Regelmäßige Verifizierung durch unabhängige Instanzen

Klimaschutzprojekte müssen konsequent validiert, registriert und regelmäßig von unabhängigen Instanzen geprüft werden. Drittplatzungen, beispielsweise von TÜV oder SGS (Société Générale de Surveillance) sorgen zusätzlich für Glaubwürdigkeit. Bei allen Kompensationsmaßnahmen stellen erst Bilanzierungen und Kontrollen sicher, dass die auf technischem oder biotischem Weg verbuchende CO₂-Kompensationsmenge der tatsächlichen Emissionsmenge entspricht.



Emissionen zu vermeiden und zu reduzieren, muss laut Klimaabkommen oberste Priorität haben. Erst dann kommt Kompensation ins Spiel. Damit ein Unternehmen den CO₂-Ausgleich nachweisen kann, muss es ein Emissionszertifikat kaufen und dann im Register ausbuchen. Damit werden Klimaschutzprojekte finanziert.

> So funktioniert der CO₂-Ausgleich

Emissionszertifikate werden über die Kompensationsmärkte gehandelt, die es in zwei verschiedenen Formen gibt: freiwillig und verpflichtend. Der CO₂-Ausgleich wird in Tonnen Kohlendioxidäquivalenten (CO₂e) gemessen. Sobald die Kohlenstoff einsparung verifiziert wurde, schüttet ein Projekt Emissionszertifikate aus, die jeweils einer Tonne Kohlendioxid entsprechen. Ein Emissionszertifikat ist also äquivalent zu einer Tonne CO₂, die nicht ausgestoßen wurde, bzw. der gleichen Menge anderer Treibhausgase, die durch ein Klimaschutzprojekt entfernt, reduziert oder vermieden wurden. Das ausgestellte Zertifikat wird in ein öffentliches Register eingetragen, das von einer unabhängigen Instanz wie Verra oder dem Gold Standard verwaltet wird. Damit ein Unternehmen den CO₂-Ausgleich nachweisen kann, muss es das Emissionszertifikat kaufen und dann im Register ausbuchen. Dies dient zur Vermeidung einer Doppelzählung.

Komplizierter Kompensationsmarkt

Der freiwillige CO₂-Kompensationsmarkt (VCM) ist ein Mechanismus, der es Unternehmen und Einzelpersonen ermöglicht, CO₂-Zertifikate zu kaufen, um ihre Emissio-

nen zu neutralisieren. Er funktioniert unabhängig vom regulierten CO₂-Kompensationsmarkt. Dieser ist Teil von Regulierungssystemen wie dem EU-Emissionshandelssystem, das Industrien mit hohen Emissionen (etwa Mineralölindustrie) gesetzlich verpflichtet, ihre CO₂-Emissionen zu verwalten und zu neutralisieren. Im Gegensatz dazu zielt der freiwillige Kompensationsmarkt auf Unternehmen ab, die nationale Netto-Null-Ziele erreichen, ihr Markenimage verbessern oder sich auf bevorstehende Regulierungen vorbereiten wollen. Die Stilllegung des Zertifikats ist der Prozess, bei dem ein CO₂-Zertifikat dauerhaft aus dem Verkehr gezogen wird, nachdem es verwendet wurde, um Emissionen zu kompensieren oder zu neutralisieren. Diese Aktion schließt den Kompensationsprozess ab und stellt sicher, dass das Zertifikat nicht wiederverwendet oder von einem anderen Unternehmen beansprucht werden kann.

Standards sichern Effizienz und Qualität

Voraussetzung für effektive Kompensation ist die Anwendung von Standards, die auf wissenschaftlichen Erkenntnissen beruhen. Die wichtigsten Standards zur Steuerung der CO₂-Neutralität umfassen das Greenhouse Gas Protocol GHP (ein globales Rahmenwerk zur Messung und Verwaltung von GHG-Emissionen), PAS 2060 (Britische Normungsinstitutionen für CO₂-Neutralität) und ISO 14064 (Internationaler Standard für die Quantifizierung und Berichterstattung von GHG-Emissionen und Negativ-Emissionen). Derzeit gibt es keine globale Regulierung, die CO₂-Neutralität durchsetzt. Die korrekte Berechnung der ausgleichenden Emissionen ist der erste und grundlegende Schritt, wofür Emissionsrechner wie der anerkannte UBA-CO₂-Rechner oder der WWF-Klimarechner zur Verfügung stehen. Berater und Agenturen stehen Unternehmen hierbei zur Seite.

Woran erkennt man seriöse Anbieter?

- > Sie stellen Vermeiden und Reduzieren immer über Kompensation.
- > Sie erfragen tatsächliche und individuelle Daten für die Berechnung.
- > Sie weisen unabhängige Prüfungen durch Dritte nach.
- > Sie informieren kontinuierlich über das Projekt und geben detailliert Auskunft über Standort, Art, Ziele und Standard des Projekts und agieren transparent.
- > Sie löschen die Zertifikate sofort und weisen dies nach.



Nachhaltigkeit als Wettbewerbsfaktor: Viele Unternehmen investieren bereits in umweltverträgliche Produktion, die Basis für erfolgreiches Nachhaltigkeitsmarketing.

Nachhaltigkeit als Wettbewerbsfaktor

Einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten ist das Eine, sein Engagement als Marketing-Instrument zu nutzen, die Kehrseite der Medaille, die ebenso viel Aufmerksamkeit erfordert. Laut der Management- und Strategieberatung Deloitte ist das Netto-Null-Engagement eine der stärksten Methoden, Stakeholdern zu zeigen, dass ein Unternehmen nachhaltig umweltbewusst ist. Auch Unternehmen selbst profitieren: Nachhaltige Unternehmen verzeichnen höhere Marktanteilsgewinne, wachsen durchschnittlich dreimal schneller als ihre Wettbewerber und erzielen eine höhere Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit. Neben der Umwelt Nachhaltigkeit sollen Netto-Null-Verpflichtungen außerdem grüne Investitionen und Finanzierungsmöglichkeiten ermöglichen, das finanzielle Wachstum fördern und Innovationen in nachhaltige Produkte und Dienstleistungen unterstützen. Umweltverantwortung in Richtung Netto-Null zu übernehmen, wird in allen Quellen als strategische Entscheidung gewertet, die viele Vorteile bietet und Unternehmen für Resilienz, Marktdifferenzierung und nachhaltiges Wachstum positioniert. Wichtig dabei ist, nichts dem Zufall zu überlassen, sondern gemeinsam mit Beratern, Agenturen und ggf. Stakeholdern ein ganzheitliches Konzept zu entwickeln, das zum Unternehmen passen muss. Denn nur dann ist es authentisch und glaubwürdig.

Gefahr von Greenwashing

Wer sich „grün“ zeigt, aber nur verdienen will, ohne dahinterzustehen, der ist im kritischen Bereich von Greenwashing angekommen. Wohin das führen kann, hat ganz aktuell ein Investigativ-Team des ZDF aufgedeckt: Ein Ölkonzern hat mit vorgetäuschten Klimaschutzprojekten in China im Wert von 1,7 Milliarden Euro versucht, seine gesetzlichen Klimaschutzvorgaben zu erfüllen. Dabei wurden bereits laufende und sogar rein fiktive Projekte als Kompensationsmaßnahmen angegeben. Im Zuge der lau-

So kann man Greenwashing vermeiden

- > Die tatsächlichen Auswirkungen von Produkten und Produktion auf die Umwelt erfassen und wahrheitsgemäß dokumentieren
- > Ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln, die über das bloße Kompensieren von Emissionen hinausgeht
- > Sich auf echte Emissionsreduzierungsstrategien innerhalb eigener Projekte und die Nutzung hochwertiger CO₂-Zertifikate konzentrieren
- > Sich auf anerkannte Umweltzertifizierungen und -standards verlassen
- > Transparent und nachvollziehbar über Nachhaltigkeitspraktiken und ggf. Kompensationsprojekte und deren Entwicklung berichten

fenden Ermittlungen sind zudem Widersprüche bei der Arbeit von Prüfstellen aufgefallen. Leider kein Einzelfall, denn Betrug und zweifelhafte Machenschaften sind beim Klimaschutz nicht selten. Das führt uns der Negativpreis „Goldener Geier“ vor Augen, mit dem die DUH (Deutsche Umwelthilfe) jährlich die dreistesten Umweltlügen „auszeichnet“. 2024 waren unter anderem Kampagnen von Nestlé, DHL, Capri Sonne und Avia dabei. Das internationale Finanzunternehmen Trade Finance Global schreibt, dass die Fälle von Greenwashing in 2023 um 70 Prozent zugenommen haben. Daher auf dieser Seite oben noch einmal eine Checkliste, die klima-engagierte Unternehmen aus dem Gefahrenbereich bringen kann.

Kritik am Ansatz von Klimaneutralität und CO₂-Ausgleich

Ein brisantes Thema haben wir uns bis zum Schluss aufgehoben: Die grundsätzliche Kritik am Ansatz von Klimaneutralität und dem Konzept des CO₂-Ausgleichs durch Kompensation. Hierzu haben unter anderem der Bundesverband Verbraucherzentralen, die Verbraucherzentrale NRW, das Umweltbundesamt (UBA) und die Deutsche



Unternehmen, die CO₂-Emissionen kompensieren möchten, sollten Klimaschutzprojekte sorgfältig auswählen. Seriöse Projekte erfüllen bestimmte Standards und geben Entwicklungsimpulse.

> Umwelthilfe (DUH) gut begründete Statements veröffentlicht, auf die wir uns beziehen. Zwar geht es hier auch um die Verbraucherrelevanz, was aber die eigentliche Argumentation nicht berührt. Zudem können Unternehmen ebenso wie Verbraucher auf unseriöse Versprechen hereinfallen und in dubiose Projekte investieren. Der Begriff „klimaneutral“ auf Produkten ist nicht gesetzlich geschützt. Er signalisiert nur, dass ein Unternehmen für dieses Produkt Ausgleichszahlungen tätigt. Die Bedingungen für diese Ausgleichszahlungen sind aber nicht normiert oder vorgeschrieben. Es kann sowohl der ganze Lebensweg des Produktes oder aber nur der Herstellungsprozess im Unternehmen berücksichtigt worden sein. Zudem erlaubt der Begriff weder eine Aussage darüber, ob sich das Unternehmen um eine Reduktion anderer Umweltbelastungen bemüht (etwa Gewässerbelastungen) oder ob das Produkt selbst umweltfreundlich ist (beispielsweise energieeffizient in der Nutzung). Fehlende Transparenz ist hier das Stichwort, unter dem man einige der Kritikpunkte zusammenfassen kann. Die DUH hält Begriffe wie „klimaneutral“, „CO₂-neutral“ oder gar „klimapositiv“ generell für irreführend und eine Täuschung zulasten des Klimas. Damit werde suggeriert, Produkte könnten ohne schädliche Klimaauswirkungen hergestellt werden. Tatsache ist, dass die Produktion von Gütern oder Dienstleistungen immer mit Klimagasemissionen verbunden ist.

Umstrittene Wege zur Klimaneutralität

Auch der Weg zur Klimaneutralität ist umstritten. Die DHU kritisiert grundsätzlich, dass Unternehmen in den Industriestaaten CO₂-Emissionen verursachen und durch den Kauf von Emissionsgutschriften für Projekte in Schwellen- und Entwicklungsländern kompensieren – obwohl oft nicht nachgewiesen wird, dass die Projekte dies auch tatsächlich leisten. Insbesondere die Kompensationswirkung von

Waldschutz- bzw. Wiederaufforstungsprojekten wird häufig als zweifelhaft beurteilt, weil CO₂-Emissionen für eine sehr viel längere Zeit in der Atmosphäre verbleiben, als die Bindung von Kohlenstoff in Bäumen des Kompensationsprojekts es ausgleichen kann. Zudem ist der Handel mit Kompensationszertifikaten laut dem Bundesverband der Verbraucherzentrale intransparent und gesetzlich nicht reguliert. Tatsächliche Klimaneutralität ist nach wissenschaftlicher Auffassung nur auf globaler Ebene zu erreichen und auch in Zukunft nicht auf Ebene einzelner Produkte oder Unternehmen. Aber die vielen Label, die einzelnen Produkten oder Unternehmen „Klimaneutralität“ bescheinigen, erwecken genau diesen Eindruck, indem sie den globalen Aspekt unerwähnt lassen. Werbeaussagen mit „klimaneutral“ erwecken laut DHU den Anschein, dass alle negativen Auswirkungen kompensiert seien, was aber nicht der Fall ist. Dies führe dazu, dass Verbraucher diese Produkte allzu sorglos und sogar verstärkt nutzen, weil sie der irrigen Meinung sind, etwas für das Klima zu tun. Auch der nicht geschützte Begriff „klimapositiv“ gerät hier in die Schusslinie, der suggeriert, dass ein Produkt nicht nur keinen negativen, sondern einen positiven Einfluss auf das Klima hat. Soweit die Kritiker.

Echte Transformation als Lösungsweg

Alle kritischen Stimmen fordern die Verpflichtung von Unternehmen, Pläne zur Reduktion und Vermeidung der Emissionen vorzulegen, an die sie ihre Kernprozesse, Geschäftsabläufe und Geschäftsmodelle laufend anpassen und verbindliche Zwischenziele veröffentlichen. Hochwertige Klimaschutzprojekte finanziell zu fördern sind dennoch wichtig, um Klimaschutz global voranzubringen. Dieses Engagement sollte in der Kommunikation aber nicht mehr als Beitrag zum eigenen Netto-Null-Ziel, sondern als Beitrag zum Klimaschutzziel des Gastgeberlandes ausgewiesen werden. <

„Erfolgreiches Nachhaltigkeitsmarketing erfordert Authentizität, Transparenz und Glaubwürdigkeit.“

Die Full-Service-Agentur AB3 Green berät Unternehmen, die den Weg der Nachhaltigkeit einschlagen möchten. **Anke Wulf, Nachhaltigkeits- und Projektmanagerin**, erklärt im Gespräch mit dem PSI Journal, wie Unternehmen strategisch vorgehen sollten und was sie bei der Kommunikation beachten müssen.

Mit welchen Schritten können sich Unternehmen dem Thema Nachhaltigkeit annähern?

Unternehmen sollten strategisch und ganzheitlich vorgehen. Gründen Sie ein Nachhaltigkeitsteam und beginnen Sie mit einer Bestandsaufnahme, um Schwachstellen zu identifizieren. Entwickeln Sie daraufhin eine Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Es gibt verschiedene Methoden, die Sie dabei unterstützen, u.a. Stakeholderanalyse, Wesentlichkeitsanalyse. Überprüfen und passen Sie die Strategie regelmäßig an. Holen Sie sich Unterstützung, um Partner an Ihrer Seite zu haben, die Sie begleiten.

Wie ist das Konzept der Klimaneutralität im Kontext einer Nachhaltigkeitsstrategie einzuordnen?

Klimaneutralität ist ein zentraler Bestandteil einer Nachhaltigkeitsstrategie. Sie zielt darauf ab, Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Verbleibende Emissionen können durch Klimaschutzprojekte kompensiert werden. Maßnahmen zur Reduktion der Umweltbelastung umfassen die Einführung erneuerbarer Energien sowie nachhaltiges Ressourcenmanagement.

Wie kann die Umsetzung des Pariser Klimaabkommens in der Praxis aussehen?

Zur Umsetzung des Pariser Klimaabkommens ergreifen Unternehmen bereits heute Maßnahmen zur Emissionsvermeidung und -reduktion. Dazu gehören die Optimierung von Produktionsprozessen und Lieferketten, die Verbesserung der Energieeffizienz und Umstellung auf erneuerbare Energien sowie die Förderung nachhaltiger Trans-

portmittel. Unvermeidbare Restemissionen werden durch den Kauf von Klimaschutz-Zertifikaten kompensiert. Wichtig ist, dass die Emissionsreduktion Vorrang hat und Kompensation nur als letzte Maßnahme dient, um die Umweltbelastung so gering wie möglich zu halten.

Green Claims, vor allem Aussagen zur Klimaneutralität, werden oft in Werbung und Marketing genutzt. Wie können Unternehmen vermeiden, in die Grauzone von Greenwashing zu geraten?

Um Greenwashing zu vermeiden und EU-Verbraucherschutz-Regeln zu erfüllen, sollten Unternehmen alle umweltbezogenen Aussagen klar belegen. Das bedeutet, genaue und nachvollziehbare Daten zu Maßnahmen und deren Auswirkungen bereitzustellen, anerkannte Zertifizierungen zu verwenden und unabhängige Prüfungen durchzuführen. Eine Agentur für Nachhaltigkeit unterstützt Unternehmen dabei, Nachhaltigkeitsstrategien verständlich zu kommunizieren. So bleiben Green Claims glaubwürdig und auch nachvollziehbar.

Was zeichnet erfolgreiches Nachhaltigkeitsmarketing aus und welche Fehler werden häufig gemacht?

Erfolgreiches Nachhaltigkeitsmarketing erfordert Authentizität, Transparenz und Glaubwürdigkeit. Häufige Fehler sind übertriebene Behauptungen (Greenwashing), fehlende Beweise und unzureichende Integration von Nachhaltigkeit. Unternehmen sollten realistische, messbare Ziele setzen und kontinuierlich überwachen und kommunizieren, um diese Fehler zu vermeiden.

Ihr Rat an Unternehmen, die ihre Zertifizierungen und nachhaltigen Ansätze kommunizieren möchten?

Als Agentur für Nachhaltigkeit raten wir, Zertifizierungen und Maßnahmen mit überprüfbaren Daten transparent zu kommunizieren. Nutzen Sie anerkannte Labels und vermeiden Sie vage Aussagen. Auch hier hilft der Blick von außen, um Impulse sowie Nachhaltigkeit in allen Unternehmensbereichen zu integrieren. AB3 Green unterstützt Unternehmen dabei, ihre Nachhaltigkeitsstrategie konsistent und glaubwürdig zu kommunizieren. <



Die Weihnachtszeit bietet ein **ideales, weil emotionales Terrain** für den Einsatz von Werbeartikeln. Eine gezielte Auswahl an Produkten, die den Geist der Feiertage verkörpern, schafft mitunter bleibende Verbindungen.



Süßer Mann im XXL-Format

Die sympathische Schoko-Weihnachtsmann-Hohlfigur von Kalfany Süße Werbung gibt es ab sofort auch in XXL: Der neue Super Maxi Schoko-Weihnachtsmann aus 70 Gramm Edelvollmilchschokolade kann wie gewohnt rundum personalisiert werden und besticht mit gutem Aussehen und leckerem Geschmack. Der Schoko-Weihnachtsmann kann in weißer, silberner oder goldener Alufolie verpackt und komplett kundenindividuell bedruckt werden und passt sich dadurch jeder Branche an. Er besteht aus Fairtrade zertifiziertem Kakao mit mindestens 30 Prozent Kakao. Erhältlich ist der große Santa ab 504 Stück, verpackt zu je 24 Stück im Thekendisplay.



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



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

Christbaum „grün“ geschmückt

Perfekt passend zum Thema Weihnachten präsentiert tobra seine Christbaum Anhänger. Erhältlich sind verschiedene Motive, darunter Christbaumkugel, Tannenbaum, Stern, Schneemann oder Glöckchen. Die Produkte des Werbeartikelherstellers aus sind aus FSC® zertifiziertem Birkenholz hergestellt. Für eine werbliche Individualisierung empfiehlt tobra eine einseitige Lasergravur, die bereits inklusive ist. Die Anhänger sind Made in Germany.





PSI 48301
 VASAD (by SL Bags - SL Lederwaren BV)
 Tel +31 6 42239818
 info@recyclebags.com
 www.slbags.com • www.vasad.eu

Stilvoll reisen

Die Vasad All Classic Travel Kollektion, bestehend aus einem Trolley, einer Wochenendtasche und einem Kulturbeutel, kombiniert einen klassischen Look mit moderner Funktionalität. Diese Linie hochwertiger Reiseaccessoires wurde für den anspruchsvollen Reisenden entworfen, der Stil und Komfort zu schätzen weiß. Jedes Teil, vom Trolley bis zur Wochenendtasche, ist aus langlebigen Materialien gefertigt und strahlt hohe handwerkliche Qualität aus. Die Kollektion verfügt über intelligente Aufbewahrungslösungen und über luxuriöse Details wie Lederakzente für den Trolley, das geprägte Vasad-Logo und robuste Reißverschlüsse. Egal, ob geschäftlich unterwegs oder im geplanten Abenteuer-Urlaub: Mit der klassischen Reise-Kollektion reisen Kunden immer stilvoll und komfortabel.

Klimafreundliche Sonderanfertigungen

Bleistifte, erhältlich bei Reidinger, sind wahlweise superdünn, ganz kurz oder richtig lang ausgeführt und können auch als besonderer Blickfang ungespitzt oder zweiseitig gespitzt geliefert werden. Der Schreibgerätespezialist produziert nicht nur sämtliche Produkte mit dem Climate Partner Label Finanzieller Klimabeitrag, sondern realisiert Sonderanfertigungen mit nahezu unbegrenzten gestalterischen Möglichkeiten. Für einen unübersehbaren Platz in der ersten Reihe können Logo und Botschaft individuell inszeniert und eine Lackierung in Sonderfarben, Tauchkappe und Zierring in Wunschlänge und -farbe oder Abschlusskappe in beliebiger Farbe umgesetzt werden. Das Reidinger-Team realisiert kreative Unikate, mit denen sich Unternehmen garantiert von der Masse abheben. Im praktischen Bleistift-Konfigurator entstehen mit wenigen Klicks wirklich auffällige und außergewöhnliche Markenbotschafter. Auf Wunsch stehen die Designexperten beratend zur Seite. Einzigartig ist übrigens nicht nur die Optik des Blickfänger-Bleistifts, sondern auch seine Umweltbilanz. Die nützlichen Werbebotschafter aus dem Naturstoff Holz passen perfekt in unsere Zeit.



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

Starke Cargo-Box

Einen originellen Palettencontainer aus Papier auf einer Minipalette aus Echtholz gibt es bei my logo on food GmbH. Die Cargo-Box, eine leckere Fracht für die Weihnachtszeit, wird aus nachhaltigem Karton hergestellt und standardmäßig mit dem Slogan „Santa Approved – Special Delivery“ bedruckt. Gefüllt wird die Cargo-Box No 4 mit einem 80 Gramm schweren Gourmet-Christstollen und einem Schoko-Weihnachtsmann mit einem Gewicht von 25 Gramm. Sechs weitere Füllungen können angeboten werden. Die praktische Cargo-Box kann mit einem Druck in 1c oder 4c, einem Aufkleber 4c, einem am Schleifenband befestigten Anhänger in 4c und ab 3000 Stück mit einem 4c All-Over-Druck individualisiert werden. Auf Wunsch lässt sich auch die Mini-Holzpalette mit einem 1c Druck veredeln.



PSI 45384 • my logo on food GmbH
 Tel +49 2861 9588888
 f.fischer@mylogoonfood.de
 www.mylogoonfood.de



PSI 49384
 May Atki Market Etiket Dokuma San. Tic. Ltd.
 Tel +90 212 485 1071
 istakip@mayatki.com.tr
 https://mayatki.com.tr/en

Individuelle Gabensets

Kurz vor den Feiertagen bietet May Atki eine große Auswahl an individuell gestaltbaren Textilprodukten und Geschenksets an. Diese reichen von individuell gestalteten Socken, die elegant in Geschenkboxen verpackt sind, bis hin zu umfassenden Sets, die Mützen, Schals, Pullover und Socken enthalten. Jedes Set wird auf der Grundlage der Kundenpräferenzen zusammengestellt. Alle Produktdesigns werden auf die speziellen Wünsche des Kunden zugeschnitten, wobei das erfahrene Team des Unternehmens aus der Türkei professionelle Designdienstleistungen anbietet. Mit globalen Versandoptionen und einem vertrauenswürdigen Ruf bedient May Atki Kunden auf der ganzen Welt, auch in den USA und Europa.



MOOD FOR CHRISTMAS
 TAUCHEN SIE EIN IN DIE FESTLICHE STIMMUNG
 MIT DEM NEUEN MOOD GUM!

ClassicDesign



0-9340 GUM

Auch als Set erhältlich.



BOX 0-0944

Weitere glänzende Ideen für Ihre
 Weihnachtspräsente finden Sie hier.



uma-pen.com



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

Glühender Trinkgenuss

Getränkesspezialist Römer Drinks hat einen in Nürnberg nach Jahrzehnte langer Tradition hergestellten, aromatischen Glühwein in einer Original Krugflasche im Sortiment. Die tollen Aromen von Anis, Zimt, Nelken und Kardamon garantieren einen gehaltvollen würzigen und süßen Geschmack. Die Glühwein-Rezeptur kann bei Bedarf auch noch individuell zuhause verfeinert werden, etwa mit Schuss oder garniert mit weiteren Obst-Einlagen. Einfach erhitzen, aber nicht kochen. Und dann genießen. Die Flaschen können ab 60 Stück mit eigenem Etikett und einer passenden Kapsel ausgestattet werden. Der Glühwein ist auch in einer 0,25 Liter-Variante erhältlich, ab 120 Stück auch mit individuellem Etikett bei Römer Drinks zu beziehen. Als antialkoholische Variante bietet der Lieferant einen alkoholfreien Glühpunsch in der Liter-Flasche an. Außerdem erhältlich: Standard-Motive im Weihnachtsdesign, ab einer Menge von 30 Stück ab Lager.

Elegant öffnen

Der hochwertige Flaschenöffner aus dem Sortiment von Holz Frank kombiniert Design und Nachhaltigkeit auf stilvolle Weise. Der Griff aus FSC®-zertifiziertem Buchenholz bietet nicht nur eine angenehme Haptik, sondern betont auch das Engagement des Herstellers für umweltfreundliche Materialien. Komplementiert wird dieser durch eine schicke Klinge aus schwarzem Edelstahl, die sowohl robust als auch elegant ist. Dieses exklusive Küchenaccessoire eignet sich hervorragend als personalisiertes Werbegeschenk. Der Werbeartikel-spezialist aus Bayern bietet die Möglichkeit, den Flaschenöffner mit einer präzisen Lasergravur zu versehen, welche sich ideal für Firmenlogos oder individuelle Motive eignet. Ob für Kunden oder als Teil der Business-Ausstattung: Dieser Flaschenöffner ist ein praktisches und gleichzeitig ästhetisch ansprechendes Tool, das in jeder Küche oder Bar Eindruck macht.



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

Rezeptblöcke mit Backförmchen

Draußen der Schnee, im Wohnzimmer knistert der Ofen und der Geruch von Zimt liegt in der Luft. Auf die besinnliche Weihnachtszeit stimmen die Rezeptblöcke mit Backförmchen von emotion factory Heri-Rigoni ein. Mit dem Back-Spaß für die ganze Familie lassen sich vier himmlische Backrezepte zaubern. Diese Rezeptblöcke sind in unterschiedlichen, kreativen Formen wählbar. Vom Tannenbaum über den Kometen und die Glocke bis hin zum Herzen reicht die Palette für die eigene Weihnachtsbäckerei. Damit das perfekte Lieblingsplätzchen auch zum Augenschmaus wird, werden die Backrezepte von einer Auswahl aus elf verschiedenen, weihnachtlich geformten Backförmchen ergänzt. Dadurch wird das Plätzchen auf jedem Teller zum genussvollen Hingucker. Die Titelseite des Rezeptblocks wartet darauf individuell gestaltet zu werden und ist somit der perfekte Ort für die Werbeplatzierung oder die festlichen Weihnachtsgrüße.

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



THEMENBOX
„WEIHNACHTEN“

FREUDE SCHENKEN!

Mit außergewöhnlichen
Werbe- und Geschenkartikeln.

Bald ist es wieder soweit – Weihnachten naht!

Aber dieses Jahr sind Sie perfekt vorbereitet: Mit unserer praktischen **Themenbox „Weihnachten“** inspirieren Sie schon jetzt Ihre Kunden.

Positionieren Sie sich rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft als Werbemittelhändler Nr. 1 und erleichtern Sie Ihren Kunden die Suche nach den perfekten Geschenken für Kunden, Partner und Mitarbeiter.

Schon an
Weihnachten
gedacht?
Inspirieren und
begeistern Sie Ihre
Kunden schon jetzt
frühzeitig.

Jetzt
müheles in
unter 3
Minuten
Ihre Kunden
bemustern!



Diese und viele weitere Branchen- & Themenboxen finden Sie online unter:

mbw.sh



PSI 49110
Klam Textiles Marketing & Stickerei
Tel +49 7129 92869-0 • mail@klam.de
www.klam.de

Topindividuelle Textilveredelung

Die textilen Sonderproduktionen von Klam stehen für maximale Individualität, auch schon in kleinen Auflagen. Einzigartige Schnitte, hochwertige Materialien und perfekt ausgewählte Farbgebungen sind ein Privileg, das bisher nur Global Playern vorbehalten war. Von der ersten kreativen Idee über das Design bis hin zur Textilproduktion und Veredelung realisiert das Unternehmen aus Baden-Württemberg gemeinsam mit seinen europäischen Partnern Textilprojekte, die sich von der Masse abheben und durch Qualität und Liebe zum Detail überzeugen. Das Klam Design- und Serviceteam berät kostenlos zu den verschiedensten Möglichkeiten für textile Sonderproduktionen.

Regenschutz mit LED Skylight

Die Fare Skylight-Regenschirm-Modelle sind der ideale Begleiter in der dunklen Jahreszeit, die regennasse Straßen, Nebel und dämmriges Licht mit sich bringt. Eine integrierte LED-Beleuchtung am oberen Ende des Stocks schaltet sich beim Öffnen des Schirms automatisch ein und erleuchtet den Weg vor dem Träger inklusive Wegunebenheiten, Pfützen und Hundehaufen. Selbst bei der Suche nach dem Haustürschlüssel in der Handtasche kann die Leuchte helfen. Zudem wird der Nutzer von anderen Straßenverkehrsteilnehmern besser gesehen. Die Fare® Skylight-Familie überzeugt zudem durch flexible Fiberglasschienen und hält dank seines hochwertigen Windproof-Systems auch stärkeren Windböen stand. Die Beleuchtung ermöglicht bei der Bedruckung der Keile einen besonderen Effekt. Mit dem Fare® Allover Xpress Service sind die Schirme ab 100 Stück individuell bedruckbar. Dafür stehen jetzt auch ein Taschen- und ein Gästeschirm aus der Skylight-Serie zur Wahl. Nach Auswahl des Modells kann nahezu jedes beliebige Motiv oder die gewünschte Unifarbe im Corporate Design vollflächig auf den Außenbezug gedruckt werden. So kommen Firmenlogos, Maskottchen, Fotos von Firmengebäuden, Produktabbildungen oder andere schöne Fotomotive groß raus.



PSI 43144
Fare – Guenther Fassbender GmbH
Tel +49 2191 60915-223
v.kronenthal@fare.de
www.fare.de



Individuelle Adventsgrüße

Der CD-Katalog Advent und Weihnachten 2024 aus dem Sortiment von CD-LUX begeistert mit innovativen Neuheiten. Individuell bedruckte Adventskalender zählen zu den beliebtesten Werbemitteln in der Weihnachtszeit. Die Werbung bleibt garantiert 24 Tage im Mittelpunkt, ohne in der Flut der Weihnachtspost unterzugehen. Zu den Neuheiten von CD-LUX gehören Nachhaltigkeits-Champions wie das innovative Adventshaus Lindt Edition Organic, der der neue Tisch-Adventskalender Organic mit Milka Schokolade und der verführerische Adventskalender mit Merci Petits. Kreatives Upcycling für Nachhaltigkeits-Pioniere verkörpert der neue Lindt Adventskalender aus Naturkarton, aus Coffee-Cup-Paper oder aus Graspapier. Die mit feinsten Premium-Markenschokolade von Lindt & Sprüngli, Milka, Sarotti oder Ritter SPORT gefüllten individuellen Adventskalender sind sympathisch, emotional und ideal für eine persönliche Übergabe. Auf Wunsch übernimmt der Hersteller den kompletten Einzelversand direkt an den Kunden. Seit 2018 produziert CD-LUX alle Produkte mit finanziellem Klimabeitrag zu einem Umweltschutzprojekt. Wo es möglich ist, werden bei CD-LUX CO2-Emissionen vermieden und reduziert. Muster und kostenlose Layoutvorschläge auf Anfrage.



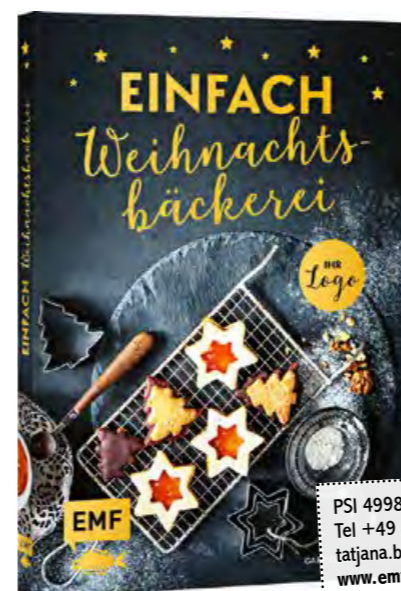
PSI 45452 • CD-LUX Adventskalender GmbH
Tel +49 9971 85710 • info@cd-lux.de
www.cd-lux.de

Tritt ein, bring Weihnachten herein

Weihnachtsfeeling vermitteln die aus nachhaltigem Econyl® Garn gefertigten Logo-matten von emco Bautechnik. Personalisiert ist jede dieser Weihnachtsmatten ein Unikat, das für große Freude und Überraschung des Empfängers garantiert. Die Fußmatte kann optimal mit allen Winter- und Weihnachtsthemen bedruckt werden. In Kombination mit weiteren kleinen Präsenten im gleichen Design, lassen sich Geschäftspartner und Kunden effektiv überraschen. Die emco Weihnachtsfußmatten stehen während der Advents- und Winterzeit garantiert im Mittelpunkt. Neben Vorteilen wie der wirkungsvollen Aufnahme von Schmutz und Feuchtigkeit, überzeugt die bedruckbare Teppichmatte durch die dauerhafte Präsenz des Kundenlogos. Alle Produkte sind Made in Germany. Die Mindestbestellmenge beträgt nur ein Stück. Auch Express-Lieferung ist möglich.



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



Süße Festtage

Leckere Plätzchen und süße Desserts verschönern die Adventszeit und steigern die Vorfreude auf das Fest. Mit maximal sechs Zutaten kommen die Rezepte im weihnachtlichen Backbuch von Edition Michael Fischer, EMF-Verlag, aus. Die festlichen Klassiker können dadurch einfach und schnell nachgemacht werden. Auf diese Weise bleiben die Vorbereitungen auf die besinnliche Zeit möglichst entspannt und stressfrei. Von Christstollen über Spitzbuben bis hin zu Spekulatius-Cup-Cakes ist alles vertreten, was das Bäckerherz höherschlagen lässt. Seitenzahl, Ausstattung und Design, etwa auch mit einem Logo auf dem Cover, können individuell an das werbende Unternehmen angepasst werden.

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



PSI 49090 • TDJ Stadtgärtner GmbH
Tel 5921 8183986
werbemittel@diestadtgaertner.de
www.diestadtgaertner.de

Der Wunscherfüller

Einmal im Jahr pflücken Die Stadtgärtner auf den Wiesen Pustebäume von Hand und zaubern aus ihnen ihr Signature-Produkt: den Wunscherfüller. Die echten Pustebäume im Glas sind ein einzigartiges Geschenk für wertvolle Kunden, gute Partner und treue Mitarbeiter. Sie stehen für gute Wünsche, sind aufmerksamkeitsstark, wertschätzend und echt. Produziert werden die in zwei Größen erhältlichen Wunscherfüller in Zusammenarbeit mit der örtlichen Lebenshilfe am Produktionsstandort in Deutschland. Der Große Wunscherfüller ist eine ganze Pustebäume im hochwertigen Glas mit Korke, personalisierbar über einen Hangtag und einen Jutebeutel. Der Kleine Wunscherfüller enthält ein einzelnes Pustebäumchen in einem kleinen Korkfläschchen, das auf einer Trägerkarte mit einem Reben-Bindedraht befestigt ist. Die Trägerkarte kann mit dem individuellen Firmenlogo personalisiert werden und wird so zu einem ganz besonderen, naturverbundenen Werbegeschenk. Die Anwendung ist einfach: Augen schließen, kräftig pusten und fest an den Wunsch glauben.

Schlüsselfertig

Die Schlüsselanhänger von Pins & mehr bieten kreative Möglichkeiten, um die Markenpräsenz zu stärken: Durch die Anpassung an spezifische Kundenwünsche entstehen einzigartige Werbemittel, die einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Ob Firmenlogo, einprägsamer Slogan oder individuelles Design: Die Möglichkeiten der Individualisierung sind ebenso vielfältig wie einprägsam. Hochwertige Materialien wie etwa Metall, Leder, Holz oder Weichgummi und eine präzise Fertigung garantieren Langlebigkeit und Qualität. Die Anhänger eignen sich perfekt als Werbegeschenk auf Messen, Veranstaltungen oder auch als Dankeschön für treue Kunden. Mit individuell angefertigten Schlüsselanhängern von Pins & mehr bleibt die Marke bei der Zielgruppe stets im Blickfeld.



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

Sorgfältig zusammengestellt

Originelle und nachhaltige Werbegaben liefert Retulp Custom mit seinen sorgfältig zusammengestellten Paketen, Kombinationen von stilvollen, praktischen Retulp-Produkten mit einer Auswahl verschiedener Gutscheine, ideal für jede Gelegenheit. Zur Auswahl stehen entweder verschiedene Bestseller oder aber eigens ausgesuchte individuelle Pakete mit der Mix & Match-Option. Der Werbespezialist aus den Niederlanden bietet zudem die Möglichkeit, jedes Produkt in den Geschenkpaketen zu personalisieren. Durch die Kombination eines personalisierten Produkts mit einem Gutschein lässt sich ein vollständig maßgeschneidertes Geschenkpaket erstellen. Dies drückt nicht nur Wertschätzung aus, sondern passt auch perfekt zu den Interessen und Vorlieben des Empfängers.



PSI 60479 • Retulp Custom B.V.
Tel +31 62 2586785 • customize@retulp.nl
www.retulp.nl



Grüße vom Schneemann

Die in der EU hergestellten Mailingverstärker aus naturbelassenem, FSC zertifiziertem Birkenesperrholz aus dem Produktportfolio von team-d punkten mit unschlagbaren Vorteilen: Die Produkte eignen sich perfekt für ein Weihnachtsmailing und bieten vielfältige Möglichkeiten für einen Druck oder Laser-Logo. Die ab 200 Stück mit eigenem Motiv umsetzbaren Weihnachtsartikel zum kleinen Preis werden auf kurzem Wege geliefert. Die Motive werden aus einer drei Millimeter dicken, leichten Platte ausgesägt. Als Standardmotiv sind Grüße vom Schneemann, Grüße aus Bethlehem, Schneekugel-Baumanhänger sowie Stifthalter-Weihnachtsbäume erhältlich.



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



GO GREEN



GO EUROPE

Made in Europe – das steht für kurze Wege und langlebige Qualität. Das Material mit rPET begeistert in vielen trendigen Farben und der Rucksack durch Design und Funktion.



Notebook-Rucksack
EUROPE

HALFAR
Starke Taschen.

Vertrieb über den Werbemittelhandel
Halfar System GmbH D-33719 Bielefeld | Germany
Telefon: +49 (0) 521 / 98 244-0
www.halfar.com



Reflektierende Begleitung

Wer seine Firma, Ware, Dienstleistung oder Botschaft individuell und bei Tag und Nacht gut sichtbar vermitteln möchte, findet bei reflAktive, einer Marke der safeReflex GmbH, reflektierende Anhänger, Aufkleber, Klackbänder und weitere aufmerksamkeitsstarke Produkte. Selbst Sonderformen sind bei relativ geringen Werkzeugkosten auch in kleineren Auflagen umsetzbar. Mit der Produktion in Deutschland und deutschen respektive europäischen Materialien hält sich der Hersteller, soweit wie möglich, an das Lieferkettengesetz. Die Produkte eignen sich hervorragend im Outdoor- und Sportbereich, für Fahrradfahrer, Fußgänger, Rollator- und Rollstuhlfahrer und andere Verkehrsteilnehmer. Auch für Mailings oder Produktbeilagen werden sie häufig eingesetzt. Für eine Beratung zu Auswahl und Gestaltung passender Produkte steht das Personal des Herstellers zur Verfügung.



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

Innovativer Nützling mit Mehrwert

Ants & friends stellt seinen selbst entwickelten, innovativen 2in1-Schlüsselanhänger mit Flaschenöffner vor. Das Gadget, dessen Design- und Gebrauchsmuster geschützt ist, stellt einen modernen, stilsicheren und hochwertigen Werbeträger dar und ist ein einzigartiges Produkt, welches über die Funktion eines simplen Accessoires hinausgeht: Es öffnet jedes Erfrischungsgetränk mit Kronkorken mühelos. Für die Herstellung wird nachhaltiges, langlebiges rPET-Material aus recycelten PET-Flaschen verwendet. Geeignete Einsatzbereiche sind neben Gastro-Promo-Events und Festivals etwa auch Recruiting-Messen. Der Schlüsselanhänger ist ein Highlight in jedem Präsentset respektive jeder Onboarding-Box. Eine Einfärbung erfolgt nahe Pantone entsprechend der Corporate Identity. Jedes Tau kann zweifarbig umgesetzt werden. Die Veredelung mittels hochwertiger Lasergravur auf dem Metall-Flaschenöffner sorgt für einen stilsicheren und langlebigen Wiedererkennungswert.



PSI 11492 • ants & friends GmbH
Tel +49 421 643699-0
info@antsandfriends.com
www.antsandfriends.com



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



Maßgeschneidertes Marketing

Auf maßgeschneidertes Marketing setzen Interessenten am Angebot der Werbeartikel-Sonderanfertigungen von mbw®. Mit den exklusiven Sondermodellen bieten die Norddeutschen unendliche Möglichkeiten, die gewünschte Werbebotschaft in Szene zu setzen. Ob Schnabel's® Quietsche-Enten, MiniFeet® Plüschtiere, Schmoozies® Displayreiniger oder Anti-Stress-Artikel der renommierten Marken Squeezies® und Herr Bert® – gemeinsam mit den hochqualifizierten Kundenberatern werden persönliche, perfekt an die Zielgruppe angepasste Sympathieträger entwickelt, inklusive Umsetzung in Sonderfarbe. Nach Mitteilung der Wunschfarbe präsentiert mbw umgehend eine beeindruckende Visualisierung. Schnell, unkompliziert und bereits in kleinen Mindestmengen sind die gewünschten Sympathieträger lieferbar.

Dekoratives aus Apfelschalen

Ro-we präsentiert eine neue Kollektion von Weihnachtsdekorationen aus Apple-Skin Material. Apple-Skin ist ein Material, das aus Apfelschalen und -kernen hergestellt wird. Für eine optimale Performance haben die Werbeartikelspezialisten aus Italien die Apfel- mit einer Korkbasis kombiniert, die ebenfalls pflanzlich und vegan ist. Diese Weihnachtskugeln können beidseitig digital bedruckt werden, was sie zu einem perfekten Gadget für den Endkunden macht. Ab einer Mindestabnahmemenge von 100 Stück sind der Kreativität kaum Grenzen gesetzt. Bezüglich der Formgebung ist die Weihnachtsdekoration als runde Weihnachtskugel, sternförmig sowie als runde 3D-Weihnachtskugel mit Verzahnung umsetzbar. Die Produkte werden in Italien hergestellt.



PSI 47430
Ro-We SNC DI Brusaterra Roberto & C.
Tel +39 044 4946914 • info@rowe.it
www.rowekeyholders.com

Beste Lederpflege

Mit dem Schuhpflege-Set Black Box präsentiert Frank Bürsten das ideale Weihnachtspräsent für Glattlederschuhe. Das Set enthält je zwei schöne, edle und hochwertige Rosshaar-Cremebürsten, Rosshaar-Glanzbürsten, Schuhcremes sowie Poliertücher. Sinnvoll ergänzt wird das Set mit einem Schuhanzieher, der das einfache Anziehen von Schuhen ermöglicht. Mit diesem Schuhpflege-Set wird alles abgedeckt, was für die perfekte Pflege von Glattlederschuh benötigt wird. Sanft wird die Schuhcreme mit den Cremebürsten aufgetragen und eingearbeitet. Mit den Glanzbürsten werden die Schuhe zum Glänzen gebracht. Bei regelmäßiger Pflege sind eine ausgezeichnete Optik, hohe Lebensdauer und Freude an den Schuhen garantiert. Aufbewahrt wird das Ensemble in einer schwarzen Kartonbox. Auf Wunsch setzt das für jahrzehntelange Erfahrung in der Produktion hochwertiger Bürsten bekannte Unternehmen individuelle Firmen- oder Werbelogos auf der Box und auf den Bürsten um.



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



PSI 42487 • Reflects GmbH
Tel +49 2234 9900-0 • info@reflects.de
www.reflects.de



Logenplatz für Kreditkarten

Der Kölner Werbeartikel-Multispezialist Reflects® zaubert unter der Marke RE98® – Classics & Ideas sein neuestes Ass aus dem Ärmel: den Kreditkartenhalter RE98-Grand Ouvert. Die Eigenentwicklung beeindruckt durch ihre pfiffige Fächerfunktion, die einen schnellen und bequemen Zugriff auf die Karten ermöglicht. Der handliche Kreditkartenhalter mit Platz für bis zu fünf Kreditkarten passt in jede Tasche. Der intuitive Schiebemechanismus ermöglicht es, die Karten sanft nach oben zu schieben und für einen schnellen Überblick wie bei einem Kartenspiel aufzufächern. Die Karten lassen sich zudem spielend leicht einzeln herausnehmen. Das schlanke Etui besteht aus Aluminium und recyceltem ABS-Kunststoff und beinhaltet einen zuverlässigen RFID-Ausleseschutz. Der RE98-Grand Ouvert lässt sich effektiv per Lasergravur, Tampondruck und UV-Druck veredeln. Die großzügige, durchweg sichtbare Aluminium-Oberfläche ist ideal für die Präsentation von Logos und Slogans. Eine ansprechende Geschenkverpackung wertet den Artikel zusätzlich auf.

Nostalgisch gefärbt

Smart ist, wenn Nachhaltigkeit und Nostalgie miteinander verschmelzen und wenn wegweisendes Design mit kurzen Lieferwegen zusammengeht, so wie bei der Taschenserie Europe von Halfar®. Das Besondere: Alle Taschen der Serie werden in Europa gefertigt und sind direkt ab Lager verfügbar, womit für gute Lieferbedingungen zum Fest gesorgt ist. Neben fünf weiteren Farben ist es dann vor allem das Rot-meliert, das diese Serie zur idealen Weihnachtskollektion macht. Diese Farbe verleiht dem Recycelmaterial rPET ein Extra an nostalgischer Festlichkeit. Mit ihren beiden Notebook-Rucksäcken sowie einem Laptop-Rucksack, einer Notebook-Tasche und einer Sportrespektive Reisetasche ist die Europe-Serie für viele Zielgruppen und Anlässe breit aufgestellt. Je nach Modell verleihen ausgesuchte Details wie Magnetverschlüsse, Metall-Accessoires, Polsterungen, extra Handgriffe, Trolley-Schlaufen und versteckte Reißverschlussfächer dem minimalistischen Design einen besonderen Clou.



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

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



Perfekt für festliche Sets

Die exklusive Keksdose aus hochwertigem Weißblech aus dem Sortiment von Dosenspezialist weckt die Vorfreude auf das Weihnachtsfest: Sie ist perfekt geeignet für festliche Präsentsets, gefüllt mit köstlichen Leckereien. Personalisieren lässt sich die Dose mit einem Firmenlogo oder einem individuellen Design per Digitaldruck, Prägung oder Lasergravur. Lebensmittelecht und schnell lieferbar, ist sie ein ideales Geschenk für Mitarbeiter oder Kunden. Zur Auswahl stehen verschiedenen Formen, darunter rund, eckig oder quadratisch, passend für jeden Geschmack und jedes Designkonzept. Mit einem einzigartigen Weihnachtsgeschenk lässt sich die eigene Marke gekonnt in Szene setzen – unvergessliche Weihnachtsmomente.

Gesunder Snack

Bei den würzig-süßen Snack Balls von Der Zuckerbäcker trifft Power auf Geschmack: Die leckeren Nuss-Trockenfrucht-Kugeln sind der perfekte, natürliche Snack für den kleinen Hunger. Sie sind ideal als Ausgleich bei Stress im Büro oder als Genuss beim Weihnachtsshopping unterwegs. Die Energy Balls sind immer willkommen, ganz ohne Zuckerzusätze oder künstliche Aromen. Die Sorte Zimt Mandel ist vegan und verzaubert durch ihre feine Würze im Spiel mit der Süße von Datteln, Feigen, Weinbeeren und Pflaumen. Durch das individuell bedruckte Etikett ab einer Mindestmenge von 50 Stück trägt sich die Werbung positiv und langfristig in die Welt. Die hochwertigen Gläser können nachgefüllt oder als Vorratsglas wiederverwendet werden.



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

WEIHNACHTSKUGELN MIT LOGOAUFDRUCK
CHRISTMAS BAUBLES WITH LOGOPRINT

XMAS-LOGO
BRAUNS HEITMANN

Made in Germany

birgit.muellner@brauns-heitmann.de

— Anzeige —



PSI 46311 • Troika Germany GmbH
Tel +49 2662 95110 • d.geimer@troika.de
www.troika.de/business

Erste Reihe für Reisedokumente

Reflective Traveller, das Dokumenten-Etui von Troika, dient nicht nur als organisatorisches Hauptquartier, sondern ist zugleich ein leuchtender Begleiter: Mit seinem reflektierenden Material sorgt es auch in abenteuerlichen Reisesituationen immer für beste Sichtbarkeit. Das stark reflektierende, smarte Organisationstalent verfügt über wasserfeste Reißverschlüsse und Handschlaufe, Fronttasche fürs Smartphone oder den Reisepass, elf Innenfächer für Karten und Reiseunterlagen sowie eine Stiftschleife. Reflective Traveller, erhältlich in Grau, ist zu 100 Prozent aus Polyester gefertigt. Die Handschleife sorgt für einfaches Tragen, während das graue Design dem Etui einen modernen und stilvollen Look verleiht.



Spendabler Adventskalender

Adventskalender sind fester Bestandteil der klassischen Weihnachtsgaben. Wer herausstechen möchte und sich zeitgleich sozial engagieren möchte, findet neu und exklusiv bei Jung individuell bedruckbare Adventskalender mit Schokotäfelchen von der Social-Impact-Marke share. Jeder Adventskalender, gefüllt mit 24 share Schoko-Täfelchen, spendet eine Mahlzeit für ein an Hunger leidendes Kind in Somalia. So lässt sich zum Beispiel mit dem neuen Täfelchen-Adventskalender Haus Gutes tun. Für besonders hohe Aufmerksamkeit sorgt dank 360-Grad-Gestaltung der neue 3D-Adventskalender Bus. Zudem finden sich bei Jung viele Kalender mit umweltschonendem Papier-Inlay, das in der Papiertonne entsorgt werden kann. Als günstige Give-away-Alternative bietet der Hersteller unter anderem den neuen Klett Weihnachtsmann in 15 Gramm. Klein, fein und Grund genug, sich an die Werbebotschaft zu erinnern.



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



PSI 49348 • Boogie Design
Tel. +48 668 11 77 33
boogie@boogie-design.pl
www.boogie-design.com

Winterliche Wohlfühl-Produkte

Mit dem Gedanken an Winter, Weihnachten und Geschenke werden Assoziationen wie Wärme, Geborgenheit und Gemütlichkeit geweckt. Boogie Design setzt in diesem Zusammenhang auf Wohlfühl-Produkte aus weichem und natürlichem Wollfilz, sichere und umweltfreundliche Recyclingfilze, hergestellt in Europa. Mit diesen Materialien arbeitet das Unternehmen aus Polen seit fast 20 Jahren. Und diese Produkte haben etwas, das jeden dazu bringt, sie lange zu behalten: die Eigenschaft, wunderschön zu altern. Das Sortiment des osteuropäischen Werbeartikelspezialisten umfasst viele klassische Weihnachtsprodukte, aber auch alljährlich hinzukommende, selbst entwickelte neue Produkte. Das Boogie Design-Team steht auch für die Planung besonderer Projekte zur Verfügung.

Gepfefferte Werbeargumente

Auf der Suche nach einem stilvollen, vielfältig einsetzbaren Werbeartikel wird der Kunde bei Spranz fündig. Die Metmaxx® Salz- und Pfeffermühle OrganicDuo ist in Silber ausgeführt. Das formschöne Produkt verfügt über eine manuell bedienbare Salz- und Pfeffermühle mit Keramikmahlwerken. Das Produkt mit Design-Metallkorpus lässt sich leicht justieren und wird ohne Füllung in Verpackungseinheiten von je 30 Stück im Designkarton geliefert. Weitere Designprodukte ohne Designzuschlag finden sich im kostenlos erhältlichen Spranz-Werbeartikelkatalog wieder.



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

LOLLIS MIT FIRMENLOGO

Passend zur Weihnachtszeit bietet das Lolli-Start Up „Salon Buck“ Logo Lollis mit einem innovativen, weihnachtlichen Twist an!

WEIHNACHTEN MIT STICHEL

DAS PERFERTE WEIHNACHTSGESCHENK

- Zuckerfrei
- Vegan
- Made in Germany

WEIHNACHTLICHE GESCHMACKSORTEN

Unsere festlichen Geschmackssorten

- Gebrannte Mandel
- Lebkuchen
- Vanillekipferl
- Kirsche



Digitale Lolli-Muster sind für PSI-Mitglieder gratis. Anfragen an shop@salonbuck.de oder direkt per Telefon: +49 176 21100 736

www.salonbuck.de



SALON BUCK



PSI 40823
Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG
Tel +49 7834 973-0 • klio@klio.com
www.klio.com



Stilvoll dokumentieren

Die Produktfamilie Unique von Klio-Eterna vereint besondere Materialien mit hochwertiger Verarbeitung und exquisitem Design. Neben dem traditionellen Kugelschreiber ist das hochwertige Metallschreibgerät auch als raffinierte Rollerball-Variante erhältlich. Unterstützt wird der ohnehin schon sehr wertige Gesamteindruck durch das hohe Eigengewicht und den gefederten Stahlklipp. Ob modernes Carbon oder edles Nussbaumholz: Die Unique-Modelle überzeugen sowohl optisch als auch haptisch und hinterlassen einen bleibenden Eindruck beim Empfänger. Die aus massivem Messing hergestellten Schreibgeräte verfügen über eine silberglänzende Spitze und ein dazu passendes Oberteil. Analog zu den Kugelschreibern sind bei den Rollerball-Varianten auch das Griffstück und die Kappe in Silberoptik gehalten. Die Personalisierung in Form einer dauerhaften Lasergravur sowie ein passendes Geschenketui runden das individuelle und exklusive Präsent ab.



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

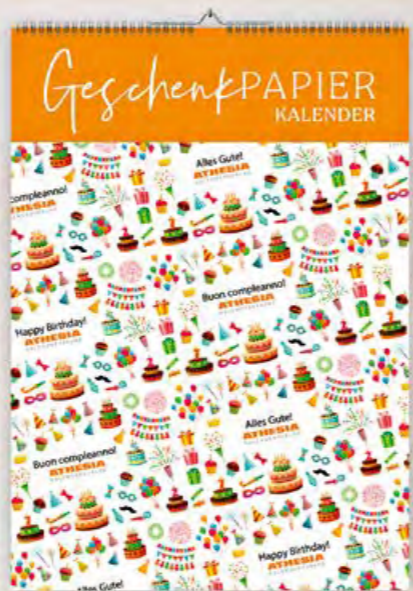
Praktische Küchenhelfer

Präsentsets wie das Küchenhelfer-Duo, bestehend aus Geschirr- und Schwammtuch, liefert die Druckerei marcolor. Dabei werden beide Tücher per Direktdruck nach Kundenwunsch individualisiert und dann mittels einer ebenfalls eigens gefertigten Banderole aus Recycling-Papier zum Set vereint. So ergibt sich ein schönes und zugleich nützliches Geschenk. Beim Küchentuch kann zwischen den beiden Qualitäten Baumwolle und Halbleinen ausgewählt werden, die Schwammtücher hingegen überzeugen aus einem Mix aus Baumwolle sowie Holz und Zellulose und kommen somit komplett ohne Plastik aus. Die Mindestabnahmemenge beträgt 100 Stück. Bei den Schwammtüchern kann auf eine fertige Designvorlage für Weihnachten oder Ostern zurückgegriffen werden, in welche das eigene Logo integriert werden kann.



Kalender mit zweitem Leben

Werbekalender gehören zu den absoluten Klassikern unter den haptischen Werbebotschaftern. Der Kalender vom Athesia Kalenderverlag bietet nun eine Zweitverwertung, denn die Wunschmotive erhalten ein zweites Leben als Geschenkpapier. Damit überzeugt der nachhaltige Geschenkpapier-Kalender mit einem praktischen Mehrwert. So lässt sich das Werbegeschenk mit individuellem Design und Nachhaltigkeit in einem Wandkalender 2025 als Geschenkverpackung verbinden. Das Kalendarium ist dezent integriert und wird auch durch sein Format von 49 mal 68 Zentimeter zum Blickfang an der Wand. Ab einer Auflage von 250 Stück kann ein firmenindividueller Geschenkpapier-Kalender produziert werden, auf Wunsch zudem klimaneutral.



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



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

Schützt vor Sonne, Wind und Kälte

Dieses unauffällige Baumwollbandana mit weihnachtlichen Elementen aus dem Sortiment von Promo House ist ein perfektes Weihnachtsgeschenk, besonders für Menschen, die im Freien aktiv sind. Das Produkt schützt vor Sonne, Wind und Kälte. Unternehmen verwenden es oft im Rahmen von verschiedenen Massenveranstaltungen, da ein Bandana trotz der kleinen Werbefläche das Logo oder Firmenprodukt perfekt zur Geltung bringen kann. Der polnische Werbeartikelspezialist fertigt quadratische Halstücher aus Baumwolle, Polyester, Viskose, Wolle, Mischgewebe und für anspruchsvolle Kunden auch aus Seide.

Für wärmende Getränke

Ein Must-Have für die kalte Jahreszeit sind Heißgetränke. Für den stilvollen Weihnachtsgenuss einer beruhigenden Tasse Tee oder eine leckeren heißen Schokolade liefert Römer Lifestyle seinen fantasievollen Rominox® Henkelbecher aus Porzellan mit goldener Merry Christmas Aufschrift. Stilvoll und perfekt passend zur Weihnachtszeit. Der Becher mit einem Fassungsvermögen von 350 Millilitern wird in einer attraktiven Geschenkverpackung geliefert. So wird der Becher nicht nur zu Weihnachtszeit zu Hause oder im Büro schnell zum Lieblingsaccessoire.

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





PSI 46311 • Troika Germany GmbH
Tel +49 2662 95110 • d.geimer@troika.de
www.troika.de/business



Um die Ecke leuchten

Die Frontlampe von Troika gibt weißes LED-Licht mit 150 Lumen ab, entweder mit 50 oder mit 100 Prozent. Der Leuchtknopf ist zum optimalen Ausleuchten bis zu 90 Grad abknickbar. Die seitlichen COB-LEDs schaffen 120 Lumen in Weiß als Arbeitslicht oder Rot als Warnleuchte. Eine Schnellblinkfunktion ist überdies inklusive. Umweltschonend lässt sich der 800 mAh Lithium-Ionen-Akku der spritzwassergeschützten Lampe über den integrierten USB-Stecker wiederaufladen. Das Produkt verfügt zum Befestigen an allen Orten, wo Licht gebraucht wird, über eine drehbare Magnethalterung, einen Gürtelclip und ein elastisches Stirnband. Die Lampe besteht aus Aluminium und ABS-Kunststoff und ist in Rot ausgeführt.



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

Tee und Spezialeien

Die beliebtesten Produkte zur Weihnachtszeit aus dem Sortiment von Henosa-Plantanas Group GmbH sind die verschiedenen Teesorten, verpackt in Päckchen, Dosen und Korkgläser, sowie leckere Schokonüsse, wie zum Beispiel gebrannte Mandeln, Schnee- und Zimtmandeln. Interessenten können wählen zwischen Papier- oder Glanzbeutel in verschiedenen Farben. Verpackt zu 50- und 100-Gramm-Päckchen oder 100-Gramm-Dosen. Ab 100 Stück sind diese Werbemittel mit individuellem Etikett erhältlich, mit frei wählbarer Sorte. Auf Wunsch kann auch eine Holzbox individualisiert werden. Ein neutraler Werbeflyer zum Weiterleiten an den Endkunden steht unter folgendem Internet-Link zum Download bereit: <http://downloads.henosa.de/pdf/LeckereWeihnachtsIdeen.pdf>



Wellness am Schreibtisch

Das Präsentset Nature von Gabriele Bühring und ihrem Team ist eine persönliche Wellness-Oase am Arbeitsplatz. Das nachhaltige Set aus Natur- und Recyclingkork aus ökologischem Anbau wird bereits in kleinen Stückzahlen individuell in Sonderanfertigung hergestellt und mit Liebe gepackt. Perfekt für eine kleine Auszeit zur Unterstützung der eigenen Gesundheit sind die kleine Faszienrolle zur Lockerung verspannter Muskeln, die Faszienkugel für gezielte Massage im Nacken- und Fußbereich sowie die Schreibunterlage oder das Mauspad aus Naturkork: Dieses ist nicht nur umweltfreundlich, sondern vermittelt auch ein angenehmes Arbeitsgefühl und ist auf Wunsch auch mit Gelaufage erhältlich. Eine elegante Lasergravur oder eine Bedruckung werden zur Veredelung empfohlen. Für größere Mengen kann der Kork individuell eingefärbt werden. Das Präsentset Nature ist nicht nur ein nachhaltiger Hingucker, sondern bietet zugleich vielfältige Möglichkeiten zur Entspannung und Erholung direkt am Schreibtisch, für mehr Wohlbefinden und Produktivität im Berufsalltag.

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



Weihnachten bemustert

Interessierten Unternehmen liefert mbw bereits jetzt eine Musterbox zum Thema Weihnachten und Neujahr für die mühelose, kostengünstige und zielgruppengerechte Bemusterung der Kunden. Diese einzigartige Box ist randvoll mit Plüschartikeln, Displayreinigern, Bade-Enten, Hundespielzeug und der beliebten Herr Bert® Figur, passend zur festlichen Jahreszeit. Diese Werbeatikel sind vielseitig einsetzbar als Mitarbeitergeschenk, Kundenüberraschung, Sponsoring für die Weihnachtsfeier des örtlichen Kindergartens oder als Dreingabe zum eigenen Produkt. Sie bieten die perfekte Lösung, um die eingesetzten Werbeatikel praxisnah zu präsentieren und die Bedürfnisse der Kunden optimal zu erfüllen. Die Musterboxen sind ab sofort bestellbar und können von mbw direkt neutral an den Kunden versendet werden.

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



– Anzeige –

stilolinea

CLASSIC, TIMELESS, ELEGANT
PERFECTION OF THE DETAILS,
FOR A WINNING PROMOTION,
MADE IN ITALY

RAJA®

PREMIUM PRODUCT

QUALITY AND ENVIRONMENTAL CERTIFICATION

EXCELLENT WRITING

TOP Quality

MADE IN ITALY
PRODOTTO IN ITALIA

FIRST CLASS MATERIALS

stilolinea
100% MADE IN ITALY
STILOLINEA.COM

MOOD for Christmas

Festliche Momente, die in Erinnerung bleiben, verbreitet der neue MOOD GUM von uma. Mit seinen verzierten Details und der matten GUM-Oberfläche ist er nicht nur ein Hingucker, sondern auch eine willkommene Gabe für liebe Verwandte, Bekannte oder Geschäftspartner. Die Softtouch-Oberfläche, sowie die Softdrehmechanik sorgt für ein angenehmes Schreibgefühl – ideal für das Schreiben von Weihnachtskarten oder wichtigen Notizen. Eine individuelle Lasergravur rundet das Ganze ab und verleiht dem Schreibgerät eine exquisite Wertigkeit. Kombiniert mit einem schicken Etui rundet sich das perfekte Weihnachtspresent. Noch beeindruckender wird der Kugelschreiber zum Duo ergänzt mit einem passenden Rollerball. Auf diese Weise kommt die Werbung gleich doppelt zur Geltung.



PSI 41848
uma Schreibgeräte Ullmann GmbH
Tel +49 7832 707-0 • info@uma-pen.com
www.uma-pen.com

PSI 40785 • Schreiner Coburg GmbH
Tel +49 9561 833011 • info@lineale.de
www.schreinercoburg.de



Individuelle Büroutensilien

Sonderanfertigungen sind beim Büroartikelhersteller Schreiner Coburg Standard. Zum breiten Produktsortiment gehören zum Beispiel Lineale in Sonderlängen und -breiten für eine maximale Werbefläche, in speziellen Konturen und Formen, mit Sonderskalen, als Schablone, Datenschieber oder Datenscheibe, hergestellt aus Kunststoff oder Aluminium. Schreiner Coburg ist darauf spezialisiert, Sonderwünsche mit derselben Sorgfalt und Qualität wie jeden Standardartikel umzusetzen. Die Veredelung wird ein- oder beidseitig im Sieb-, Digital- oder UV-Offsetdruck umgesetzt. Das Unternehmen aus Bayern fertigt sämtliche seiner Produkte in Deutschland und erstellt auf Anfrage ein entsprechendes Angebot.

PSI 60604 • LARQ inc.
Tel +31 639 762598
sales.international@livelarq.com
www.livelarq.com

Wasser in Reinkultur

Mit den Larq-Flaschen steigen nicht nur Sportler auf sauberes, wohlschmeckendes Wasser zu Hause und unterwegs um: Zur Auswahl steht neben der Twist Top Bottle mit ihrem schönen, preisgekrönten zweifarbigen Design auch die Flip Top Bottle mit einem Flip-Top-Strohalm zum Schlürfen und einem Karabiner zum einfachen Tragen. Beide Trinkgefäße sind doppelwandig vakuumisoliert, um das Wasser bis zu 24 Stunden kalt zu halten. Außerdem sind sie spülmaschinenfest und können für eine bessere Flüssigkeitszufuhr aufgerüstet werden. Die Larq-Flasche lässt sich mit intelligenten Zusatzgeräten für die mobile Wasserreinigung oder -filterung anpassen. Alle sind mit der PureVis™- oder Nano Zero-Technologie von Larq kompatibel.



Rollink



Faltbar auf
7cm



Hergestellt aus
robustem
Polycarbonat



Handgepäck bei
den meisten
Fluggesellschaften



Leichtgewicht



Möglichkeiten der
Individualisierung

Max Wagner GmbH
info@rollink-koffer.de
www.rollink-koffer.de



KICK AND RUSH und VAN BAVEL bündeln Kräfte

Die Unternehmen KICK AND RUSH und VAN BAVEL – Enjoy Giving haben sich zur KICK AND RUSH GROUP zusammengeschlossen. Laut einer Mitteilung der beiden Firmen „macht dieser strategische Zusammenschluss die belgische Gruppe zu einem der wichtigsten Akteure in Westeuropa“ im Merchandise-Bereich.

Die neu gegründete KICK AND RUSH GROUP hat sich zum Ziel gesetzt, die „authentischen Verbindungen zwischen Marken, Unternehmen und Menschen zu schaffen, indem sie schlanke Lösungen mit einer menschlichen Note anbietet“.

„Das richtige Produkt in der richtigen Form, das eine klare Strategie unterstützt, ist das, was eine authentische Verbindung zwischen Ihrer Marke und Ihrem Publikum herstellen wird“, sagt Tom Verhaert, CEO von KICK AND RUSH. „VAN BAVEL – Enjoy Giving genießt einen ausgezeichneten Ruf im Bereich der Markenartikel und arbeitet mit renommierten Marken wie Chiquita, Barry Callebaut, Volkswagen (D'Ieteren) und Makita zusammen. Ihr Know-how passt perfekt zur umfangreichen Kundenliste von KICK AND RUSH, zu der Toyota, Veolia, Dassault, Daikin, Komatsu und viele andere gehören“, so Verhaert weiter.

Während VAN BAVEL – Enjoy Giving über langjährige Erfahrung im Streckengeschäft und im Management einzelner Projekte verfügt, zeichnet sich KICK AND RUSH durch seinen Ansatz für umfassende globale und lokale Merchandise-Programme aus. Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Erstellung von vollständig integrierten digitalen Lösungen, Webshops und Lagerhaltung, wobei es seinen Kunden absolute Transparenz und Sicherheit bietet.

Fachwissen und Transparenz in Bezug auf ESG sind wesentliche Qualitäten, die die neue KICK AND RUSH GROUP, die nun durch VAN BAVEL – Enjoy Giving verstärkt wird, mitbringt. Durch den Zusammenschluss erzielt

die Kick And Rush-Gruppe laut Mitteilung einen gemeinsamen Umsatz von 30 Millionen Euro. Durch die Fusion werden Van Bavel – Enjoy Giving und Kick And Rush nahtlos in die Kick And Rush Group integriert. Michel Van Bavel, ehemaliger CEO von Van Bavel – Enjoy Giving, übernimmt Position des Chief Growth Officer.

Zu den Unternehmen

Kick And Rush bietet umfassende Lösungen für Markenartikel an, von der Erstellung kundenspezifischer Artikel bis hin zur Abwicklung und Erfüllung. Mit operativen Systemen, einschließlich E-Commerce-Lösungen und einem hochmodernen Lager, arbeitet das wachsende Team von Merchandising-Experten daran, authentische Verbindungen zwischen Marken, Unternehmen und Menschen herzustellen. www.kickandrush.com

Seit 1953 reüssiert VAN BAVEL – Enjoy Giving als Werbemittelspezialist. Das erfahrene Team kümmert sich von der Ideenfindung bis zur Lieferung um wirkungsvolle Kampagnen. Im Portfolio finden sich zahlreiche Werbeartikel, Prämien und POS-Materialien.

Drinkware-Hersteller meldet Insolvenz an

Listawood (A T Promotions Ltd) hat Insolvenz angemeldet. Ben Peterson und Lee Causer von BDO LLP wurden am 3. Juni 2024 zu gemeinsamen Verwaltern der Gesellschaft bestellt, wie der Unternehmenswebseite listawood.com zu entnehmen ist. 1988 als kleiner Anbieter von Magnetspielen gegründet unternahm Listawood 1992 seine ersten Schritte auf dem Werbemarkt, ist auf der Webseite des britische Branchendienstleisters Sourcing City zu lesen. Der seinerzeit rasch steigenden Nachfrage nach seinen Produkten wollte der europaweit agierenden Drinkware-Hersteller mit Werken in Indien, Polen und den Niederlanden Rechnung tragen.

Noch im Januar 2024 hatte Listawood als Aussteller an der PSI teilgenommen.

Anfragen in Bezug auf das Unternehmen sollten gerichtet werden an: BRCMTNorthandScotland@bdo.co.uk
www.listawood.com



KICK AND RUSH / VAN BAVEL

Thibaut Fontaine (Vorsitzender des Verwaltungsrats von Kick and Rush), Michel van Bavel (Gründer von Van Bavel), Tom Verhaert (CEO Kick and Rush). Bild: KICK AND RUSH

Europäische Verbände schließen sich in der EAC zusammen

In der Woche nach Pfingsten trafen sich mehrere europäische Verbände und der amerikanische Branchenverband Promotional Products Association International (PPAI) in Stockholm, Schweden, mit dem Ziel, die Werbeartikelbranche weiter voranzubringen. Wie aus einer Pressemitteilung verlautet, verpflichteten sich Vertreter aus den zehn aus der EU teilnehmenden Ländern, die „European Association Cooperation“ (EAC) zu gründen, um die Anstrengungen innerhalb der Branche besser zu koordinieren und gemeinsame Herausforderungen anzugehen. An dem Treffen nahm auch PSI Direktorin Petra Lassahn als Repräsentantin des mit 5.000 internationalen Mitgliedsunternehmen starken europäischen Werbeartikel-Netzwerks teil.

Laut Mitteilung ist es das Ziel der EAC, die Zusammenarbeit in ganz Europa zu fördern, um den Wert der Werbeartikelbranche in den einzelnen Ländern zu maximieren: „Trotz vieler gemeinsamer Herausforderungen hat die Werbeartikelbranche in Europa traditionell auf einer länderspezifischen Basis gearbeitet. Die Gründung des EAC ist ein entscheidender Schritt hin zu einem einheitlicheren Ansatz, bei dem gemeinsame Problemlösungen die Standards und Praktiken der Branche auf dem gesamten Kontinent verbessern werden.“

Fokus auf Nachhaltigkeit und Compliance

Zwei der Hauptthemen, mit denen sich der EAC befasst, sind mit Nachhaltigkeit und Compliance „kritische Themen, mit denen der Werbeartikelmarkt in der EU konfrontiert ist. Der EAC ist bestrebt, eine Führungsrolle zu übernehmen und Standards zu setzen, die nachhaltige Praktiken in der gesamten Branche fördern“, heißt es weiter. Darüber hinaus standen eine Reihe weiterer Themen auf der Tagesordnung des Treffens, darunter die Formalisierung des EAC als Organisation. Die neu gegründete juristische Einrichtung mit dem Namen Association Internationale Sans But Lucratif (AISBL) wird ihren Sitz in Brüssel, Belgien, haben.

Im Laufe der zwei Tage führten die Teilnehmer „produktive Diskussionen und strategische Planungssitzungen“ durch. An den Abenden erkundete die Gruppe die kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten Stockholms und förderte so das gemeinschaftliche Miteinander und das gegenseitige Verständnis. „Diese Zusammenarbeit stellt einen wichtigen Meilenstein in der Werbeartikelindustrie dar und verspricht, die Zusammenarbeit zu verbessern, Innovationen voranzutreiben und höhere Standards in ganz Europa zu setzen“, so das Resümee des Treffens.

Über EAC

Die EAC (European Associations Cooperation) ist eine neu gegründete Branchenorganisation für die Zusammenarbeit zwischen den vielen verschiedenen nationalen Handelsverbänden in Europa. Ziel ist es nach Selbstauskunft der EAC, das Profil der Werbeartikel- und Textilindustrie auf europäischer Ebene durch den Austausch bewährter Verfahren zwischen den Mitgliedsländern zu schärfen.



Die Teilnehmenden des EAC-Treffens in Stockholm.



Vom EAC eingerichtete Taskforces:

- Steuern/ Recht (Österreich)
 - Politik/ Lobby (Belgien)
 - Kommunikation/ Marketing / Ausstellungen / Messen (Deutschland)
 - Bildung/ Akademie (Niederlande)
 - Digitalisierung (Schweiz)
 - Europäischer/ Globaler Monitor / Zahlen (Frankreich)
 - Nachhaltigkeit (Schweden)
- In der EAC vertretene Länder:
Österreich • Belgien • Frankreich • Deutschland • Italien • Niederlande • Polen • Spanien/ Portugal • Schweden • Vereinigtes Königreich • Vereinigte Staaten (nicht offiziell Mitglied der EAC)

Museum of Promotional Articles goes Europe

Das Museum of Promotional Articles – kurz MoPA – geht nach seiner eindrucksvollen Premiere auf der PSI Messe 2024 in Düsseldorf auf Europatour. Die mobile Exposition, die sich in Form einer ausführlichen Dokumentation der Entwicklung der haptischen Werbeform widmet und in sich ausführlich mit den gegenwärtigen und künftigen Ikonen der Werbeartikel- und Merchandising-Industrie befasst ist ein Werk des Teams der Cybergroup International.

Cybergroup-CEO Steven Baumgaertner kündigte auf der Eröffnung der MoPA bereits an, dass man die Präsentation auf Reisen schicken wolle: „In Kooperation mit den europäischen Leitverbänden sollen die Exponate, soll die Historie des Werbeartikels, europaweit begeistern.“

Eine erste erfolgreiche Station der Tour brachte die Ausstellung schon im März dieses Jahres auf der HAPTICA® live hinter sich, wo laut Baumgaertner bereits einige weitere Kontakte – u.a. zu Hochschulen – geknüpft werden konnten. Nun kündigte er an, dass die MoPA am 4. und 5. September auf den „The Supplierdays 2024“ im niederländischen Houten zu sehen sein wird. Ein weiterer Termin werde dann laut Baumgaertner 2025 in Paris geplant.

Die Pop up Ausstellung dokumentiert auf 170 Quadratmetern, aufgeteilt in sechs Räume sowie einen MoPA Museums Shop, die Historie von Werbung und die Entwicklung „klassischer“ Produktgruppen. Jeder Raum repräsentiert die Entwicklung einzelner Artikelwelten, von der generellen Entstehung bis hin zum ersten Einsatz in der Welt der Werbung. Und natürlich richtet sich der Blick auch in die Zukunft: Wohin und wie entwickeln sich Werbeartikel und Merchandising? Welchen Einfluss haben moderne Technologien und wie können sie in unsere Zukunft der haptischen Werbung integriert werden? Damit greift die MoPA auch topaktuelle Fragestellungen auf, die die Werbeartikelbranche bewegen. Nähere Informationen unter: www.mopa.world

Das Museum of Promotional Articles – kurz MoPA – geht nach seiner eindrucksvollen Premiere auf der PSI Messe 2024 in Düsseldorf auf Europatour. Die mobile Exposition, die sich in Form einer ausführlichen Dokumentation der Entwicklung der haptischen Werbeform widmet und in sich ausführlich mit den gegenwärtigen und künftigen Ikonen der Werbeartikel- und Merchandising-Industrie befasst ist ein Werk des Teams der Cybergroup International.



Thomas Buscher „gibt Gas“ für Bartenbach

Thomas Buscher ist neuer Key-Account-Manager beim Mainzer Unternehmen Bartenbach Werbemittel GmbH & Co. KG. In seiner 30-jährigen Tätigkeit auf Hersteller-, Händler- und Importeur-Seite konnte Buscher alle Seiten der Haptik aufbauen. Mit ihm verstärkt Bartenbach Beratung und Vertrieb.

Bei Bartenbach Werbemittel ist der 59-Jährige aus Worms seit April 2024 verantwortlich für Key-Account-Kunden und wird darüber hinaus im Außendienst unterwegs sein – auch um den Vertrieb bei der Akquise neuer Kunden zu unterstützen: „Ich bin ein Fan von haptischer Werbung und die kann man Kunden nur im direkten Kontakt wirklich näherbringen.“

Mit seinem Arbeitsmotto hält es der leidenschaftliche Motorradfahrer und Mannschaftssportler wie mit seinen Hobbys: „Ich will Gas geben für die Ideen und Bartenbach bietet eine ideale Plattform dafür. Mein Ziel ist es, Agenturkunden als Werbemittelkunden zu gewinnen und umgekehrt.“

www.bartenbach-werbemittel.de

Bartenbach Werbemittel



Thomas Buscher. Bild: Bartenbach Werbemittel GmbH & Co. KG

Die Ikone – jetzt digital: Der neue LAMY safari note+

Zahlreiche Studien beweisen: wer mit der Hand schreibt, denkt besser. Handschrift ist ein bedeutender Schlüssel für lebenslanges Lernen. Das Unternehmen Lamy mit seiner gleichnamigen Marke für hochwertige Design-Schreibgeräte setzt aufgrund dieser Erkenntnisse auf das Schreiben mit der Hand – analog und digital. Es ist Teil der Mission von Lamy, das Schreiben von Hand ins digitale Zeitalter zu überführen. Ab Juli 2024 profitieren auch iPad-Nutzer:innen von der außergewöhnlichen Lamy Expertise für ergonomische Schreibgeräte: Mit dem LAMY safari note+, der speziell für das iPad entwickelt wurde, ergänzt ein weiteres „Digital Writing“-Produkt das Portfolio der Marke. Basierend auf dem Weltbestseller LAMY safari verbindet er bewährte ergonomische Vorzüge mit aktuellster Technologie. Vier Farbvarianten ermöglichen dabei individuellen Ausdruck und verwandeln den LAMY safari note+ in ein Lifestyle-Accessoire.

Der Launch des LAMY safari note+ erweitert das Sortiment für digitale Schreibgeräte der Marke um die Nutzung auf dem iPad. Das ergonomisch geformte Griffstück des LAMY safari note+ sorgt im digitalen Einsatz für müheloses Schreiben mit der Hand. Die feine Spitze sorgt für ein präzises und klares Schriftbild. Zusätzlich ermöglicht seine besondere Neigungs- und Druckempfindlichkeit in Kombination mit entsprechenden Apps, verschiedene Linienstärken und Schattierungen zu erzeugen, ähnlich einem Bleistift. Die Individualität der persönlichen Handschrift bleibt gewahrt.

Der LAMY safari note+ bietet zwei Funktionstasten für benutzerdefinierte Schnellzugriffe, die das Arbeiten mit unterschiedlichen Apps erleichtern. Die lange Akkulaufzeit von bis zu zehn Stunden und eine USB-C Ladefunktion für problemloses Aufladen bei paralleler Nutzung gewährleisten, dass der individuelle Kreativfluss zu keiner Zeit gestört wird. Beim Farbdesign steht Individualität im Vordergrund: All Black, White, Steel Black und Red. Wie sein analoges Gegenstück erlaubt damit auch der LAMY safari note+ das Setzen eines persönlichen Statements.

Der LAMY safari gehört zu den Klassikern im Schreibgerätesegment. „Der LAMY safari zählt seit 1980 zu den Design-Ikonen der Schreibgeräte“, so COO/CFO Peter Utsch. „Mittlerweile wurden über 60 Millionen Exemplare verkauft.“ Auch bei dem digitalen LAMY safari note+ bleibt Lamy den Features seiner Ikone treu: Die ergonomische Griffzone und der selbstfedernde Bügelclip sowie eine aufsetzbare Kappe zum Schutz der Spitze sind der analogen Version des LAMY safari entlehnt.

Durch lange Erfahrung im Bereich analoger Schreibgeräte schafft es Lamy im digitalen Bereich, die spezifischen Bedürfnisse von Schreibbegeisterten jeden Alters zu erfüllen. „Mit dem Ausbau des Segments Digital Writing schaffen wir die Voraussetzungen, um die Handschrift als Lern- und Kreativkompetenz in die Zukunft zu führen“, so CEO Steffen Rübke. Dabei kommt der LAMY safari note+ in unterschiedlichen Bereichen zum Einsatz: als Begleiter für Schüler:innen und Studierende, als Tool für Young Professionals oder als Ausdrucksmittel für Künstler:innen und Creator.

Der LAMY safari note+ ist ab Juli 2024 erhältlich – im B2B-Bereich für die D-A-CH Werbeartikelbranche über die Hamburger Distribution Exclusive Gifts B2B GmbH.

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



Konfigurierbares Kabelset gewinnt Red Dot Award 2024

Das konfigurierbare 6-in-1 Kabelset REEVES-myConvertics des Kölner Multispezialisten für haptische Werbeartikel REFLECTS® wurde mit dem Red Dot Award 2024 für außergewöhnliches Produktdesign ausgezeichnet. Das REFLECTS®-Eigendesign hat die internationale Jury durch seine hohe Designqualität und seine Originalität überzeugt. Im Juni 2024 findet die Preisverleihung in Essen statt.

Das im Frühling 2023 veröffentlichte Kabelset ist farblich konfigurierbar. Wahlweise kann das schwarze oder weiße Gehäuse mit einem Silikonring in 17 ansprechenden Farben kombiniert werden. Während das Gehäuse aus recyceltem ABS-Kunststoff gefertigt ist, besteht das Kabel und die Adapter aus recyceltem TPE-Kunststoff. Eine besondere Option präsentiert REFLECTS® mit einer eleganten Bambusvariante: das REEVES-Convertics Bamboo. Diese innovative Weiterentwicklung kombiniert starke Funktionen mit einer warmen, edlen Ästhetik. Auch in dieser Version werden das Kabel und sämtliche Stecker aus recyceltem TPE-Kunststoff hergestellt.

REEVES-myConvertics und REEVES-Convertics Bamboo enthalten ein USB-C auf USB-C-Kabel mit bis zu 60 Watt, einen 8 Pin für Apple® Adapter, einen Micro-USB Adapter und einen USB-A Adapter. Das Kabel eignet sich sowohl für schnelles Aufladen als auch für bequeme Datenübertragung. Dank eines Magnetverschlusses bleibt das kreisförmige Gehäuse sicher verschlossen. Durch leichtes Drehen und Schieben lässt sich der Deckel mühelos öffnen. Das Case kann bequem an der Tasche, am Rucksack oder ähnlichem befestigt. Das beidseitig bedruckbare Gehäuse bietet eine großzügige Bühne für Werbebotschaften, die per Tampondruck oder UV-Druck aufgebracht werden können. Das Bambusgehäuse ist zusätzlich per CO2-Lasergravur veredelbar.

www.reflects.com



Klar, übersichtlich, emotional – BERENDSOHN präsentiert neue Website

Die BERENDSOHN AG, namhafter deutscher Anbieter für Werbeartikel im Direktvertrieb, hat unter www.berendsohn.de eine neue Webseite eingeführt. Wie das Unternehmen mit Sitz in Hamburg mitteilt, „markiert der Relaunch einen bedeutenden Meilenstein im Rahmen der digitalen Transformation und zementiert zugleich den Anspruch, auch online ‚BESTER PARTNER‘ für Unternehmen zu sein, die ihre Sichtbarkeit verbessern möchten“.

Die neue Website präsentiert sich Kunden und Interessenten mit einem klaren und übersichtlichen Design, das von emotionalen Einstiegsbildern und ansprechenden Produktfotos geprägt ist. Neben dem modernen ‚Look & Feel‘ wurde auch die Benutzerführung überarbeitet und an die Bedürfnisse einer optimierten Usability angepasst.

Wer auf der Suche nach effektiven Markenbotschaftern ist, findet die passende Inspiration im Online Shop. Hier haben die Marketingprofis von BERENDSOHN eine handverlesene Vorauswahl an außergewöhnlichen Werbeartikel integriert – darunter zahlreiche Design-Klassiker, BERENDSOHN exklusive Artikel und nachhaltig produzierte Produkte.

Eine zentrale Funktion der neuen Website ist die Werbeartikel-Konfiguration, die es Kunden ermöglicht, die favorisierte Werbegabe mit einem Logo oder einer speziellen Werbebotschaft bedrucken zu lassen. Diese personalisierten Lösungen sind besonders attraktiv für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), die großen Wert auf einzigartige Marketinginstrumente mit einer hohen Wiedererkennung legen, um ihre Zielgruppen zu erreichen. Wie es weiter heißt, „unterstreicht der Relaunch die BERENDSOHN Philosophie, als Konzept-Partner im Werbe-Markt wahrgenommen zu werden“. So werden umfassende Digital-Services angeboten. www.berendsohn.de



Zum Ende der Weiterbildungstage wurde allen Teilnehmenden ein „Zertifikat“ ausgehändigt.

GWG Young Professionals

Auch die Fruchtgummi-Produktion beim Spezialisten Kalfany Süße Werbung wurde besichtigt.



Werksführung beim Schreibgerätespezialisten uma in Fischerbach.

Erste „Akademie“ für den Werbemittelnachwuchs

Im Mai vergangenen Jahres starteten die „GWG Young Professionals“ ihre Mission, junge und engagierte Menschen für die Werbeartikelbranche zu begeistern. Im Fokus stehen dabei vor allem auch Vernetzung und Weiterbildung. Mitte Mai 2024 nun organisierte die Arbeitsgruppe „Schulungen & Events“ die erste „Akademie“ für den Werbemittelnachwuchs im Kreise der GWG-Mitglieder.

Die Akademie ist eine neue Schulungs- und Netzwerk-Veranstaltung, um aufstrebenden Werbeartikelprofis interessante Schulungsinhalte und Netzwerkmöglichkeiten näher zu bringen. Die verfügbaren Plätze bei der ersten Zusammenkunft dieser Art waren rasch vergeben. Auf dem Programm der insgesamt 16 Akademieteilnehmer standen Besuche beim Werbesüßwarenherstellers Kalfany Süße Werbung in Herbolzheim sowie beim Schreibgerätespezialisten uma in Fischerbach. Im Mittelpunkt standen dort Führungen durch die Fertigungsbereiche der beiden Betriebe, verbunden mit Schulungen der verschiedenen in den Unternehmen eingesetzten Drucktechniken zur Personalisierung der Produkte bzw. der Verpackungen. Bei einem Treffen mit einer Management-Führungskraft eines der größten lokalen Unternehmen gab es wertvolle Facts aus dem unternehmerischen Alltag zu erfahren. Außerdem standen Themen wie Produktzusammensetzung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit auf der Agenda. Die freie Zeit nutzten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei den abendlichen Zusammenkünften zum näheren Kennenlernen und Austausch. Zum Ende der Weiterbildungstage wurde allen Teilnehmenden ein „Zertifikat“ ausgehändigt.

„Da unsere Branche von den Beziehungen zwischen den handelnden Personen lebt, hatten wir einiges geplant, um die Akademie auch zu einer Netzwerkveranstaltung zu machen. Dem ausgesprochen harmonischen Miteinander während der Tage und einem ersten positiven Feedback der Teilnehmenden scheint uns dies auch gelungen zu sein“, resümiert Steffen Fischer, der die Akademie organisierte. „Scheinbar haben wir mit dieser Veranstaltung auch die richtige Kombination zwischen Theorie und Praxis gefunden. Die positive Resonanz hat uns ermutigt, in diese Richtung weiterzugehen und weitere Fortbildungsveranstaltungen anzubieten. Wenn es uns damit gelingt, junge Menschen für unsere Profession zu gewinnen und zu halten, war unser Bestreben erfolgreich. Denn die Branche kann ‚junges Blut‘ sehr gut gebrauchen“, fasst Fischer die Akademietage zusammen, nicht ohne sich im Namen der GWG Young Professionals bei den Unterstützern der Veranstaltung, den Firmen Kalfany Süße Werbung, uma Schreibgeräte Ullmann, IP Adelt, WIL Langenberg und Geiger Notes, zu bedanken.

Unterstützer der ersten GWG-Young Professionals Akademie:

- IP Adelt GmbH
- WIL Langenberg GmbH
- Geiger Notes AG
- Kalfany Süße Werbung GmbH & Co KG
- uma Schreibgeräte Ullmann GmbH

Große Herbstmesse in den Niederlanden

Am 4. und 5. September 2024 öffnen The Supplierdays im niederländischen Houten ihre Pforten. Die nach Angaben der Veranstalter PPP und PromZ „größte Herbstmesse der Werbemittelbranche“ startet erstmals unter dem neuen Namen. Bislang waren die Supplierdays als „De Leveranciersdagen“ fester Bestandteil im

haptisch werbenden Messekalender. Der neue Name ist „ein logischer Schritt“, so PromZ. Als Messeorganisation konzentrierte man sich aussteller- wie besucherseitig zunehmend auf Nordeuropa. Eine weitere Neuerung: Zum ersten Mal werden in der Expo Houten zwei Hallen belegt werden, was mehr als 200 Ausstellern die Möglichkeit bietet, ihre Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren. The Supplierdays richten sich an Lieferanten, Importeure, Händler und Agenturen von Werbemitteln und Dienstleistungen. Ebenfalls zu Gast wird das Museum of Promotional Articles (MoPA) sein. Die Pop-up-Ausstellung der Cybergroup International, die auf der diesjährigen

PSI ihre eindrucksvolle Premiere feierte, widmet sich der Entwicklung der haptischen Werbeform und befasst sich mit gegenwärtigen und künftigen Ikonen der Werbemittel- und Merchandising-Industrie. Nähere Informationen zu den Supplierdays 2024 gibt es unter: thesupplierdays.com/de



MEDICAL promotion baut Marketing- und Vertriebsteam auf

Das Unternehmen GRAMM medical healthcare GmbH hat seinen Geschäftsbereich „MEDICAL promotion“ konsequent ausgebaut, um sich noch intensiver um seine Werbemittelhändler-Kunden und deren Bedürfnisse zu kümmern. „In Anbetracht der wachsenden Nachfrage nach Erste-Hilfe-Produkten haben wir beschlossen, unseren Geschäftszweig MEDICAL promotion zu stärken und ein eigenes Vertriebs- und Marketingteam aufzubauen“, erklärt Geschäftsführer Marc Sauer.

Amanda Giatti ist für das Grafikdesign, das Layout und die Erstellung von Druckdaten für die Erste-Hilfe-Werbemittel zuständig. Petra Vogel und Martha Lisavakis sind erfahrene Fachkräfte im Vertrieb und übernehmen die Auftragsbearbeitung sowie die Kundenberatung von Werbemittelhändlern. Sie legen großen Wert auf eine persönliche und professionelle Kundenbetreuung.

Als deutscher Hersteller hat die GRAMM medical healthcare GmbH, in der Werbemittelwelt unter MEDICAL promotion bekannt, höchste Qualitätsstandards für diese sensiblen Produkte und möchte jedem Werbemittelhändler nahelegen, sich aufgrund der immer strenger werdenden Medizinproduktegesetze genau darüber zu informieren, wer eine korrekte und normkonforme Kennzeichnung, Herstellung und Verkehrsfähigkeit der Verbandstoffe gewährleistet. „Leider gibt es immer noch eine Vielzahl an Anbietern, die Fernost-Ware ohne entsprechende Konformität für Europa anbieten. Der Werbemittelhändler verlässt sich oftmals vertrauensvoll auf seinen Lieferanten, allerdings kann er hier ebenso zur Verantwortung gezogen werden, was den wenigsten bewusst ist“, warnt Marc Sauer.

MEDICAL promotion bietet Werbemittelhändlern und deren Kunden eine Vielzahl von EU-zertifizierten medizinischen Werbemitteln an. Die Pflaster, Erste Hilfe Sets und Verbandskästen können individuell mit Logo oder Kundenmotiv versehen werden. www.medical-promotion.de



Marc Sauer mit seinem Marketing- und Vertriebsteam (v.l.): Amanda Giatti, Martha Lisavakis, Petra Vogel.

elasto launcht neue klimapositive Produktserie

elasto, der renommierte und international etablierte Hersteller von Werbeartikeln, launcht eine neue, klimapositiv produzierte Produktserie, die ab sofort erhältlich ist.

Die neue Bio-Serie elastoNature umfasst zum Produktstart fünf Artikel, die in den drei modernen Farbtönen Schiefer, Minze und Peach Fuzz, der Pantonefarbe des Jahres 2024, erhältlich sind.

elastoNature besteht aus Kohlenhydraten (wie z.B. Mais oder Zuckerrohr) gemischt mit mineralischen Füllstoffen, die durch chemische Prozesse in Kunststoff umgewandelt werden. Die Kohlenhydrate ersetzen damit das Erdöl und bieten eine nachhaltigere Option zur Reduzierung der Abhängigkeit von fossilen Rohstoffen in der Kunststoffproduktion. Der Markt hierfür wächst seit mehreren Jahren.

Des Weiteren haben die elastoNature-Produkte ein negatives Treibhauspotenzial. Diese Produkte zeichnen sich dadurch aus, dass sie während ihrer Lebensdauer mehr CO₂ absorbieren als bei ihrer Herstellung emittiert wird, wodurch sie aktiv zur Verringerung der Treibhausgasemissionen beitragen. Beispielweise werden pro Becher „Tivoli“ 182g CO₂ gebunden. Auf unserer Homepage finden Sie weitere Informationen zur elastoNature-Serie: <https://company.elasto.de/elastonature>



elasto

Stabiles Interesse in Industrie und Handel

Nach einem lebhaften Auftakt der GWW-NEWSWEEK am 28. Februar in Frankfurt (wir berichteten) ziehen der Veranstalter, der Gesamtverband der Werbemittel-Wirtschaft e.V. (GWW), nach Abschluss der diesjährigen Reihe am 15. Mai eine positive Bilanz. Der Verband berichtet von „zufriedenen Gesichtern bei Ausstellern und Endkunden“ an den weiteren sieben Stationen der Tour (Bielefeld, Dortmund, Dresden, Berlin, Hamburg, Stuttgart und München). Rund 80 Werbemittelhersteller und -lieferanten, darunter renommierte Anbieter mit breitem Sortiment, spezialisierte Produzenten wie auch junge Start-ups, präsentierten den von den

(zum Teil an eigenen an Countern vertretenen) Werbemittelhändlern und -beratern eingeladenen Repräsentanten aus dem Industriekundensektor die Vielfalt haptischer Werbung. Mit laut GWW 3.480 Besuchern konnte der Verband damit gegenüber dem Vorjahr insgesamt „einen leichten Zuwachs“ verzeichnen (darunter ein stärkeres Plus von 29,9% in Dresden, einer Location, die wegen des schwachen Besucherinteresses im Vorjahr nicht unumstritten war). Diskussionen hatte es im Vorfeld gegeben, als die Koppelung von Frühjahrs-TREND und NEWSWEEK-Teilnahme wirksam wurde und auf geteiltes Echo stieß.

Der nächste Messetermin des GWW ist die TREND am 24. September, die dieses Mal im Messeboulevard Nord der Koelnmesse stattfinden wird. Weitere Informationen unter: www.gww.de



GWW-NEWSWEEK 2024

Ein „sattes“ Plus an Besucher-Traffic konnte der GWW in Dresden registrieren.

Am 4. und 5. Juni veranstaltete der Gesamtverband Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) seine Jahreshauptversammlung. Treffpunkt war das Parkhotel DOLCE by Windham oberhalb des Kurparks im hessischen Bad Nauheim. Auf der Tagesordnung standen unter anderem aktuelle Projekte und die Messeformate des Verbandes.

GWW-Jahreshauptversammlung

Neues Konzept für Frühjahrs-Messen



Aufmerksam verfolgten die Teilnehmenden die Berichte des Vorstands und des Beirats.

Fast ein Jahr nach der Wahl des neuen GWW-Vorstands hatten sich am ersten Versammlungstag rund 80 teilnehmende Personen der 450 Mitglieder in der schön gelegenen und weitläufigen Veranstaltungslocation DOLCE by Windham eingefunden. Nach der Begrüßung durch den Vorstandsvorsitzenden Frank Jansen standen auf der Agenda zunächst vereinsübliche Punkte wie die Vorstellung des Jahres- und Rechenschaftsberichts, Vorlage und Beschlussfassung der Wirtschaftsberichte von GWW und der die Verbandsmessen ausrichtenden GFW mbH mit der sich anschließenden Entlastung des Vorstandes und der Geschäftsführung.

Aktuelle Projekte

Nach einer Kaffeepause wurden „Aktuelle Projekte“ vorgestellt. Den Auftakt machten Eva Hassenbach und Christiane Nemetz mit dem Bericht aus dem Beirat, der sich in seinem Arbeitsplan als „Top 3 Prioritäten“ die „Überarbeitung des Messekonzepts für die TREND und die NEWSWEEK“ (hier auch die „aktive Einbindung bei der Konzeptentwicklung für Messen“), ein „neues Konzept für

die Gewinnung neuer und Erhaltung der bestehenden Mitglieder“ und einen „intensiven Dialog zwischen dem Beirat und dem Vorstand“ definiert hatte. Über ein im wahren Wortsinn noch ‚junges‘ Projekt des GWW wusste Linus Boell als Vertreter der „Young Professionals“ im Rahmen des Verbandes zu berichten. Diese im vergangenen Jahr gebildete Gruppe möchte junge, engagierte Menschen für den Werbeartikelsektor begeistern und diesen „eine Plattform zum Austausch bieten, Wissen vermitteln und die Branche insgesamt für junge Leute attraktiver machen“. Jüngstes Projekt war eine erste „Akademie“ für den Werbeartikelnachwuchs mit Besuchen und Schulungen bei den Herstellern Kalfany Süße Werbung und uma Schreibgeräte (siehe auch auf Seite 45 dieser Ausgabe).

Politische Arbeit

Ralf Hesse und Frank Jansen berichteten im Folgenden von der politischen Arbeit des GWW, wo man sich in Berlin um eine weitere Verbesserung der steuerlichen Rahmenbedingungen für die Absetzbarkeit von Werbeartikeln bemüht und diesbezüglich auf „neue Kontakte mit



Vorstandsvorsitzender Frank Jansen (links) eröffnete die Tagung. Am Vorstandstisch (v.l.): Ralf Samuel, Ralf Hesse, Elke Bobek, Dirk Winterhoff und Ralf-Uwe Schneider.

Unterstützung der Spitzenverbände“ (Frank Jansen) baut. Hier gestalte sich, so Jansen, die Zusammenarbeit mit Verbänden wie BGA und ZAW „zunehmend intensiv“. Wie im Strategiemeeting von Vorstand und Beirat zuvor schon formuliert, bleibt es „Ziel des Vorstands, die Bande zu anderen Wirtschaftsverbänden zu stärken und damit größere Handlungsmacht zu erreichen; auch zu europäischen Verbänden werden die Kontakte gepflegt und vertieft, um in Zukunft auf ein noch stärkeres Netzwerk zurückgreifen zu können“.

Kontakte zu Hochschulen

Ein weiterer Baustein, um die Werbeartikel-Branche auf die Zukunft auszurichten, soll der Aufbau einer Kooperation des GWW mit Hochschulen und Handelskammern sein: „Ziel ist es hier, eine passgenauer auf die Bedürfnisse der Branche ausgerichtete Ausbildungslinie zu entwickeln sowie einen größeren wissenschaftlichen, praktisch nutzbaren Input aus den Hochschulbetrieben für die Branche abzuleiten, um auf einem breiten Wissensfundament auch in der kommenden Zeit zu bestehen.“ Jansen konnte hier von ersten Kontakten in die universitäre Sphäre berichten, die sich allerdings in einer noch wenig konkreten Anfangsphase befinden.

Fachvortrag zum nachhaltigen Wirtschaften

Ralf-Uwe Schneider nahm als Vorstandsvertreter an einem ersten Treffen des EAC (European Associations Cooperation) in Stockholm teil und stellte diese neu gegründete Branchenorganisation für die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen nationalen Werbeartikelverbänden in Europa sowie deren Intentionen vor (siehe auch Seite 41 dieser Ausgabe), bevor Silvan Dolezalek über Neues zum Thema Optimierung der „digitalen Verbandskommunikation“ referierte. Ein Vortrag der Nachhaltigkeitsmanagement- und -strategieexpertin Bettina Schlüter zum allgegenwärtigen Thema „Nachhaltiges Wirt-

schaften“ mit besonderem Fokus auf den Werbeartikelbereich beschloss den ersten Versammlungstag. Den sich anschließenden Abend nutzten die Teilnehmenden bei einem Barbecue zu kommunikativem Austausch in sommerlicher Atmosphäre.

Neukonzeption der Frühjahrs-TREND

Als Rahmen des zweiten Abschnitts der Tagungsagenda dienste am Folgetag das schicke Jugendstiltheater der Anlage, in dessen Parkett sich das nun durch einige vorzeitige Abreisen reduzierte Plenum der Teilnehmenden etwas verlor. Neben der Präsentation des aktuellen GWW Werbeartikel-Monitors durch Dr. Markus Preißner von IHF Köln GmbH, der die Ergebnisse von letztlich 230 an der Umfrage Teilnehmenden mit leicht positiver Tendenz für die Branche widerspiegelte, standen die „Messeformate des GWW“ auf dem Plan. Darunter auch eine Neukonzeption der Frühjahrs-TREND 2025 und dem weiter (indes mit nun mit freier Wahl der ausstellenden Unternehmen) daran gekoppelten ersten Tag der NEWSWEEK. Wie verkündet, werden diese diesmal in Kooperation mit der Messe Stuttgart unter dem Dach der EXPO 4.0 (anstelle der vormals in diesem Konstrukt platzierten Werbemittelmesse GiveADays) zusammen mit den Messen wetec (Internationale Fachmesse für Werbetechnik, Digitaldruck, Lichtwerbung & Digital) und der TecStyle Vision (Europas Leitmesse für Textilveredlung und Promotion) am 12. und 13. Februar 2025 stattfinden. Hier kamen einige kritische Nachfragen zum noch nicht fixierten Besucherkonzept aus dem Plenum.

Neues zur EU-Produktsicherheitsverordnung

Das Sitzungsprogramm wurde beendet mit einem Referat des dem Verband schon lange verbundenen Juristen Kai Koschorreck zu den Neuerungen und Verschärfungen der EU-Produktsicherheitsverordnung. Die Inhalte werden im Mitgliedsbereich des Verbandes implementiert und der Referent wird künftig auch für Nachfragen zum Thema persönlich erreichbar sein. Nach einem gemeinsamen Mittagsimbiss ging's für die Teilnehmenden wieder auf die Heimreise. <

Erstmals rückte Europas Leitmesse für die Werbeartikelwirtschaft ein Partnerland in den Fokus: die Niederlande. Warum Kooperationen dieser Art am Ende alle weiterbringen, welche zusätzlichen Synergien sich daraus ergeben haben und wie sie die PSI als Branchenplattform einordnen, haben uns der Vorsitzende des niederländischen Branchenverbandes PPP, Joop van Veelen, und John Swaab von Het Portaal im Gespräch verraten.

Welche Vorteile es hat, Partnerland der PSI zu sein

Höhere Sichtbarkeit – noch mehr Qualität

Wie war die Resonanz auf Ihren Auftritt als erstes Partnerland der PSI?
JOOP VAN VEELLEN: „Als Partnerland und mit diesem Pavillon auf der Messe vertreten zu sein, hat uns schon sehr viel Sicht-

barkeit verschafft. Wir hatten im Vergleich zu den Vorjahren mindestens doppelt so viele Besucherinnen und Besucher und sie sind doppelt so lange geblieben. Wir konnten einen kleinen Mittags-Imbiss servieren, der sehr gut angekommen ist und haben viele Gespräche geführt. Die PSI hat uns als Partnerland bei der Eröffnung und bei vielen weiteren Gelegenheiten immer wieder hervorgehoben und dabei einen sehr guten Job gemacht. Die Zusammenarbeit war auch im Vorfeld sehr gut. Insgesamt war das Ganze eine sehr gute Idee.“

JOHN SWAAB: „Ja, ich denke, das war eine sehr gute Wahl. Die Niederlande sind vor allem als Importland bekannt und da liegt eine solche Partnerschaft nahe. Also in der Tat: eine gute Idee.“

Wie zufrieden sind Sie mit dieser Premiere?

JOOP VAN VEELLEN: „Wir haben viele Kolleginnen und Kollegen aus anderen Ländern getroffen und sind sehr zufrieden. Die große Internationalität war ein Riesenvorteil für uns. Wir haben uns intensiv mit den Verbänden aus anderen Ländern ausgetauscht. Das hilft uns sehr, denn wir brauchen internationale Kooperationen, um unsere Branche weiter voranzubringen. Gerade auf europäischer Ebene wollen wir in Zukunft noch stärker zusammenarbeiten.“



Joop van Veelen,
Vorsitzender des
niederländischen
Branchenverbandes
PPP

Welche positiven Impulse erhoffen Sie sich längerfristig für die niederländische Branche?

JOOP VAN VEELLEN: „Unsere Branche ist sehr professionell, aber wir müssen uns ständig weiterentwickeln, um zukunftsfähig zu sein. Gerade im Hinblick auf Themen wie Nachhaltigkeit sowie Rechtsgrundsätze und Regulierungen auf europäischer Ebene müssen wir immer auf dem neusten Stand sein, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dafür sind internationale Partnerschaften und der Austausch wie auf der Messe immens wichtig. Hier finden wir die nötigen Informationen und die Inspiration, um die weitere Entwicklung unserer Branche im Sinne aller Akteure zu gestalten.“

JOHN SWAAB: „Natürlich haben wir wichtige Kontakte geknüpft. Jeder, der in irgendeiner Form ein Handelsunternehmen hat, muss zur PSI kommen. Denn hier findet er 80 bis 90 Prozent der Partner, von denen er seine Produkte beziehen kann. Wer nicht Mitglied ist und nicht zur Messe kommt, dem fehlt eine ganze Menge Branchenwissen.“

Welche Chancen ergeben sich durch die Partnerschaft für beide Märkte?

JOHN SWAAB: „Deutschland ist ein großer Produzent, während wir eher auf den Import spezialisiert sind. Die Produkte, die wir nicht aus Fernost importieren, kaufen wir in Deutschland. Dort bekommen wir beispielsweise den Kunststoff oder die Kugelschreiber. Wir brauchen uns gegenseitig. Deutschland ist ein großer Markt und wir haben einen großen Hafen. Das ist eine gute Kombination



Der Dutch Pavilion hat den Niederlanden als Partnerland der PSI zu mehr Sichtbarkeit verholfen.

und daher ist es ganz logisch, dass wir zusammenarbeiten. Es ist eine gute Partnerschaft.“

Welche Begegnung hat Sie besonders beeindruckt?

JOOP VAN VEELLEN: „Die vielen internationalen Besucherinnen und Besucher haben mich positiv überrascht. Die Bereitschaft zum Austausch und zur Zusammenarbeit, die ich hier überall gespürt habe, hat mich besonders beeindruckt.“

Inwiefern gibt es auch einen Austausch – beispielsweise von Ideen oder Designs?

JOHN SWAAB: „Nach meinen Erfahrungen der vergangenen zehn Jahre nimmt die Qualität der Produkte hier auf der Messe stetig zu. Alle sprechen über die Umwelt und darüber, dass alles grün sein sollte, doch wenn die Produkte hochwertiger sind und länger genutzt werden, ist das auch nachhaltiger. Aus meiner Sicht sind die Werbemittel immer besser geworden, so dass die Leute sie haben wollen und auch wirklich nutzen. Das ist für mich die größte Veränderung der vergangenen Jahre.“



John Swaab, Het
Portaal

Welche Eindrücke haben Sie von der PSI mitgenommen?

JOOP VAN VEELLEN: „Von den drei Messetagen nehme ich vor allem ein gestiegenes Bewusstsein für Nachhaltigkeit mit. Darüber hinaus ist für uns noch einmal deutlich geworden, dass sich unsere Branche in den Niederlanden noch weiter professionalisieren muss. Da geht es bereits voran und ich habe hier den Eindruck gewonnen, dass wir auch in die richtige Richtung gehen.“

JOHN SWAAB: „Es waren wirklich drei sehr schöne Tage. Die Stimmung war gut, die Leute waren sehr enthusiastisch, auch wenn die Weltlage gerade durchaus besorgniserregend ist. Die meisten sind dennoch positiv. Das war deutlich spürbar. Die Leute, die nicht richtig lesen, sagen, die Veranstaltung sei kleiner. Doch im Vergleich zum vergangenen Jahr ist sie um 25 bis 30 Prozent gewachsen. Vielmehr ist die Messe auf dem besten Weg erfolgreich zurückzukommen. Das war die wichtigste Resonanz für mich.“



Die Auswahl an Produkten aus diesen Themenbereichen schafft es **spielend leicht**, die damit verbundenen Werbebotschaften im Herzen der Empfänger zu verankern. Inklusivem langanhaltendem Kuschelfaktor!



PSI 60588
sigikid H. Scharrer & Koch GmbH & Co. KG
Tel +49 9201700 • heidi.rhau@sigikid.de
www.sigikid.de



Praktischer Begleiter für Kids

Die Kindermarke sigikid präsentiert ein großes Taschensortiment mit außergewöhnlichen Motiven und Designs. Neu ist, dass diese Rucksäcke, die für Kinder ab zwei Jahren empfohlen werden, schon ab 50 Stück mit einem individuellen Logo individualisiert werden können. Liebevoll gestaltete Tierformen oder detailgetreue Fahrzeuge – das Sortiment ist groß und an Ideen für exklusive Modelle mangelt es dem hauseigenen Designteam von sigikid nicht. Ab einer Menge von 1000 Stück lässt sich nahezu jeder Wunsch in Form und Farbe in exklusive Modelle umsetzen.

Ökologische Straßenmalkreide

Die ökologische Straßenmalkreide von iubilo Werbeartikel besteht aus natürlicher Kreide und ist mit unbedenklichen Pigmenten eingefärbt. Hergestellt in Deutschland, malt sie farbintensiv auf Stein, Asphalt und Tafeln, auf Papier, Pappe und Textilien. Die konvexe Form liegt angenehm in der Hand. Durch den Filmüberzug ist sie nahezu staubfrei und die Finger bleiben sauber. Die Kreide ist in den Farben Gelb, Rot, Grün, Blau, Weiß und Orange verfügbar. Die Schachtel aus stabilem Karton kann individuell auf fünf Werbeflächen bedruckt werden, individuelle Verpackungen sind möglich.



PSI 44109
WWF Verlagsgesellschaft mbH
Tel +49 257193760 • info@wwf-medien.de
www.wwf-medien.de



PSI 44457
elxact Internationale Werbemittel GmbH
Tel +49 6126 9511-75 • service@e-xact.de
www.e-xact.de

Zauberhaft knifflige Knobeleien

Aus der elxact Zauberwürfel-Schlange entstehen mit wenigen Drehungen Schwäne, Bälle, Elefanten oder viele andere fantasievolle Figuren mit dem Logo des werbenden Unternehmens. Sie fördert die Kreativität und das räumliche Vorstellungsvermögen ebenso, wie der elxact Mirror-Cube. Dieser Würfel besticht durch seine geschmeidige Drehbarkeit in der Diagonale. Er hat neun Felder auf jeder Seite, wie der Zauberwürfel, die aber in unterschiedliche Felder unterteilt sind. Der Cube ist im Kundendesign oder in der Standardvariante mit Spiegelfolie erhältlich.



Kuscheltiere aus dem Norden

Von mbw®, dem Unternehmen aus dem hohen Norden Deutschlands, stammen die liebevoll gestalteten Plüschfiguren der Marke MiniFeet®. Diese charmanten Kuscheltiere sind mehr als nur Spielzeug. Sie sind Markenbotschafter, die Wärme und Zuwendung ausstrahlen. Von klassischen Teddys über thematische Charaktere bis hin zu innovativen Displayreinigern und Tierspielzeugen – die MiniFeet® Kollektion lässt keine Wünsche offen. Ob als markantes Giveaway auf Messen, liebevolles Trostpflaster in Gesundheitseinrichtungen oder als kultiges Sammlerstück sind sie einsetzbar.



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



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

Bunter Bastelspaß

Nie mehr Langeweile versprechen die nachhaltigen Spiel- und Bastelideen im neuen Buch „Eintausend und eine Idee“ aus der Edition Michael Fischer (EMF). Sie laden zum Ausprobieren und Mitmachen ein. Materialien wie Wolle, Pappe, Kreide und Papier sorgen für abwechslungsreichen Bastelspaß. Auf Wunsch platziert das Team von EMF das Logo des werbednen Unternehmens auf dem Cover und/oder Produkte auf den Innenseiten. Ausstattung, Design und Inhalt bestimmt der Kunde und lässt so ein individuelles Produkt entstehen.

Plüsch für jeden Anlass

Der Wasen Hase für den Stuttgarter Wasen ist ein gutes Beispiel für eine Sonderanfertigung nach Kundenwunsch. Seit über 28 Jahren liefert team-d ein buntes Sortiment für fröhliche Kinder. Egal ob klein oder riesengroß, mit oder ohne Kleidung, Tier, Mensch oder Fantasy, Standard Plüsch oder rPET, Kurzhaar oder Langhaar, der Umsetzung von Plüsch sind wenig Grenzen gesetzt. Auch große Formate mit über einem Meter lassen sich umsetzen. Größen von 15 bis 20 cm lassen sich meist schon ab 3000 Stück als Sonderanfertigung realisieren. Betreut werden die Plüschproduktionen von einer TÜV zertifizierten Fachkraft für Spielzeugsicherheit.

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



YOUR UMBRELLA

FARE

FARE® ALLOVER XPRESS

Das Wunschmotiv oder Corporate Design auf den Schirm gebracht: Im vollflächigen Digitaldruck – jetzt auch bei den FARE® Skylights.

<https://www.fare.de/de/allover/xpress/>



BEREITS AB
100 STÜCK
IN IHREM
INDIVIDUELLEN
DESIGN



FARE® Skylights mit LED-Innenbeleuchtung

– Anzeige –



PSI 44457
e!xact Internationale Werbemittel GmbH
Tel +49 6126 9511-75 • service@e-xact.de
www.e-xact.de

Schlange wird zum Würfel

Der e!xact Elastic-Cube mit einer Kantenlänge von 75 Millimetern zeigt im zusammengebauten Zustand nicht, was in ihm steckt: Völlig auseinandergezogen verwandelt er sich in eine Schlange, wobei die einzelnen Würfel mit einem Elastikband verbunden sind. So bleibt er immer in der Hand und jeder Nutzer will die Schlange wieder zu einem Würfel puzzeln. So setzt sich der Kunde mit der Werbebotschaft permanent auseinander.

Raffinesse und Spaß beim Spiel

Ob bei einem lustigen Spiel mit Freunden oder um Kunden bei einer Geschäftsveranstaltung zu beeindrucken – die CreaCard Eco Spielkarten von Anda Present verleihen jeder Interaktion einen Hauch von Raffinesse und Spaß. Als Teil der BE CREATIVE-Kollektion von Anda bietet dieses hochgradig individualisierbare Produkt Unternehmen eine besondere Möglichkeit, ein ansprechendes Firmenimage zu präsentieren. Das Paket enthält 54 französische Spielkarten aus natürlichem Kraftpapier mit verschiedenen Möglichkeiten der individuellen Gestaltung. Der Preis der CreaCard Eco beinhaltet eine vollfarbig bedruckte Schachtel und einen identischen Vollfarbdruck auf der Rückseite jeder Karte.



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

Über Vierbeiner zum Kundenherz

Die individuell anpassbaren Spielzeuge für Hunde und Katzen von mbw® bieten eine gute Möglichkeit, tiefe emotionale Verbindungen zwischen der eigenen Marke und dem Kunden zu knüpfen. Diese Produkte, die mit dem Logo des Kunden versehen, sind nicht nur ein Zeichen der Aufmerksamkeit für die vierbeinigen Freunde, sondern dienen auch als tägliche Erinnerung an die Wertschätzung der Marke. Ob für Tierbedarfsgeschäfte, Versicherungen, Hundeschulen, Tierärzte, tierfreundliche Hotels oder als unvergessliche Give-aways auf Messen – die Spielzeuge sprechen eine breite Palette von Branchen an. Werbemittel der Marke Minifeet® transportieren positive Emotionen und langfristige Erinnerungen.

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



Modellierspaß für Kids

Mit den FIMO kids „funny kits“ stellt STAEDTLER humorvolle Spiel- und Modellersets vor, die speziell für Kinder entwickelt wurden. Die weiche Modelliermasse fördert die Feinmotorik, Kreativität und Fantasie schon in jungen Jahren. Die witzigen Figuren können durch einfache Grundformen schnell modelliert und anschließend im Ofen gehärtet werden. In den verschiedenen Sets sind jeweils 2 FIMO kids Blöcke, ein Modellierstab sowie ein Tattoobogen enthalten. Eine individuelle Werbeanbringung erfolgt mit einem Etikett bereits ab 100 Stück auf dem Set. Ab einer Abnahmemenge von 2000 Stück besteht die Möglichkeit, die Farben der FIMO Blöcke individuell auszuwählen sowie das Design der Sets zu gestalten, um so eigene Motive wie Unternehmensmaskottchen umzusetzen.

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



– Anzeige –



www.refloactive.com

BE SEEN IN YOUR STYLE



1. Design your own cardboard

2. Choose type of fixing

3. Pick the model of soft hangers



PSI 60588
sigikid H. Scharer & Koch GmbH & Co. KG
Tel +49 9201700 • heidi.rhau@sigikid.de
www.sigikid.de

Kuscheliger Werbebotschafter

Die besonders beliebten kuscheligen Werbebotschafter sind im Programm von sigikid reichlich vorhanden, denn nahezu jeder Sortimentsartikel kann zu einem individuellen Markenbotschafter gemacht werden. Als Geburtsgeschenk für Mitarbeiter, Kunden oder Patienten eignen sich zum Beispiel die kuscheligen Baumwoll-Schnuffeltücher in verschiedenen Motiven und Größen. Direkt aufgedruckte Logos sind hier bereits ab 50 Stück möglich. Die Lieferzeit für diese Tücher beträgt etwa drei bis vier Wochen.

Sammelbox für Kartenfans

Willkommen in der Welt des Spiels mit der exklusiven Spielkartendose aus hochwertigem Weißblech von Dosenspezialist. Ob Pokerabende mit Freunden oder gesellige Bridgerunden – diese Dose ist der perfekte Begleiter für alle Kartenspiel-Liebhaber. Veredeln lässt sie sich mit einem Firmenlogo oder einem individuellen Design, sei es durch Druck, Prägung oder Lasergravur und hinterlässt so einen bleibenden Eindruck bei Kunden und Geschäftspartnern.



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

Vierbeiner rundum gut versorgt

Als Anbieter von Tierprodukten für Hund und Katze hat sich Condedi längst einen Namen gemacht und stellt auch für den Werbemittelmarkt ständig neue Innovationen vor. Unter anderem ist die Wurfscheibe „Jane“ im formschönen Design aus Baumwolle mit Ring zu nennen. Sie ermöglicht den interaktiven Austausch zwischen Frauchen und Herrchen und dem Tier. Weiterhin besticht die Wurfscheibe mit einer großen Werbefläche. Die Veredelung erfolgt per Druck. Nicht nur zu Erziehungszwecken ist der Clicker nutzbar und ein Hingucker ist die Zeckenkarte „Bully“. Sie ermöglicht das Entfernen der Plagegeister und unterstützt mit einer eingebauten Lupe.



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



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

Emotionen vermitteln

Sie erwärmen das Herz von Kindern, Eltern und all jenen, die sich nach einer sanften Berührung sehnen. Der Plüschhund Rebarck von Anda Present ist eine charmante Ergänzung für jede Art von Marketingkampagne, die eine Prise Komfort, Sicherheit und Attraktivität vermitteln soll. Als neues Mitglied der GO GREEN-Kollektion von Anda zeigt dieser Hund aus recyceltem PET-Plüsch Freundlichkeit und Umweltbewusstsein zugleich. Rebarck trägt ein niedliches, individuell gestaltbares T-Shirt, das im Transferdruckverfahren bedruckt werden kann.

Schulhofklassiker neu interpretiert

Die Schulhof-Klassiker Gummistift und Hüpfkästchen kombiniert in einem Spiel-Set inklusive Anleitungsbroschüre präsentiert iubilo Werbeatikel. Das strapazierfähige 300 cm lange Gummiband ist stabil vernäht und sehr dehnbar. Die ökologische Straßenmalkreide besteht aus natürlicher Kreide und ist mit unbedenklichen Pigmenten eingefärbt. Hergestellt in Deutschland malt sie farbintensiv auf Stein, Asphalt und Tafeln sowie auf Papier, Pappe und Textilien. Die Werbeverpackung aus stabilem Karton kann individuell auf fünf Werbeflächen bedruckt werden, individuelle Verpackungen sind möglich.



PSI 44109 • WWF Verlagsgesellschaft mbH
Tel +49 257193760 • info@wwf-medien.de
www.wwf-medien.de

Magnetisch magisch

Mit dem elxact Magnetic-Cube stellt das Unternehmen ein neues, komplexes und magnetisches 3D Puzzle vor. Der Spiel- und Kunstwürfel, bei dem 36 Magnete es ermöglichen, über 70 verschiedene Figuren darzustellen. Nicht weniger inspirierend und knifflig ist der elxact Puzzle-Würfel, bei dem sieben Einzelteile wieder zu einem Würfel zusammengesetzt werden wollen. Der Puzzle Würfel ist in Standardfarben und in Natur erhältlich. Ein toller Werbeatikel für alle Altersgruppen! Veredelung im Sieb- oder Digitaldruck ist auf einem Segment möglich.



PSI 44457
elxact Internationale Werbemittel GmbH
Tel +49 6126 9511-75 • service@e-xact.de
www.e-xact.de





Leuchtend farbige Botschafter

Mit großen Werbeflächen und auffälligen Farben werden Werbebotschaften in Szene gesetzt. Das vielseitige Leuchtmarkierer-Sortiment von Stabilo punktet mit Anti-Dry-Out-Technologie und einem Farbspektrum aus strahlenden Neon- sowie sanften Pastell- und Naturfarben. Die Farbpalette ist über Jahre kontinuierlich gewachsen und bietet ein unvergleichliches Farbspektrum. Die vielseitigen Produkte eignen sich als Werbemittel **für verschiedenste Zielgruppen und Einsatzzwecke**. Die hohe Offenlagerfähigkeit mit vier Stunden Austrockenschutz garantiert für alle Stabilo Textmarker eine lange Lebensdauer mit nachhaltigem Werbeeffect. Das präzise Tintenleitsystem sorgt für eine gleichmäßige Abgabe der Tinte auf dem Papier. Außerdem praktisch: Unterstreichen und Hervorheben mit nur einem Textmarker dank der Keilspitze für zwei Strichstärken. Das Sortiment besteht neben Klassikern wie dem BOSS ORIGINAL aus innovativen Leuchtmarkierern wie dem NEON in Tubenform und trendigen Produkten wie dem BOSS MINI by Snooze One – einem sympathischen Mini-Highlighter mit coolen Sprüche im Graffiti-Style vom Berliner Künstler „Snooze One“. Nachhaltige Produkte wie der GREEN BOSS aus 83 Prozent recyceltem Kunststoff runden das Leuchtmarkierer-Sortiment ab.

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

Container wird Werbefläche

Das Container Banner von Graffiti print ist für alle Arten von Nutzcontainern geeignet. Vollständig personalisiert in Bezug auf die Größe und die Aussparungen für Fenster und Türen eignet es sich **hervorragend für die Werbung bei Sportveranstaltungen und Konzerten** und kann auch als Abdeckung für alte Container dienen und zur Ästhetik beitragen. Aus hochwertigem Polyester gefertigt, bleibt es lange wetterfest und macht die Werbung auf ihm unverwechselbar und auffällig sichtbar. Präzise gefertigt und im Sublimationsdruckverfahren bedruckt, kann das Container Banner mit beliebigen Grafiken, Bildern und Inhalten versehen werden.

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



Bunte Regenbogenwelt

Farbenfreudig und optimistisch präsentiert sich der neue BIC® 4 Colours® Rainbow Decor als lebhaftes Ergänzung des Werbemittelangebots. Mit seinem fesselnden, vom Regenbogen inspirierten Design ist dieser Kugelschreiber **mehr als nur ein Schreibgerät**: er ist eine kühne Aussage zur Einzigartigkeit. Was diesen Kugelschreiber auszeichnet, ist sein Engagement für Nachhaltigkeit. Das neue Clip-Design bietet eine Reduzierung des Plastikanteils um 13 % und entspricht damit den verantwortungsvollen Praktiken von BIC Graphic und der BIC Gruppe. Darüber hinaus können für eine noch individuellere Anpassung Logo oder Werbebotschaft auf den oberen weißen Teil des Kugelschreibers gedruckt werden. Konzeptuell ermutigt Rainbow Decor Unternehmen, die Vielfalt zu würdigen und ihren Werbestrategien Vitalität einzuhauchen. So entsteht ein bleibender Eindruck bei Kunden und Partnern.

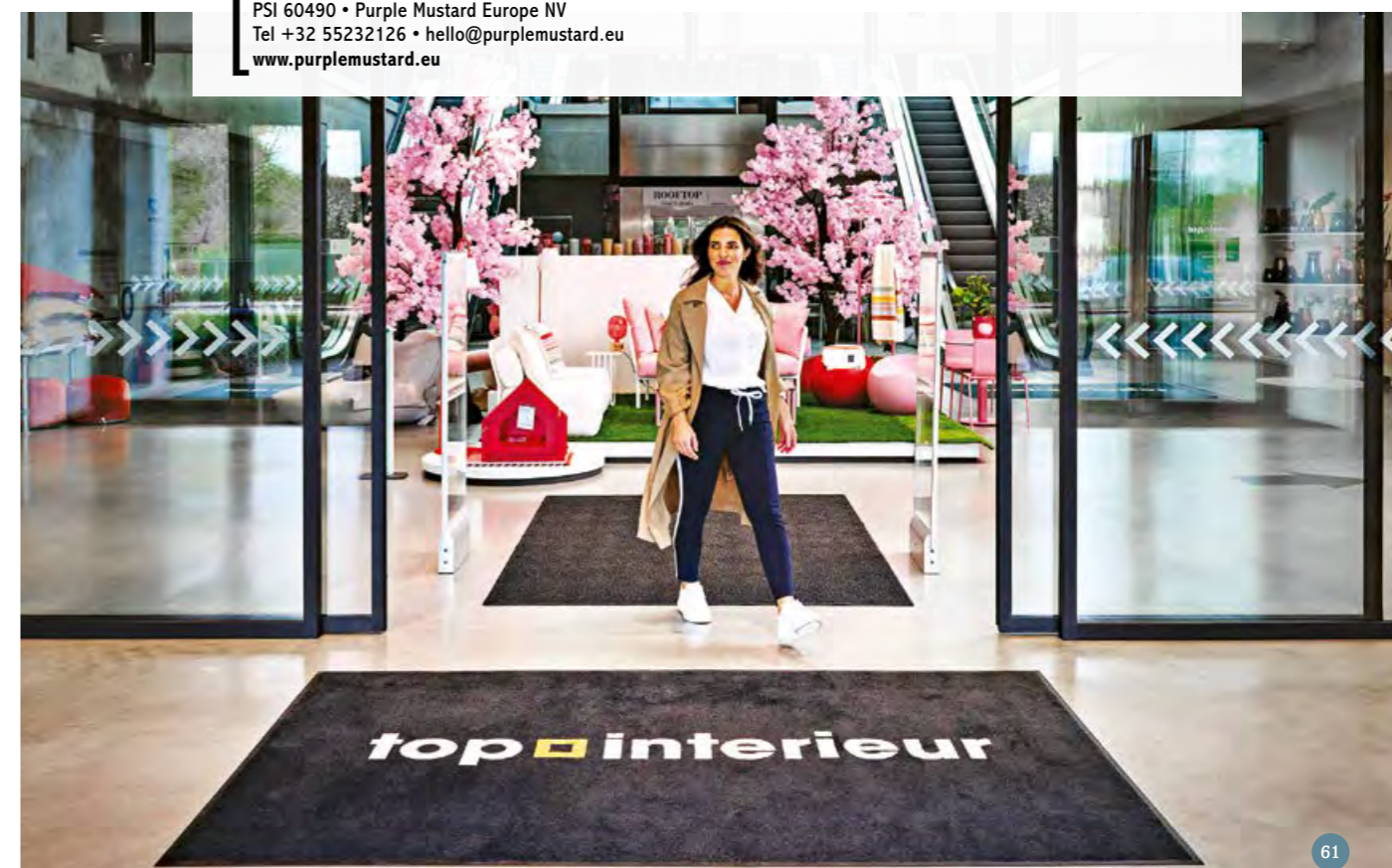
PSI 41859 • BIC GRAPHIC EUROPE S.A.
Tel +49 69 22223000 • info.germany@bicworld.com
www.bicgraphic.eu

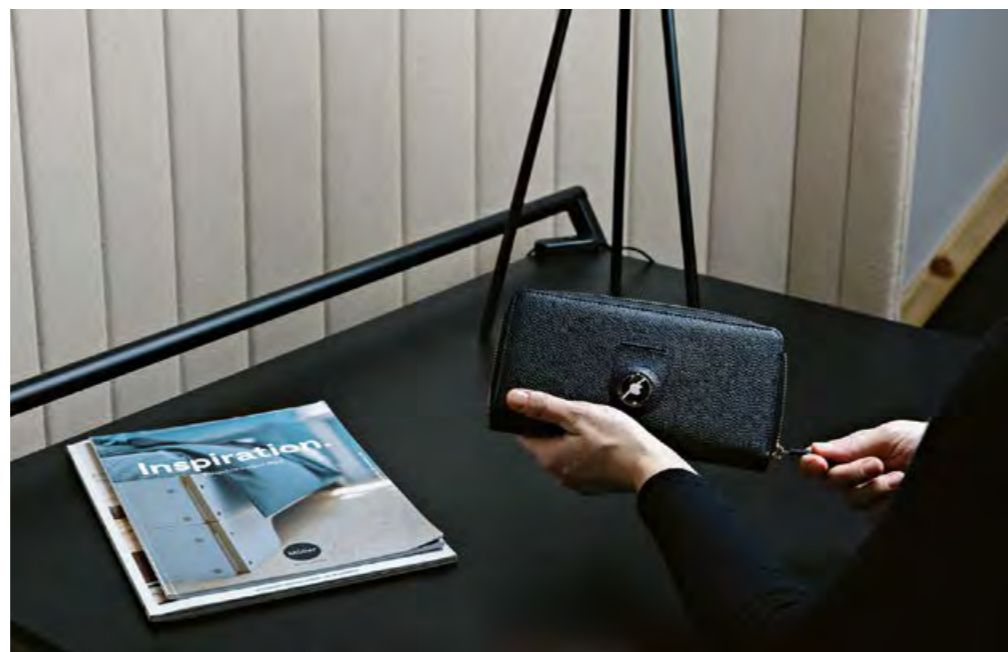


Strapazierfähiges Entrée

Aus dem Hause Purple Mustard Europe kommt eine auffällige Lösung für den Eingang zum Geschäft oder Büro. Die ColorStar Logomatte kombiniert Strapazierfähigkeit mit individuellen Designs, um den Raum **sauber und einladend** zu halten. Hergestellt aus umweltfreundlichem, 100 Prozent recyceltem PET-Teppich und mit einem hochwertigen Nitrilgummirücken ausgestattet, hält der ColorStar Logomat auch starker Beanspruchung stand und bleibt an seinem Platz. Ein individuelles Logo oder Kunstwerk wird in 66 Standardfarben detailgetreu digital gedruckt und trotzdem ist die Matte besonders schmutzabweisend und leicht zu reinigen. Sie wird innerhalb von 24 bis 48 Stunden produziert, ist in verschiedenen Größen erhältlich und eignet sich perfekt für alle, die eine hochwertige, funktionale und optisch ansprechende Matte für stark frequentierte Bereiche benötigen.

PSI 60490 • Purple Mustard Europe NV
Tel +32 55232126 • hello@purplemustard.eu
www.purplemustard.eu





Portemonnaiesuche hat ein Ende

Mit dem Troika Ladies Smart Wallet mit Aussparung für einen Apple AirTag® hat nach Aussage des Anbieters die Suche nach dem Portemonnaie ein Ende. Mit 18 Fächern für Karten und zusätzlichen 6 Fächern für Bargeld, Belege oder sogar das Smartphone, bietet es **genug Platz für all Ihre wichtigen Dinge**. Der Ausleseschutz (RFID) sorgt dafür, dass Daten sicher sind, während der Reißverschluss Wertsachen vor dem Herausfallen schützt. Das hochwertige Kunstleder in Schwarz verleiht der Geldbörse zudem einen eleganten Look, der zu jedem Outfit passt.

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

Holzuntersetzer ganz nach Wunsch

Ein nachhaltiges Detail bringen die Getränkeuntersetzer aus FSC®-zertifiziertem Eichenholz von Holz Frank auf den Tisch. Die Oberfläche jedes Untersetzers wird mit Bio-Leinöl behandelt, um die **natürliche Schönheit und Haltbarkeit** des Holzes zu bewahren. Eine weiche Filzunterseite schützt Ihre Möbeloberflächen effektiv vor Kratzern und Abnutzung. Der Hersteller bietet die Möglichkeit, die Form individuell anzupassen und jedes Stück mit einer hochwertigen Lasergravur des Logos oder Slogans zu personalisieren.

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



Mehr als nur eine Schürze

Die neuen Denim-Schürzen von Karlowsky überzeugen mit ihrem lässigen Stil und robuster Qualität. Die Latzschürze (LS 41) und der Vorbinder (VS 14) im „roughen“ Denim-Look sind mit abnehmbaren Kontrastbändern in natürlicher Optik ausgestattet. Sie bieten **maximalen Tragekomfort**, da die Latzschürze durch die Schürzenbänder überkreuzt über die Schulter getragen wird, dies entlastet den Nacken. Die Schürzen können durch vielfältige Veredelungsoptionen individualisiert werden. So können Unternehmen ihr Logo oder ihren Markennamen auf die Schürzen drucken, sticken oder im Siebdruckverfahren aufbringen lassen. Ein absoluter Hingucker ist eine Laser-Veredelung.

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



Farbenfroh kreativ schreiben

Die Welt der Werbe-Schreibgeräte hat sich in den letzten Jahren zu einer wahren Bühne für Farbvielfalt und kreativer Freiheit entwickelt. Das „Mix & Match“-Prinzip von Schneider steht dabei im Rampenlicht. Die clevere Methode, Schreibgerätekomponenten wie Gehäuse, Clip und Spitze in einer Vielzahl von vorhandenen Farben zu kombinieren, um **beeindruckende Farberlebnisse** zu schaffen. Schneider stellt alle seine Spritzteile in eigener Produktion her und kann somit diese Option anbieten. Die Optik spielt eine große Rolle, sei es als modisches Accessoire oder als Werbegeschenk. Genau hier setzt Mix & Match an, um den Bedürfnissen und Wünschen der Nutzenden gerecht zu werden. Schreibgeräte können in nahezu unendlichen Farbkombinationen zusammengestellt werden. Von lebendigen Farbkontrasten bis hin zu stilicheren monochromen Designs – der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Für Unternehmen, die ihre Markenbotschaft ästhetisch ansprechend vermitteln und ihre Corporate Identity stärken möchten, bieten sich hier spannende Möglichkeiten. Die Option, Schreibgeräte in den Unternehmensfarben zu gestalten, erlaubt eine stimmige Markenpräsenz.

PSI 43416 • Schneider Schreibgeräte GmbH
Tel +49 7729 8880 • promotion@schneiderpen.com
www.schneiderpen.de



Zeckenkarten
Ein idealer Mailingverstärker
leicht und dünn - schnelle Lieferzeit

Zeckenkarten SafeCard
Vertrieb D/A/CH

lupenmaxx
...Zeckenalarm!

lupenmaxx.de • info@lupenmaxx.de
Tel. 07661 9099880 • zeckenkarten.de

- Anzeige -

Energiegeladener Begleiter

Als einen „energiegeladenen Begleiter“ bezeichnet die D&K ID Group ihr 6in1 Energy-Lanyard. Das vielseitige Umhängeband, das für jede Ladesituation die passende Lösung bietet, kombiniert **sechs Anschlussvarianten** in einem einzigen Kabel, ideal für die Verbindung von iPhones, Android-Smartphones und mehr per USB Typ A oder USB-C mit PC und Notebooks. Nutzbar ist es für die Aufladung oder auch den Datentransfer. Eine individuell gestaltbare Verpackung macht es zu einem perfekten Give-away für Mitarbeiter oder Kunden.



PSI 45649 • D&K ID Group
Tel +49 7664611880 • info@dk-id.com
www.dk-id.com

Kalender verbindet Funktion und Natur

Die Integration von Natur in den Alltag wird zunehmend wichtiger. Vor diesem Hintergrund präsentiert die emotion factory den Samenpapier Tischkalender, der eine einzigartige Verbindung zwischen **Funktionalität und Naturverbundenheit** schafft. Der Tischkalender ist nicht nur ein praktischer Begleiter durch das Jahr 2025, sondern auch eine Möglichkeit, aktiv an der Nachhaltigkeit teilzuhaben. Sein Fuß besteht aus robustem Kraftpapier von der die Vorder- und Rückseite individuell bedruckt werden kann. Doch das Besondere liegt im Inneren: Die sieben Seiten des Kalenders bestehen aus Samenpapier, das nach Gebrauch eingepflanzt werden kann. Daraus wachsen dann Minze, Lavendel, Kamille, Karotte, Tomate, Rudbeckia, Mohn oder Gänseblümchen.

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



Sonderformate kein Problem

Neben den beiden klassischen Schwammtücher-Formaten 170 × 195 mm und 202 × 220 mm produziert marcolor diese Tücher auch im Mini-Format. Mit einer Größe von ca. 100 × 110 mm werden die kleinen Schwammtücher so **zum perfekten Reinigungstuch** von Stempeln und Pinseln und finden so ihren Weg die in die kreative Branche. Sie stehen großen Ausführungen in nichts nach und sind neben der weißen Variante auch in den acht Grundfarben umgesetzt werden. Die Bedruckung mit dem Wunschmotiv erfolgt immer kundenindividuell.

PSI 60675 • marcolor GmbH & Co. KG
Tel +49 6562931260 • kontakt@marcolor.de
www.marcolor.de



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-Halter, 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

Süßer Baum zum Fest

Was wäre Weihnachten ohne traditionelle Lebkuchen und Plätzchen? Bei Römer Präsente sagt man: nur halb so schön. Das ROMINOX Servierschalenset Tre Arbo mit Bambusbrett und **drei unterschiedlich großen Keramikschälchen** bietet die ideale festliche Präsentation für die mitgelieferten Köstlichkeiten: eine Lebkuchenmischung (200g), Lebkuchen Stäbchen (200g) und karamellige Knusper Mini-Plätzchen (125g). Abgerundet wird das Geschenkset durch eine Geschenkbox in weihnachtlichem Bordeaux. Auf Wunsch kann das Holzservierbrett graviert werden.

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



Exklusiv für PSI Händlermitglieder | Besuch bei KLAR Seifen



Werben abseits des Mainstreams? Mit einer tollen Story hinter einem Werbeartikel der etwas anderen Art? Kurzum: Mit einem haptisch-werbenden Gesamtpaket, das die Herzen Ihrer Kunden höherschlagen lässt? Dann sollten Sie als Händlermitglied bei PSI ON TOUR dabei sein. **PSI ON TOUR ist das neue Format**, das Mitgliedern Besuche in Unternehmen, auf Messen und Teilnahmen an Weiterbildungen ermöglicht. Das PSI lädt interessierte Händlermitglieder ein, am **Dienstag, 10. September 2024, um 14 Uhr** gemeinsam mit PSI in einer **geschlossenen Händlerrunde** die **Seifenmanufaktur KLAR Seifen** in Plankstadt zu besuchen. Im Anschluss lädt PSI alle teilnehmenden PSI Händler zu einem gemütlichem kulinarischen Get-together ein, bei dem genügend Zeit bestehen wird, um sich untereinander auszutauschen und auch Neues aus dem PSI zu erfahren.

Exklusiver Blick hinter die Kulissen

Teilnehmende erwartet ein Blick hinter die Kulissen Deutschlands ältester Seifenmanufaktur. Sie erfahren innerhalb von 60 Minuten alles über die Seifensiedekunst in Heidelberg seit 1840. Am Beispiel von alten Maschinen lernen sie mehr über verschiedene Inhaltsstoffe und wie sich Rezepturen im Laufe der Jahrzehnte von Abfall- und Resteverwertung zu einem angesagten Lifestyle-Produkt entwickelt haben. Die Produktion wurde 2020 komplett neu gebaut und läuft heute zu fast 100 Prozent auf eigenem erzeugtem Strom. Zudem lernen teilnehmende PSI Händler, wie in der Produktion nahezu keine Abfälle anfallen, da im Kreislauf alle Inhaltsstoffe immer wieder weiterverwendet werden können. Alle Produkte stellt KLAR Seifen auch für anderen Marken her, vollkommen individuell und auf deren Ansprüche angepasst.



So profitieren PSI Händler von dem neuen Format:

- ▶ Sie können den direkten Kontakt zum persönlichen PSI Ansprechpartner auf internationalen Messen nutzen.
- ▶ Sie erhalten neue Produktanregungen, mit denen Sie bei Ihren eigenen Kunden punkten können.
- ▶ Sie erleben PSI Hersteller hautnah und können einen Blick hinter die Kulissen der Produktionsabläufe werfen.
- ▶ Sie können ihr Fachwissen in Themen wie Nachhaltigkeit und Produktionsprozessen erweitern.
- ▶ Sie profitieren von exklusiven Delegationsreisen in verschiedene Länder und können das Potential des jeweiligen Zielmarktes nutzen.

Anmeldung

Interessierte, die gerne bei diesem exklusiven Event dabei sein möchten, melden sich bitte verbindlich **bis spätestens 4. September 2024** über das Anmeldeformular an, das auf der PSI Networkseite abrufbar ist: psi-network.de/psi-on-tour-klar-seifen-gmbh-form

INSERENTENVERZEICHNIS | LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent Advertiser	Seite Page	PSI No.	Inserent Advertiser	Seite Page
46905	Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG	031	43410	Mister Bags GmbH	002+003
45452	CD-LUX GmbH	U4/OBC		PSI - RX Deutschland GmbH	U3/IBC, 069, 071
43144	FARE - Guenther Fassbender GmbH	055	60235	REFLOACTIVE Sp. z o.o.	057
42819	Gustav Daiber GmbH	U2/IFC	60831	Salon Buck UG	033
45666	Halfar System GmbH		46903	Schäfer Promotion GmbH	007
	Rucksäcke und Taschen	027	45328	Stilolinea Srl	037
41016	Heri-Rigoni GmbH emotion factory	001	41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	021
47464	Karlowsky Fashion GmbH	005			
47814	Lupenmaxx GmbH	063			
60609	Max Wagner GmbH	039			
42020	mbw Vertriebsges. mbH	023			

Beilage | Insert (* Teilaufgabe / Partial circulation)

47990	GrafoTex BV - GF textiles*	
	PSI - RX Deutschland GmbH*	

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:

PSI Supplier Finder | Wichtiger Touchpoint zur Zielgruppe



Wie kam es zu dieser Entscheidung?

MARTINA LIPP: „Die digitale Transformation setzt fortlaufend neue Standards. Diese wurden zusätzlich getrieben durch die Pandemie. So konnten wir unseren Kunden dann im Mai 2021, zur ersten und einzigen PSI Digital, den Supplier Finder auch online zur Verfügung stellen.“

Welche Vorteile bietet der Supplier Finder PSI Mitgliedern und potentiell Interessierten in der Werbeartikelwirtschaft?

MARTINA LIPP: „Suchende geben ein Stichwort ein, etwa den Firmennamen, einen Ort, eine Warengruppe, und klicken wie bei einer Google-Suche auf ‚Finden‘. Anschließend erhalten sie entsprechende Ergebnisse, die mit Filtern weiter präzisiert werden können.“

Klingt nach einem praktischen Service für Händler im täglichen Doing. Aber welchen Mehrwert haben Lieferanten?

MARTINA LIPP: „Händler mit Zugriff auf den Product Finder haben im Rahmen ihrer Mitgliedschaft automatisch Zugriff auf den Supplier Finder und sind damit potenzielle (Neu-) Kunden. Mit dem Supplier Finder bieten wir jedem Lieferantenmitglied einen wichtigen Touchpoint in der ‚richtigen‘ Zielgruppe und dadurch die Möglichkeit zur Steigerung des Umsatzes.“

Welche Daten können Lieferanten angeben und wie aufwändig ist das Erstellen eines Eintrags?

MARTINA LIPP: „Im Zuge einer Mitgliedschaft stellen wir unseren Lieferantenmitgliedern eine eigene Online-Detailseite zur Verfügung. Diese ist – wie auch der PSI Product Finder – ausschließlich in unserem Login-geschützten Bereich einsehbar und nicht öffentlich. Die Daten werden automatisch aus der Mitglieder-Datenbank in den Online Supplier Finder übertragen. Zudem kann die eigene Seite durch eine ansprechende Bildergalerie und übersichtliche Landingpages zu einzelnen Themen kostenfrei aufgewertet werden. Für maximalen Nutzen enthält jedes Supplier Finder Profil eine Verlinkung zu den angebotenen Produkten im PSI Product Finder – sofern diese dort eingepflegt sind.“

Bei Fragen rund um den PSI Supplier Finder stehen Martina Lipp und das PSI Team jederzeit persönlich zur Verfügung. Einfach eine E-Mail schreiben an: importe-productfinder@reedexpo.de.

Der PSI Supplier Finder ist für Händler eine verlässliche Quelle bei der Suche nach geeigneten PSI Lieferanten. Neben Unternehmensstammdaten enthält er auch wichtige Informationen wie Warengruppen und erlangte Zertifizierungen. Martina Lipp, Managerin PSI E-Business, erläutert, warum der PSI Supplier Finder ein so wertvoller Support im Branchenalltag ist.

Seit wann ist der PSI Supplier Finder Bestandteil einer Mitgliedschaft im PSI und wie hat sich das Angebot seit seiner Einführung entwickelt?

MARTINA LIPP: „Im Prinzip gibt es den ‚Supplier Finder‘ schon so lange wie das Promotional Products Service Institute selbst. Denn einfach gesagt ist der ‚Supplier Finder‘ ein Verzeichnis aller PSI-Lieferantenmitglieder, das unseren Händlermitgliedern Informationen über die Firma, ihre Kontaktdaten, angebotene Veredelungsmöglichkeiten, Zertifikate und Warengruppen gebündelt zur Verfügung stellt. Online gibt es das Angebot allerdings erst seit drei Jahren.“

my PSI

Besuchen Sie mit PSI die ASI Show in Chicago!

Unser exklusives Programm, speziell für unsere PSI Mitglieder entwickelt, umfasst:

Montag, 22.07.2024:

Welcome Cocktail Reception für alle anwesenden PSI Mitglieder – Hosted by ASI und American Solutions for Business (PSI Mitglied: 20564)
Location: Café Bionda

Dienstag, 23.07.2024

Teilnahmemöglichkeit am ASI Education Day und der New Product Preview Reception - ASI Show
Location: McCormick Place, West Building

Mittwoch, 24.07.2024 – 1. Messetag (10:00 Uhr – 17:00 Uhr)

VIP Badge für den Messezutritt
Einladung zu den exklusiven ASI Counselor Awards
17:15 Uhr – 19:45 Uhr
Kostenfreies Ticket zur ASI Gala
19:00 Uhr – 22:00 Uhr
Location: House of Blues Chicago Music Hall

Donnerstag, 25.07.2024 – 2. Messetag (10:00 Uhr – 14:30 Uhr)

VIP Badge für den Messezutritt

Lassen Sie sich diese Gelegenheit nicht entgehen und besuchen Sie mit PSI ON TOUR die ASI Show Chicago!

Für alle Detailinformationen, Anmeldungen zu den Events, Hotelbuchungen und weiteren Informationen, melden Sie sich bitte bei Viola Proietti: Viola.Proietti@rxglobal.com

Wir sind alle Branchen

Sie kennen das: Jemand fragt Sie, in welcher Branche Sie tätig sind. Auch um die Gesprächspartner etwas aus der Reserve zu locken, antworte ich auf diese Frage mittlerweile gerne: „In allen.“ Denn genauso ist es. Wir alle – Hersteller wie Händler der Werbeartikelwirtschaft – sind gemeinsam für Unternehmen aus allen Branchen tätig. Von A wie Automobilindustrie bis Z wie Zeitschriftenverlage. Selbst Schwimmbäder und Yoga-Schulen setzen auf Werbeartikel!

Ein interessanter Gedanke, der auch über den Smalltalk hinaus wichtig ist, weil er neue Perspektiven und Chancen aufzeigt. Es gilt, immer wieder über unseren eigenen Tellerrand hinauszublicken, um den Bedarf, die Anforderungen und das Potenzial im Markt neu zu sehen, einzuschätzen und proaktiv zu handeln. Natürlich sind viele Unternehmen der Werbeartikelwirtschaft spezialisiert, auf Produkte, Services oder auch auf Kundenbranchen, doch das soll uns nicht daran hindern, nach links und rechts zu schauen: Was geht in anderen Branchen? Welche Innovationen können wir den eigenen Kunden vorschlagen? Welche Produkte, Materialien, Technologien etc. werden an anderer Stelle eingesetzt, um Aufmerksamkeit zu gewinnen? Wie können wir noch nachhaltiger und hochwertiger werden?

Nicht alle können alles anbieten. Doch wir alle können uns noch weiter öffnen, den gegenseitigen Austausch intensivieren und Kooperationen ausbauen. Dies ist nicht nur eine ermutigende Aufforderung an Sie, sondern vor allem auch eine Selbstverpflichtung für uns als PSI. Denn hier kommen wir als Europas größtes Netzwerk und europäische Leitmesse für die Werbeartikelwirtschaft ins Spiel. Wir arbeiten täglich im Großen wie im Detail daran, unsere Gemeinschaft weiter nach vorne bringen, indem wir die nächsten Events planen, Sie umfassend informieren, Kommunikation ermöglichen und fördern. Und natürlich, indem wir in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft präsent sind und geschlossen auftreten, um unsere Kraft als große Gemeinschaft zu unser aller Vorteil zu nutzen.

Wir sind eine Branche für alle Branchen – lassen Sie uns bei aller Kleinteiligkeit des Alltags diesen großen Gedanken nicht außer Acht lassen, bei Gelegenheit gerne gemeinsam weiterdenken und in eine positive Weiterentwicklung der Werbeartikelindustrie münden.

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

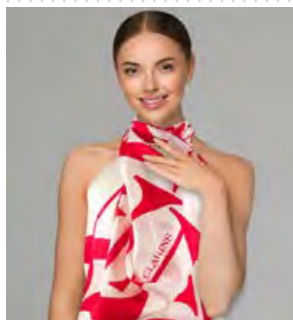


Spürbar „grüne“ Werbung

Im wahren Wortsinn ‚spürbar‘ ‚grüne‘ Werbung stellen wir in der ersten Produktthemenrubrik der nächsten Ausgabe vor. Denn die Nachfrage nach ökologischen und nachhaltigen Produkten wächst stetig, und dieser Trend spiegelt sich auch im Bereich der Werbearbeit wider. Unternehmen setzen vermehrt auf umweltfreundliche Werbegaben, um ihre Marke mit verantwortungsbewusstem Handeln zu assoziieren und gleichzeitig einen positiven Beitrag zum Umweltschutz zu leisten. Produkte aus recycelten Materialien oder biologisch abbaubaren Stoffen stehen im Vordergrund. Auch vegane Werbearbeit gewinnen an Bedeutung, da sie ohne tierische Bestandteile auskommen und eine wachsende Zielgruppe ansprechen. Durch den Einsatz ökologischer und veganer Werbearbeit können Unternehmen ihre nachhaltige Philosophie unterstreichen und ihre Kunden begeistern. Unser zweites Produktthema „Schokolade und Süßes“ führt auf die multisensorische Schiene und wirbt nachhaltig geschmackvoll.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Oktober 2024, die sich den Themen „Camping, Outdoor, Schirme, Werkzeug, Messer“ sowie „Produkte für Mitarbeiter-Incentives, Onboarding“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge bis 19. August 2024 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

Modeaccessoires nach Maß



Die Tie Solution GmbH hat eine bemerkenswerte Geschichte, die von der Vision ihres Gründers, Antonio G. Sanchez, im Jahr 1989 in Wetzlar, Deutschland, bis zur heutigen Anerkennung als einer der führenden Hersteller maßgeschneiderter Accessoires wie Schals, Halstücher oder Krawatten reicht. Wir waren dort und stellen das edle Spektrum des Herstellers vor.

Aufschlag zum Jubiläum



In einem Jahr sportlicher Großereignisse wie der Fußball-Europameisterschaft und den Olympischen Sommerspielen darf ein weiteres Event nicht fehlen: der Cybergroup BeachCup. Bereits zum zehnten Mal hatte cyber-Wear Heidelberg die Smashing Stars der Branche auf das Beachcup Gelände nach Ketsch gebeten. Ein Rückblick.

Impressum



Verlegt exklusiv für die Werbearbeit-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
Senior Sales Manager: Senija Menzel, senija.menzel@rxglobal.com
Sales Manager: Adrian Papke, adrian.papke@rxglobal.com
 Daniel Schellenbeck, daniel.schellenbeck@rxglobal.com
Junior Sales Manager: Celina Kunikowski, celina.kunikowski@rxglobal.com

Regionale Kontakte
Belgien und Frankreich: Reed Exhibitions
 ISG Belgien und Frankreich
 Bryan Piscou, bpiscou@reed-export.fr
Italien: Reed Exhibitions ISG Italy s.r.l.
 Erika Poleggi, erika.poleggi@reedexpo.it
Spanien: Reed Exhibitions Italia Srl
 Malvina Tralli, malvina.tralli@reedexpo.it
Türkei: Istexpo
 Sevinc Abdullayeva, sevinc@istexpo.com
UK: Reed Exhibitions ISG UK
 Daniel Cordock, daniel.cordock@reedexpo.co.uk

Gestaltung: Edit Line GmbH, Mainz
 im Auftrag von PSI Promotional Product Service Institute
 RX Deutschland GmbH
Layout: Stephan Weiß (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

RX In the business of building businesses



NEU

FROHE WEIHNACHTEN

reinpapier

Lindt
SCHWEIZER MILK CHOCOLATE
SEIT 1845

NEU

Fischer

reinpapier

CoffeeCup
PAPER

CD LUX
www.cd-lux.de

Seit 2018
produzieren
wir alle Produkte
mit finanziellem
Klimabeitrag

Klimabeitrag
ClimatePartner.com/13089-1903-1001

FSC
WÄLDER FÜR IMMER FÜR ALLE
Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft
FSC® C112066 www.fsc.org

FESTTAGE
NEUES

reinsport

NEU

FROHE WEIHNACHTEN

reinsport

SCHOKOWÜRFEL

**Süße Adventskalender mit Augenleuchten Garantie!
Jetzt attraktive Frühbestell-Rabatte sichern!**

NEU

Frohes Fest!

Lindt

reinpapier

NEU

Oh deer!

NATUR KARTON

GRAS PAPIER

Lindt

reinpapier

TIPP

Weihnachten

FAIRTRADE

GRAS PAPIER

reinsport

reinpapier

**Süße
Adventskalender
in Premium-
Qualität!**

NEU

**Die besten Schlitten
kommen aus der Oberpfalz!**

Milka

reinsport

reinpapier

TIPP

Seeger

reinsport

NEU

FERCAM

FROHE WEIHNACHTEN

Hermes

reinsport

100% recyceltes
Kartongewebe

NEU

**100% Alpenmilch
SCHOKOLADE**

Frohe Weihnachten

Milka

reinsport

reinpapier