

PSI

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Januar 2025

64. Jahrgang

**PSI 2025
Highlights und
Aussteller ab Seite 8**

JOURNAL

– Anzeige –



Brand aw icon



**Cristal[®]
eXpression**

Bestelle deinen für deine Marke!

www.bicgraphic.com

PSI

In a land of plenty, be inspired and start your cherry-picking.

7-9 JAN 2025
Exhibition Centre Düsseldorf

The European leading trade show for promotional products, incentives and merchandising

psi-messe.com

Built by
RX
In the business of building businesses

Düsseldorf · G-30212

PSI Journal

Internationales Magazin für Werbeartikel

Januar 2025

64. Jahrgang

PSI JOURNAL

PSI 2025
Highlights und Aussteller ab Seite 8

PSI 2025

Aufbruch zu neuen Horizonten

Product Guide

Messeneuheiten PSI 2025

CHOICE Preview 2025

Unbegrenzte Auswahl – unbegrenzte Möglichkeiten

Schöffel PRO

Corporate Wear neu gedacht

Jahresausblick 2025

Auf die eigenen Stärken besinnen

PSI

PSI NIGHT

SAVE THE DATE

7 JAN 2025

SICHERE DIR JETZT EIN TICKET!



SCAN ME

Built by
RX
In the business of
building businesses

Das Who und How der Branche Mein PSI. Live.

7-9 JAN 2025

LOCATION

event
residenz

we create good moments

Eventresidenz Düsseldorf
Bahnstraße 13-15
40212 Düsseldorf

www.psi-network.de



Editorial

Wir müssen uns rüsten

Eine schöne Weihnachtszeit liegt hinter uns. Ins neue Jahr 2025 sind wir mit Feierlaune und ein paar guten Vorsätzen gekommen. Hoffentlich auch mit etwas Vorfreude auf eine interessante und erfolgreiche PSI – erfolgreich für alle, für Händler und Berater, für Hersteller und Importeure, letztlich auch für das PSI selbst, denn Erfolg schafft Raum für neue Ideen und Investitionen. Neue Ideen werden wir in 2025 alle brauchen. In den wichtigen Volkswirtschaften in Europa läuft es ganz und gar nicht rund. Deutschland ist mal wieder der Kranke

Mann Europas. Großbritannien hat den Brexit immer noch nicht verdaut. Reformen in Frankreich scheitern an Gewerkschaften und einer rigiden Arbeitsgesetzgebung. Spanien steht mit nahezu 3 Prozent Wachstum als Klassenbester da. Kompliment. Auch in Italien kann man halbwegs zufrieden sein. Betrachtet man aber die 27 Mitgliedsstaaten insgesamt, so sieht 2025 nicht sehr rosig aus.

Für die Werbearbeitwirtschaft wird sich in den jeweiligen Ländern ein ähnliches Bild ergeben. Der stärkste Markt in Europa schwächelt, was noch nicht überall angekommen ist. Aber aus anderen Branchen weiß man, dass besonders Industrie und Baugewerbe bei der Auftragsvergabe schwächeln. Auch Zulieferer im Mittelstand setzen aufs Sparen. Verteilungswettbewerb ist angesagt, auch in der Werbewirtschaft. Und genau dafür muss sich die Branche rüsten.

Mit den Sozialen Medien ist seit ein paar Jahren ein starker Wettbewerber um Werbebudgets hinzugetreten. Wirkungsforschung ist angesagter denn je. Ihre Ergebnisse werden in vielen Unternehmen zur Entscheidungsfindung für die Verteilung von Werbebudgets herangezogen. In Studien der Vergangenheit lagen wir immer ganz vorne, was die Wirkung anbelangt. Das muss erneut untersucht werden, denn der Markt vertraut nur neuen Zahlen. Ich bin mir sicher, dass wir uns nicht verschlechtert, eher nochmal verbessert haben. Denn der Werbearbeit ist die einzige Werbeform, die langfristig und nachhaltig wirkt, freundlich überkommt und nie „weggedrückt“ wird.

Sind wir also guter Dinge für 2025. Gute Produkte und gute Strategien mit wissenschaftlicher Begleitmusik werden stabilisieren und stärken. Wer die kommende PSI intensiv nutzt, wird genug Pfeile im Köcher haben, um im Kampf um Kunden und Marktanteile erfolgreich zu sein.

Wir sehen uns in Düsseldorf – ich freue mich

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

SEMO
Plüschtierwelt



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

Eco-Edition

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



Messestand
PSI: Halle 9,
Stand D36

Sonderanfertigungen
nach Kundenwunsch



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

— Anzeige —

TRENDS & BRANDS	4
PSI 2025: GELÄNDEÜBERSICHT	8
PSI 2025	
Aufbruch zu neuen Horizonten	10
PSI 2025	
Vorläufige Ausstellerliste	14
FOKUS	
Jahresausblick 2025: Auf die eigenen Stärken besinnen	28
PRODUCT GUIDE	
Messeneuheiten PSI 2025	36
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	60
Gabriele Bühring: Sonderanfertigungen aus ReFilz	63
Lynx Deutschland: Innovative Drucksysteme im Fokus	65
Erster Döbler-Mehrwerttag: Gemeinsam in die Zukunft	66
UNTERNEHMEN	
CHOICE Preview: Unbegrenzte Auswahl – unbegrenzte Möglichkeiten	68
BIC Graphic: Personalisierte Werbeartikel „Made in Europe“	82
Schöffel PRO: Corporate Wear neu gedacht	84
TFA Dostmann: Langlebig – nützlich – designstark	86
Global Brands: Your brand in best hands	88
BUSINESS	
Renaissance des E-Mail-Marketing	92
Product Compliance und Herstellerverantwortung 2025	94
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	98
MEINUNG	102
VORSCHAU – IMPRESSUM	104



Treffen Sie uns

& unsere Neuheiten!

Besuchen Sie uns auf der PSI Messe 2025 vom **07.-09. Januar** in der Messe Düsseldorf, **Stand 10G38**.

Entdecken Sie unsere 4 neuen Modelle, die durch innovative Designs und nachhaltige Materialien überzeugen. Lassen Sie sich von den neuesten Trends und Veredelungsmethoden inspirieren – wir freuen uns darauf, Ihnen unsere Entwicklungen persönlich vorzustellen.

Als Unternehmen, das sich auf die Produktion und den Vertrieb nachhaltiger Baumwolltaschen spezialisiert hat, setzen wir stets auf Qualität, Umweltbewusstsein und Stil. Unser Fokus liegt darauf, moderne Veredelungsmethoden mit nachhaltigen Materialien zu kombinieren, um den wachsenden Anforderungen des Marktes gerecht zu werden. Wir freuen uns auf Ihren Besuch und darauf, gemeinsam Ideen auszutauschen!



Stand 10G38

07.-09. Januar 2025 Messe Düsseldorf

www.misterbags.de



KOSMETIKTASCHE
2373 KIM



PSI 2025: Aufbruch zu neuen Horizonten 10

Die PSI steht vor der Tür: Vom 7. bis 9. Januar 2025 trifft sich die internationale Werbeartikelbranche zum ersten großen Event des Jahres in Düsseldorf. Europas Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising wird mit Trends und Ideen wieder Themen setzen, die 2025 ganz oben auf der Agenda stehen werden.

Ausblick 2025: Auf die eigenen Stärken besinnen 28

Wir haben uns bei Lieferanten und Händlern umgehört, wie sie die Situation und den Markt beurteilen und wie sie in 2025 ihre Weichen stellen werden. Fazit: Die Branche will den Herausforderungen mit Investitionsbereitschaft, Innovationsstärke und einem Plus an Service und Vertriebsaktivitäten selbstbewusst entgegentreten.



Unbegrenzte Auswahl – unbegrenzte Möglichkeiten 68

Wenn die Tage kürzer werden, laden die Unternehmen der CHOICE-Gruppe zur traditionellen Präsentation ihrer neuen Kollektionen für das kommende Jahr. Dieses Mal stand die Vorstellung unter dem Motto „One Group. Unlimited CHOICE“ – ein Motto, das die unbegrenzte Auswahl und die unbegrenzten Möglichkeiten, die die Gruppe bietet, thematisiert.



Your brand in best hands 88

Michael Weissenrieder hat die Weichen für Global Brand Concepts neu gestellt. Er und seine Frau Tanja, beide Gründer des heutigen, weltweit agierenden Unternehmens, haben sich Verstärkung ins Haus geholt. Boris Schwerdt ist seit vier Jahren als Geschäftsführer Vertrieb und nun auch Manuel Schick als Geschäftsführer Teil der Geschäftsleitung. Portrait eines zukunftsgerichteten Unternehmens.



Trends >< Gegentrends

„Der Mensch kann nur etwas bewusst wahrnehmen, zu dem es einen Gegensatz gibt“, sagt Malte M. Wilkes, Innovations-Experte und Management Consultant für Customer Centricity. Zukunftsforscher Matthias Hörx formuliert es so: „Nach den Gesetzen der Trend-Dynamik erzeugt jeder Trend einen Gegentrend.“ Rekursive Entwicklungen, die dem Megatrend auf den ersten Blick zu widersprechen scheinen, erweisen sich bei näherer Betrachtung oft als „Retro-Trends“.



Sehnsuchtsorte mal 12

Geheime Paradiese 2025 (Kalender mit unberührten Landschaften)
Ackermann Kunstverlag
www.ackermann-kalender.de
PSI 40604



Nicht nur für Fahrzeug-Nostalgiker
Malbuch „Retro Autos“
(Sammlung von 16 Retro-Autos für individuelle Illustrationen)
Verlag für Prävention Wilken
www.wilken-verlag.de
PSI 49769

Perfekt für alle Retro-Fans
Stift Modell „GIN“ (aus dem Stamm eines uralten Wacholders aus Südfrankreich gefertigt)
e+m Holzprodukte
www.em-holzprodukte.de
PSI 42200

Retro vermittelt ein „Gefühl von Freiheit und Jugend“, schrieb die Süddeutsche Zeitung (SZ) bereits vor zehn Jahren. Es sei die Sehnsucht nach alten Zeiten. Retro-Design nehme die Angst vor Beschleunigung und erinnere an die Zeit ohne Verpflichtungen, dafür voller Möglichkeiten. „Nostalgisch halten wir am Gestern fest, weil dadurch das Morgen erträglicher wird“, so die SZ. Die Werbeartikelwirtschaft verleiht diesem Gefühl eine ansprechende Optik und Haptik.



Außen retro – innen digital
Wecker „Modern Retro“
(mit digitaler Zeit- und Datumsanzeige, Alarm mit Retro-Läutwerk)
Inspirion GmbH
www.inspirion.eu/de/
PSI 42907

daiber

Jackets & Vests

Unsere Models tragen die Artikel JN1333 Ladies' Padded Jacket und JN1334 Men's Padded Jacket von JAMES & NICHOLSON • Steppjacken für Promotion und Lifestyle • pflegeleichtes Material aus recyceltem Polyester.

Daiber macht's modisch.

Weitere Jacken und Westen finden Sie auf www.daiber.de



Apropos Trend und Gegentrend. Bargeld ist im Trend. Auf TikTok verteilen Influencer Scheine in Umschlägen für verschiedene Zwecke. Mit dem „Cash Stuffing“ wollen junge Menschen ihre Finanzen in den Griff bekommen. In einer Zeit, in der in Deutschland die ersten Restaurants, Hotels und Geschäfte gar kein Bargeld mehr akzeptieren, wirkt „Cash Stuffing“ wie ein Gegentrend. Bargeld erfährt dadurch neue Wertschätzung, nachdem es in den vergangenen Jahren an Bedeutung verloren hat.



Schick und smart bezahlen

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

Peppiges Zahlungsmittel zur Hand

Damengeldbörse, zweifarbig
JÜSCHA GmbH
www.juescha.de
PSI 41170

Textile Zukunft jetzt

NFC-Wearables
(NFC-Knopf integriert in Berufskleidung)
Stickerei Klam – Corporate Fashion
www.stickerei-klam.com
PSI 49110



Lässig designte Multifunktionalität

Multifunktions-Smartwatch Proxor
(mit Bluetooth®-Verbindung und integriertem
1,54-Zoll-IPS-Touchscreen, mit App verfügbar)
Silverspot Trading GmbH
www.silverspottrading.com
PSI 48123

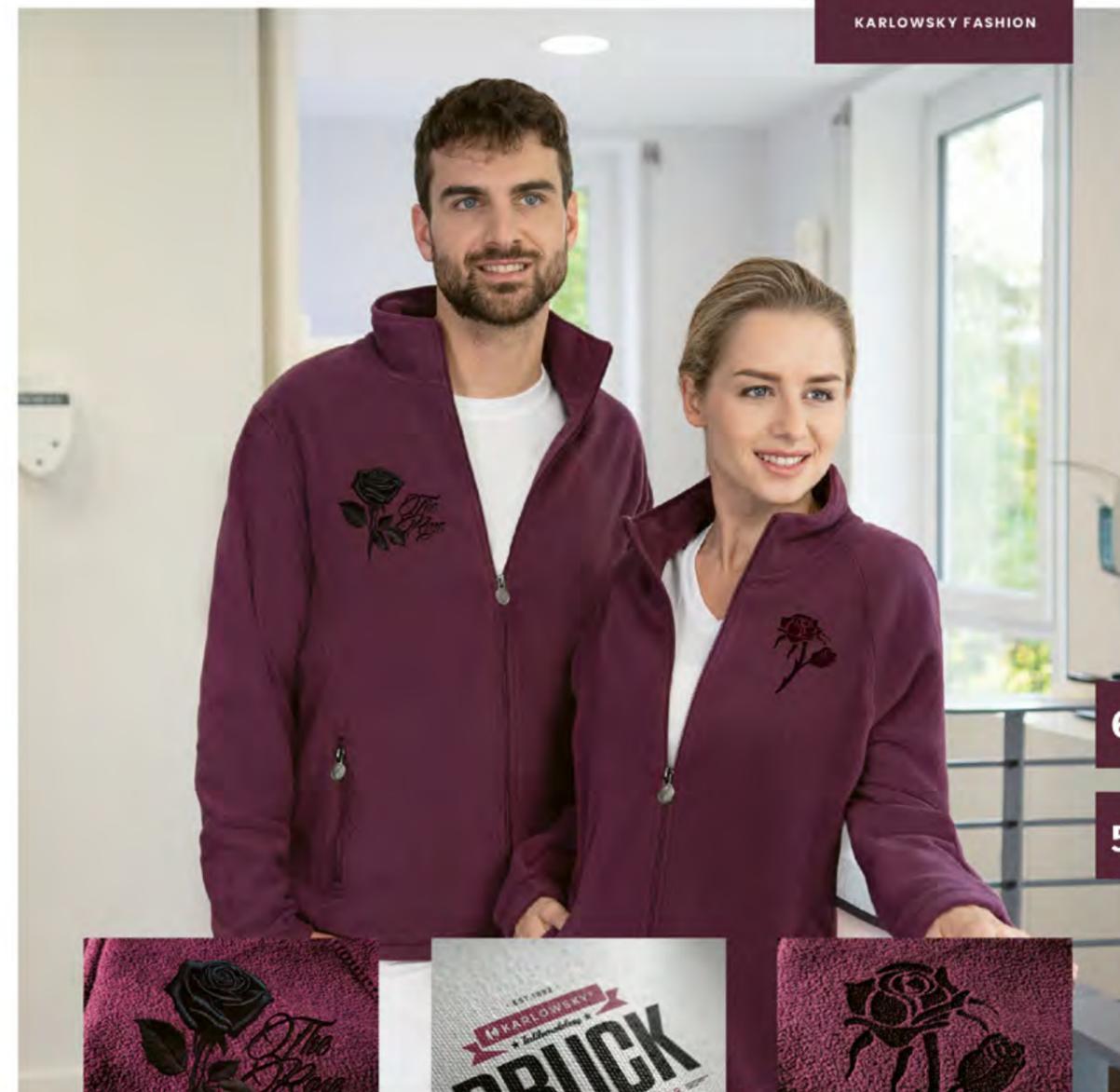


Gleich-
zeitig wird jedoch kon-
taktloses Zahlen immer beliebter. Wer
in Deutschland mit einer Girocard bezahlt, tut
das in vier von fünf Fällen mittlerweile kontaktlos.
Ein NFC-Chip in Girocards oder Kreditkarten macht es
möglich. Außerdem kann mit einem Smartphone oder einer
Smartwatch mit einer entsprechenden App kontaktlos Geld
übertragen werden. (tagesschau.de, „Kontaktloses Zahlen im-
mer beliebter“) Ob nun Bargeld (werbe-)wirksam und attrak-
tiv verstaut werden oder Smartwatches und NFC-Technik
zum Einsatz kommen sollen, die Werbeartikelwirtschaft
hat passende Produkte bereit.

KARLOWSKY®
INNOVATIVE WORKWEAR EST. 1892

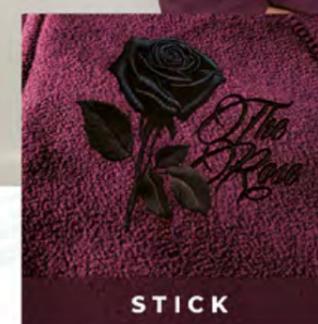
Praktische
Fleece-
jacken

KARLOWSKY FASHION



60°

bis
5XL



FLEECEJACKEN MIT IHRER INDIVIDUELLEN VEREDELUNG

AUS RECYCELTEM PLASTIK | BEI 60° WASCHBAR | PFLEGELEICHTES MATERIAL
BIS GRÖßE 5XL | PERFEKT FÜR VEREDELUNG GEEIGNET



WWW.KARLOWSKY.DE

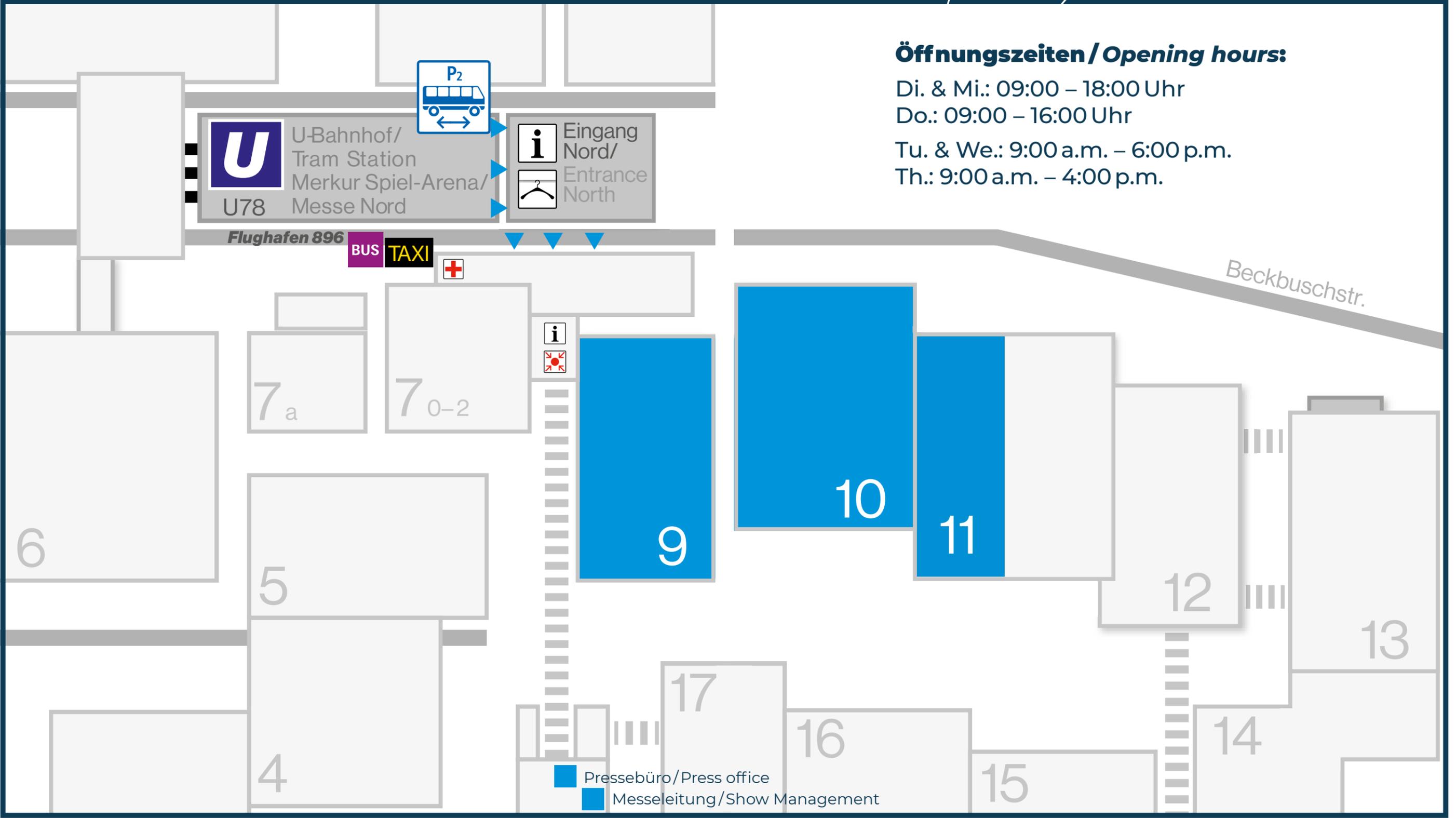


Geländeplan Site plan

Exhibition
Centre
Düsseldorf

The Industry's
Who and How.
My PSI. Live.

7-9 JAN 2025



Öffnungszeiten / Opening hours:

Di. & Mi.: 09:00 – 18:00 Uhr

Do.: 09:00 – 16:00 Uhr

Tu. & We.: 9:00 a.m. – 6:00 p.m.

Th.: 9:00 a.m. – 4:00 p.m.

Beckbuschstr.

■ Pressebüro/Press office
■ Messeleitung/Show Management

Innovations-Hotspot PSI 2025

Aufbruch zu neuen Horizonten

Die PSI steht vor der Tür: Vom 7. bis 9. Januar 2025 trifft sich die internationale Werbearbeitgeberbranche zum ersten großen Event des Jahres in Düsseldorf. Europas Leitmesse für Werbearbeitgeber, Incentives und Merchandising wird mit Trends und Ideen wieder Themen setzen, die 2025 ganz oben auf der Agenda stehen werden. Wer dabei ist, kann nicht nur viel Neues sehen und erleben, sondern auch eine spannende Branche mitgestalten.

Die Tore der PSI öffnen sich schon sehr früh in diesem Jahr zum international geschätzten Hotspot für Innovation, Know-how und Networking. Hier treffen sich nationale und internationale Player, Allrounder und Spezialisten, Newcomer und Neugierige, deren Herz für multisensorische, emotionale Werbung schlägt. Gleich welchen Alters und welcher Nation, in welcher Funktion und mit welcher Motivation – die PSI bringt sie alle zusammen. Und wie die Erfahrung zeigt, werden sie nach den drei randvollen Messtagen voller Inspirationen, Begegnungen und Erlebnissen mehr wissen, viele Ideen mitbringen und neue Kontakte geknüpft haben. Wer auf die PSI kommt, erlebt eine vielseitige, lebendige Branche, die man einfach lieben muss. Das spezielle „PSI-Feeling“ macht aus der Messe eine Branchenplattform, die in ganz Europa einzigartig ist.

Tickets last minute ordern

Ein hochkarätiges Rahmenprogramm, viele Sonderflächen und Highlights sowie eine glanzvolle Partynacht – besser kann das Jahr kaum beginnen. PSI-Mitglieder, die noch kein Ticket haben, können es noch last minute kostenfrei im Online-Ticketshop ordern. Hier gibt es auch die Tickets für die PSI Night, die am 7. Januar 2025 ab 19 Uhr in der beeindruckenden Düsseldorfer Event Residenz über die Bühne geht. Ein attraktiver Messeauftakt, der den ersten Tag entspannt abschließt und genussvoll und groovig auf die weiteren Messtage einstimmt – Networking und viel Spaß inklusive. Diese perfekte Gelegenheit, den Tag mit Kunden, Partnern und Mitarbeitern ausklingen zu lassen, sollten Sie nicht entgehen lassen. Und bitte

nicht vergessen: Marketeers können die PSI ausschließlich am Donnerstag, den 9. Januar 2025 auf Einladung ihres PSI-Händlers besuchen und müssen sich hierzu als Fachbesucher legitimieren. Händler sollten ihre Einladungen über ihren persönlichen My PSI Bereich verschicken, denn nur dann werden Gäste auf ihrem Badge als Industriekunden ausgewiesen. Entsprechende Preislisten vereinfachen den Umgang mit diesen Besuchern am Stand. Antworten auf alle Fragen rund um die Messe findet man auf www.psi-messe.com unter den FAQ's. Die Ausstellerliste und die Hallenpläne im PSI Journal und auf www.psi-messe.com (unter Infos für Besucher) sind ideal, um den Messebesuch zu planen und gezielt nach bestimmten Produkten und Unternehmen zu suchen.

PSI Gusto: Multisensorische Verführung

Ein Präsentationsformat, das seit vielen Jahren die Messebesucher begeistert, ist das PSI Gusto. In dieser Tasting Area in Halle 9H32-44 findet man Seite an Seite nur Aussteller, die Spezialitäten und feine kulinarische Produkte zum Probieren bereithalten. Alles, was man hier sehen, schmecken und riechen kann, hat natürlich auch das Potenzial, durch individuelle Veredlung zum willkommenen Werbeprodukt zu werden. Ob süß oder herzhaft – gerade beim Tasting auf der Gusto-Fläche erlebt man die multisensorische Power, die allem Kulinarischen seine enorme Wirkung verleiht. Auf dem Weg in die Hallen 10 und 11 kommt man fast am Gusto vorbei – also einfach einen genießerischen Stopp einlegen und sich beraten lassen. Ein Café lädt hier zum Verweilen ein.

Design und Produktsicherheit gehören zusammen

Das PSI Design Forum, ein Kreis erfolgreicher Produktdesigner, ist seit Jahren auf der PSI präsent und wird auch im Januar wieder dort sein – auf der Sonderfläche „The Lab“. Der offene Workspace für Werbemittelhändler in Halle 11A16 zeigt Lösungen rund um die Entwicklung und das Inverkehrbringen von Produkten. Alle Designer haben sich als Entwickler von Werbearbeitgebern einen Namen gemacht und vereinen daher exklusives Know-how und große Erfahrung in Sachen gegenständliche Werbung. Das kompetente, auskunftsfreudige Team mit Manfred Makedonski, Joerg Langkop und Lutz Gathmann weiß nicht nur Antworten auf Fragen der Gestaltung, sondern informiert auch über Produktsicherheit, Produktkennzeichnung und andere Themen, die für Hersteller relevant sind. Natürlich gibt es auch eine ganze Reihe Design-Klassiker und Neuheiten zu sehen, die aufzeigen, worauf es im Entwicklungsprozess eines Produkts ankommt.

Auch zur neuen GPSR gibt der Designer und Produktsicherheitsexperte Lutz Gathmann Auskunft.

Gleich nebenan auf „The Lab“ bieten der TÜV Rheinland und der Prüfdienstleister für Textilien Hohenstein Laboratories Information und Beratung an. Auch der Green Product Award wird hier vorgestellt, der seit 2012 nachhaltige Produkte und Services von Unternehmen und Start-ups prämiiert. Gute Gründe also, um von hochqualifizierten Ansprechpartnern zu lernen und eigene Unsicherheiten auszuräumen.

PSI Trendschau und PSI Services

Die PSI Trendschau, die neu konzipierte Sonderfläche in Halle 11A07, zeigt Produktrends aus den drei Themenwelten „Fit durchs Jahr“, „Highlights für sonnige Zeiten“ und „Die Genussreise“. Aussteller der PSI präsentieren dort exklusiv ihre Innovationen aus den Bereichen Textil, Elektro und Multimedia, Schul- und Bürobedarf, Taschen, Gepäck und Reise sowie Nahrungs- und Genussmittel. Bitte beachten: Die sehenswerte kuratierte Produktschau ist aus Halle 9 in die Halle 11 umgezogen, wo mehr Platz zur Verfügung steht. Ganz in der Nähe an Stand 11A05 ist

>>

Die PSI 2024 macht ihrem Ruf als Schaufenster der Branche wieder alle Ehre. Sie ist ein kraftvoller und inspirierender Startschuss ins neue Werbejahr.



>>

die Homebase von PSI zu finden: Hier kann man sich über die vielseitigen Angebote und Dienstleistungen von PSI beraten lassen und alles über die Vorteile der Mitgliedschaft erfahren. Das engagierte PSI-Team steht allen Besuchern gerne persönlich zur Seite, um sicherzustellen, dass sie das Beste für sich herausholen. Nutzen Sie die Gelegenheit, die Top-Sourcing-Tools wie den Product Finder und die Sourcing-Abteilung kennenzulernen und zu entdecken, wie diese Services Ihren Alltag einfacher und effizienter gestalten können. Für Membership und Upgrades

hat sich PSI attraktive Messespecials ausgedacht. „Home is where PSI is“ wird hier gelebt – fühlen Sie sich also ganz wie zuhause und genießen Sie eine Erfrischung, während Sie Ihr Handy aufladen können.

Die Welt zu Gast auf der PSI

In Halle 11 ist auch die PSI International Lounge (11A35) zu finden, der kommunikative Treffpunkt namhafter Verbände und Branchenorganisationen aus der ganzen Welt. Hier spürt man den besonderen Spirit, der seit den Anfängen des PSI vor über 60 Jahren die Branche weltweit verbindet. ASI (Advertising Specialty Institute) aus den USA, BPMA (British Promotional Merchandise Association) sowie Sourcing City aus Großbritannien sind hier anzutreffen. Die belgische Branche wird von BAPP repräsentiert, aus der Schweiz begrüßen wir Vertreter von Promowiss. Auch die internationale Branchenorganisation IPPAG ist hier vor Ort. Der noch junge Dachverband EAC (European Association Cooperation) wird sich ebenfalls hier vorstellen und zu einer Reception einladen. Eigene Stände außerhalb der International Lounge haben Het



Portaal aus den Niederlanden (9A64) und Promoturk aus der Türkei (11C29). Bitte unbedingt vormerken: Am zweiten Messetag gibt es eine International Reception in der Lounge.

PSI Academy: Praxiswissen für alle

Das Programm der PSI Academy in Halle 11A80 bietet ein breites Spektrum an Themen rund um Nachhaltigkeit, Trends und Innovationen, Marketing, Kommunikation und KI. Über das hochkarätige, praxisnahe Programm kann man sich auf www.psi-messe.com informieren. Dem PSI liegt die Förderung junger Talente, aber auch die Integration und Unterstützung erfahrener Quereinsteiger besonders am Herzen. Denn unsere vielseitige und kreative Branche lebt von den frischen Ideen und wertvollen Perspektiven, die wissbegierige und experimentierfreudige Newcomer mitbringen. Am zweiten Messetag ist daher der Next Generation PSI ein ganzer Themenblock gewidmet: Am Mittwoch, den 8. Januar ab 15:30 Uhr nehmen Experten alle Newcomer und Interessierten mit auf eine Reise in die Welt innovativer, zukunftstauglicher Geschäftsideen, informieren über Branchennews und plaudern über das Geschäft und aktuelle Karrierechancen. Anschließend lädt Toppoint zum Austausch und Networking bei kühlen Getränken ein. Denn die junge Generation zu unterstützen und dafür zu sorgen, dass sie sich in der Branche wohlfühlt, ist auch für Toppoint ein wichtiges Ziel für die Zukunft. Die PSI 2025 mit ihrer anregenden, sympathischen Messeatmosphäre bietet das ideale Umfeld, um den Branchennachwuchs zu begeistern und zu binden. Eine gute Möglichkeit also für Aussteller und Händler, ihre Auszubildenden und neuen Mitarbeiter fit für's Werbeartikel-Business zu machen. Auch die Newcomer Lounge in Halle 11, wo junge Unternehmen, Branchenneulinge und Erfinder Innovationen und ausgefallene Produkte vorstellen, ist ein echter Ideen-Pool für die die Next Generation PSI – und alle, die das Besondere lieben. Ihnen empfehlen wir auch den Themenblock KI am Mittwoch ab 13 Uhr.



Innovationen und Erfindungen vermarkten

Das PSI möchte innovative, kreative Firmen unterstützen: Informieren, Kontakte herstellen, Wege aufzeigen, die Vermarktung neuer Produkte fördern. Aus diesem Grund begann vor einigen Jahren die Zusammenarbeit zwischen dem PSI und dem Magazin Innovations-Forum und Tepac Technologie & Patent-Consulting. Auch auf der PSI 2024 wird es in Halle 11C16 eine Sonderfläche des Innovations-Forums geben. Hier trifft man Experten für Neuheiten, Schutz, Recherche und Vermarktung. Das Team des Innovations-Forums ermöglicht PSI-Teilnehmern den Zugang zu deren Ideen und bietet kostenfreie Beratung. Eine Win-win-Situation, denn vielen Erfindern ist nicht klar, wie breit angelegt der Bedarf der Werbewirtschaft ist und wo ihre kreativen Beiträge gefragt sind. Ein wichtiges Thema, denn von neuen Impulsen, Ideen und Erfindungen lebt auch die Werbeartikelwirtschaft.

Textil bleibt Trend

Kaum eine Kampagne kommt ohne Textilien aus: Laut einer aktuellen Studie der Promotional Products Association International (PPAI) machen Textilien rund 35 Prozent des globalen Werbeartikelmarkts aus. Die PSI ist seit vielen Jahren der Beweis für die wachsende Bedeutung von Promotextilien. Durch Veredelung wird der Werbeartikel zum echten Markenbotschafter, der das Image stärkt und nachhaltig Eindruck hinterlässt. Daher spielen Werbetextilien und Veredelungsverfahren auf der PSI eine Schlüsselrolle: Sie spiegeln die saisonalen Trends wider und schaffen kreative Impulse für die individuelle Gestaltung von Werbeartikeln. Mit dem Textile Village und der Veredelungs-sonderschau präsentiert die PSI gezielte Plattformen, um neue Geschäftspotenziale zu erschließen.

Textile Village und Sonderschau Veredelung

Im Textile Village in Halle 9 dürfen sich Besucher auf Textilien mit innovativen Designs, spannenden Funktionalitäten und nachhaltigen Eigenschaften als Träger für einprägsame Werbebotschaften freuen. Zu den Ausstellenden zählen unter anderem Cottonland Textiles, Dyckhoff, Gildan Activewear, HIP, Jerzees Europe, Kingly, L-Shop-Team, Mr. Socks, no limit Textilveredelung, Promodoro Fashion, Quikflip, Rogac d.o.o., SETEX-Textil und Uneek Clothing Europe. Die Sonderschau Veredelung bringt französisches Flair in die Halle 11 – und auf unterschiedlichste Werbeartikel. Unter dem Motto „Vive la France“ demonstrieren Epson Deutschland, Gravotech Group, Logotex Europe, Lynx Deutschland, Maegis, Melco International, Mutoh Deutschland, Print Equipment, Trotec Laser Deutschland, Walz Solutions, WITPAC Germany und X-Tec Systems innovative Lösungen zur Personalisierung von Werbeartikeln. Die Sonderschau Veredelung wird von Sponsoren wie L-SHOP-TEAM, Gildan, Malfini und Giving Europe unterstützt.

Auftanken in den Community Cafés

Das und noch viel mehr gibt es auf der PSI zu entdecken und zu erleben. Damit Sie bei Kräften bleiben und alle drei Messetage voll nutzen können: Gönnen Sie sich ab und zu mal eine Pause in den Community Cafés in Halle 10G10 oder 9E68 oder im Gusto in Halle 9. Dort kann man relaxen, nachdenken oder sich mit Kollegen, Kunden oder Freunden treffen. Ein hilfreicher PSI-Service für alle, die Muster und Kataloge gesammelt haben: In Halle 9A63 gibt es wieder eine Versandstation, wo man am Dienstag und Mittwoch von 12 bis 18 Uhr und am letzten Messetag von 10 bis 16 Uhr sein Material verpacken und ins Büro versenden kann. <



Messe Gelände
Düsseldorf

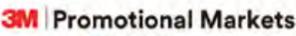
12-AR

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

7-9 JAN 2025

DAS AUSSTELLERVERZEICHNIS DER PSI 2025

Wir freuen uns, folgende Aussteller willkommen zu heißen:

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
49009	12M, POLAND	12m.eu	9A38
 Powered by 			
60867	3M Promotional Markets powered by CCA Occasions, UNITED STATES (THE)	ccaoccasions.com	10H70
60919	44 Bricks GmbH, GERMANY	44bricks.com	11A78
60876	ABC-N System Reusable Promo Packs, POLAND	abcnsystem.com.pl	11B58
60572	ABERO Sp. z o.o., POLAND	abero.pl	9D44
44151	ADA KUPA SERAMIK IC DIS TICARET LIMITED SIRKETI, TÜRKIYE	adaseramikcupa.com	9E36
44329	aditan GmbH, GERMANY	aditan.de	10L38
60629	Adivin Beach Flag, SPAIN	adivin.com	9D37
43999	ADOMA GmbH, GERMANY	adoma.de	11A54
45448	Aetzkunst GmbH & Co. KG, GERMANY	trophies-germany.de	9B32
60841	Airfresh, POLAND	airfresh.pl/en	11B57
47800	ALFA PROMOSYON TEKSTİL Pazarlama Sanayi Ve Ticaret Anonim Sirketi, TÜRKIYE		10D28
60540	Allpromoted Inc., UNITED STATES (THE)		10G40
			
45590	aloga gmbh, GERMANY	makeityours.me	10B54
49719	AMGS GROUP JERZ I GIGOLŁO SPÓŁKA KOMANDYTOWA, POLAND	amgsgroup.com	10A13
45753	Anda Present Ltd., HUNGARY	andapresent.com	10A50
60848	ANTS & FRIENDS GmbH, GERMANY	antsandfriends.com	11E49
60817	AODACI Lda., PORTUGAL	aodaci.com	10G22
60787	APS Print Sp. z o.o. Sp. k., POLAND	apsprint.eu	9A49
44291	Araco International B.V., NETHERLANDS (THE)		10G26
60896	ARIR S.a.s. Boggio di Zanone Maria Vittoria, ITALY	arir.com	9B64
60763	ARMACAO Design SARL CAP 5-12, FRANCE	armacao.fr	10B05
			
45495	Art di Como Design GmbH, GERMANY	artdicomo.de	9H32
46316	Artar Tekstil Prom. Urunleri San. Tic. ve Ltd. Sti., TÜRKIYE		10H21
49960	ARTIVA SPORTS by Campo Sportivo GmbH, GERMANY	artiva-sports.com	9E25
			
60966	Artizanaten, ROMANIA	artizanaten.ro/en	9A66

AS-CO

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
46706	ASB Herbalind gGmbH, GERMANY	herbalind.com	11E39
60761	Aseli Trade GmbH, GERMANY	aseli.de	9H42
49556	Asgard Sp. z o. o. owner of the BLUE COLLECTION brand, POLAND	bluecollection.gifts	9A05
60692	Asya Promosyon Bilg. Mlz. ve Matb. San. ve Tic. Ltd. Sti, TÜRKIYE	asyapromosyon.com.tr	9E30
60207	ATACA TEKSTİL SANAYI VE TICARET LTD STI, TÜRKIYE	atacatekstil.com	10A40
60839	ATTO Inkject LLC, UNITED STATES (THE)		9C38
46148	ATUT & PRIMAR s.c, POLAND	atutwood.pl	9B58
49413	AVANT Fabryka Porcelitu, POLAND	avant.pl	9B56
60956	Avery Dennison, NETHERLANDS (THE)	averydennison.com/en/home.html	11E26
60726	AWIH Zbigniew Zielinski, POLAND	awih.pl	11A76
46204	Axpol Trading Sp. z.o.o, POLAND	axpol.com.pl	9C32
60669	Aysoy Pazarlama Konf. Tekstil San. Va Tic. Ltd. Sti, TÜRKIYE	aysoytextile.com.tr	9F37
47411	badge4u Wojciech Pawlowski, POLAND	badge4u.eu	9D04
n/a	Bambook B.V., NETHERLANDS (THE)	bambook.org/de	11B16
PSI Partner	BAPP - Belgian Association of Promotional Products, BELGIUM	aimfap.com	11A35
45434	Bartl GmbH, GERMANY	bartlshop.de	10C66
60910	Bayrak 2023 Baski Merkezi San. Tic. Ltd. Sti., TÜRKIYE	efsane-grup.com	10H72
60781	BE SMART PROMOSYON TEKSTİL SAN. VE TIC. LTD. STI., TÜRKIYE	besmartpro.com	11A43
n/a	Beepack Production, POLAND	beepackpro.com	11B54
41859	BIC GRAPHIC EUROPE S.A., SPAIN	bicgraphic.com	10A18
60872	BIRKENSPANNER, GERMANY	birkenspanner.com	11E70
60677	Blockhütte GmbH, GERMANY	blockhuettenet/pages/firmengeschenke	11A52
60738	BLOOM your message V.O.F., NETHERLANDS (THE)	bloom-yourmessage.nl	11A58
n/a	blueprints global GmbH, GERMANY	blueprintsglobal.eu	9C48
60556	Bombacio Sp. z.o.o., POLAND	bombacio.eu/en	10H64
48043	Boogaard Textiles B.V., NETHERLANDS (THE)	boogaardtextiles.nl	10G07
49348	BOOGIE Design, POLAND	boogie-design.pl	10A26
60909	Book Lab, NETHERLANDS (THE)	book-lab.nl	11E50
60920	Boompods, UNITED KINGDOM (THE)	boompods.com	11C47
60727	Born Originals GmbH, GERMANY	b2b.bornoriginals.com	11A46
44755	Bosscher International B.V., NETHERLANDS (THE)	bosscher-international.com	9A48
49753	BOTT sp. z o.o., POLAND	bottdruck.de	10H61
60685	Brand New Lab, Lda, PORTUGAL	brandnewlab.com	9B30
46116	Brand Promotion CZ s.r.o., CZECH REPUBLIC (THE)	brand.cz	10D29
60673	BrandFit Solutions, NETHERLANDS (THE)	brandfitsolutions.com	9E56
46905	Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG, GERMANY	xmas-logo.de	9C04
60959	BRBEN TEXTILE, TÜRKIYE	brben.com	11C59
			
43609	BRICK promotions, UNITED STATES (THE)	brickpromotions.com	10L20
60984	BRYX Toys UG (haftungsbeschränkt), GERMANY		11D59
48045	B-TOKEN BVBA, BELGIUM	b-token.eu	9B38
60931	BTR Reklamcılık Pazarlama ve Dis Ticaret Ltd.Sti, TÜRKIYE	btr.com.tr	9D24
45956	burger pen AG, SWITZERLAND	burgerswisspen.com	10H38
60734	Butik Tekstil İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Ltd. Sti., TÜRKIYE	nazar-wellness.de	9G20
41446	Buttonboss Group, NETHERLANDS (THE)	buttonboss.com	10D06
47952	Büyüksöy Bayrak Ve Semsiyiye San. Tic. A.S., TÜRKIYE	heb.com.tr	10F26
60923	BYSELINI UG, GERMANY	transferprint.de	11E71
45140	Carry Products GmbH, GERMANY	carrybottles.com	9A55
43811	CDH Computer Division Heinemann GmbH, GERMANY	cdh.info	10F65
45452	CD-LUX GmbH, GERMANY	cd-lux.de	10G61
60915	CENGO GmbH, GERMANY		11B39
60717	chic.mic GmbH, GERMANY	chicmic.de	10D43
60667	ÇİNTANLAR TEKSTİL SAN VE TİC LTD STI, GERMANY		9F26
60619	CİTRON GROUP, POLAND	citron.pl	10D44
60826	Classone Teknoloji Urunleri San. ve TIC. LTD. STI., TÜRKIYE	classone.com.tr	9A31
40511	Clipper Interall, NETHERLANDS (THE)	clipperinterall.de	10L27, 10L25, 10L31
47506	Condom Message, NETHERLANDS (THE)	condommessage.com	9F03
60181	Confiserie Möhlenkamp OHG, GERMANY	confiserie-moehlenkamp.de	11E51

Messe Gelände
Düsseldorf

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

7-9 JAN 2025

CO-EU

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
n/a	Conrad & Shark Europe Ltd., CZECHIA	conradshark.com	9A17
49112	Consilio Jakub Michalski, POLAND	consilio.com.pl/de	10F03
60638	Continenta GmbH, GERMANY	continenta.de	11E64
45939	Corthogreen bv, NETHERLANDS (THE)	corthogreen.com	9H43
47376	CosmoShop GmbH, GERMANY	werbemittelshop.de	10H45
48842	Cottonland Textiles - Openvision Lda., PORTUGAL	ovgroup.pt/cottonland	9B54
48968	CP-Team GmbH, GERMANY	cp-team.de	11B72
60891	Cre8iveSkill LLC, UNITED STATES (THE)	cre8iveskill.com	11A41
43581	Croatian umbrella Ltd, CROATIA	croatianumbrella.com	10B32
43968	CRUX Sp.j., POLAND	greenplanet365.eu	10B61
60921	CTM GROUP, POLAND	ctmgroup.pl	11C64
60889	CW Blanks, PORTUGAL	cwblanks.com	11B46
60893	Daoen Inc, UNITED STATES (THE)	daoeninc.com	10E06
60974	Db, NORWAY	eu.dbjourney.com	9D53
60970	DECARD sp. z o.o., POLAND	decard.pl	11B53
60802	DECHLAND - Lukasz Szprengier, POLAND	dechland.com	10H68
73174	DeinDesign GmbH, GERMANY	deindesign.de	11D60
60589	DelikatessenWinkel, GERMANY	shop.delikatessenwinkel.de	9H08
44115	DELTA SAS, FRANCE		11C31
46660	DEONET BV, NETHERLANDS (THE)	deonet.com	10C04
60898	DEPAR DERI PLASTIK SAN. VE TIC. A.Ş., TÜRKIYE	deparderi.com.tr	11C45
60906	Der kleine Gourmet GmbH, GERMANY	der-kleine-gourmet.de	9H36
60901	Design 360 Grad, GERMANY	design360grad.de	11B60
PSI Partner	Design Forum PSI, GERMANY	aimfap.com	11A16-01
60927	DETOA Albrechtice s.r.o., CZECH REPUBLIC (THE)	detoa.cz/en	11C40
90029	Disrupt Sports Ltd, UNITED KINGDOM (THE)	branded.disruptsports.com	11A63
48615	DIZAYN ETIKET San. ve Tic. A. S., TÜRKIYE	dizaynetiket.com	9C40
46488	DOCTIME GmbH, GERMANY	doctime.de	10E27
60821	Doli GmbH, GERMANY	doli-bottles.com	10E59
40723	DOM POLYMER-TECHNIK GMBH, GERMANY		10G56
41752	doppler H. Würflingsdobler GmbH, GERMANY	dopplerschirme.com	10A46
PSI Media Partner	Dr. Harnisch Verlags GmbH, GERMANY	harnisch.com/dedica	EN03 - PSI Media Lounge
45720	DREAMPEN Dariusz Libera, DreamPen Producer of Ballpens, POLAND	dreampen.com	10A36
44886	DreiMeister Spezialitäten GmbH & Co. KG, GERMANY		9A37
60874	Dyckhoff GmbH, GERMANY	dyckhoff24.de	9B48
44457	e!xact Internationale Werbemittel GmbH, GERMANY	e-xact.de	9C64
47300	Easy Gifts GmbH, GERMANY	easygifts.de	10F35
60236	ecobrand respectful distribution gmbh, AUSTRIA	ecobrand.promo	9B26
60807	Ecoffee Cup Limited, UNITED KINGDOM (THE)	ecoffeecup.com	11A42
49982	Edition Michael Fischer GmbH - EMF Verlag, GERMANY	emf-verlag.de	10C56
60503	eFanshop.com JOANNA KUŁAKOWSKA, POLAND		10E07
60767	EFE Design GmbH, GERMANY	utsch.com	11C51
60899	E-Heron, POLAND	e-heron.com/en	10F70
41369	elasto GmbH & Co. KG, GERMANY	elasto.de	10L49
48996	ELITA S.J. Krzysztof Staszalek i Mateusz Staszalek, POLAND	lanyardsonline.de	9A36
44736	ELITE Srl, ITALY	elite-it.com	10D09
47306	emco Bautechnik GmbH, GERMANY	emco-bau.com/produkte/teppichmatten/ werbematten-und-aktionsmatten	10F60
47403	Ender Tekstil, TÜRKIYE	endertekstil.com/de	9A26
80309	EPSON Deutschland GmbH, GERMANY		11E09
49093	Eren Kadife Tekstil Nakliye San.Tic. Ltd Sti, TÜRKIYE	erenkadife.com.tr	9H63
47527	Erich Utsch AG, GERMANY		9E62
60689	Espa srl, ITALY	espaitalia.it	10G44
60651	ESPRINET SPA, ITALY	nilox.com	10L72
46089	Eudarcap, POLAND	eudarcap.com	9G57
60832	EURODET SRL, ITALY	profumieco.com	11A70
49704	European Sourcing Sarl, FRANCE	europeansourcing.com	10C55

EU-HE

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
49845	Euro-Transfers Sp. z o.o., POLAND	euro-transfers.de	11C79
60721	Expandesign International Pty Ltd, SOUTH AFRICA	expandesigneurope.com	10D10
47094	Extrapack AD, BULGARIA	bags.bg/cms_Content/Show/?lg=en	10G19
60834	Exxen Tekstil Etiket San ve Tic AS, TÜRKIYE	exxenetiket.com	10C06
60930	EYS GmbH, GERMANY	corporate-eyes.com	11A65
60716	F.B. BAG, TÜRKIYE	fbaksesuar.com	10C39
49205	Fabryka Zabawek Pluszowych „Kolor Plusz“, POLAND	kolor-plusz.pl	9B59
60835	FAIRWERK // Inntal-Werkstätten, GERMANY	fairwerk.de	9F50
43144	FARE - Guenther Fassbender GmbH, GERMANY	fare.de	10G37-01
47960	Feniks Sp. z o. o., POLAND	feniks.biz.pl	9B12
60918	FF-PACKAGING / East West Packaging, NETHERLANDS (THE)	ff-packaging.com	10H55
60933	fid retail GmbH / noma noma, GERMANY	nomanoma.com	11B65
60474	Filmar Factory Sp. z o.o., POLAND	filmarfactory.eu	10C40
60091	Filmon Baski Cözümleri A.S., TÜRKIYE	filmon.com.tr	10H62
60477	Finable Oy, FINLAND	greenfin.fi	9D23
48519	Finardi Milena SRL, ITALY	promotionalstrawhats.com	10B68
60908	Firstar Healthcare Oy, FINLAND	firstar.fi	11C60
60869	FLASKE BV, NETHERLANDS (THE)	flaske.com/pages/ corporate-branded-bottles	10E08
60961	FLATCUBE®, CROATIA	flatcube.com	11E63
42743	FOL International GmbH, GERMANY	fruitoftheloom.eu	9B50
60859	Forrest & Love GmbH, GERMANY	forrestandlove.de/en	11C57
60403	Fortrend Tekstil San Tic Ltd. Sti, TÜRKIYE		9E64
47463	Francos GmbH, GERMANY	francos-gmbh.de	11A73
60884	Frankfurter Fahnen Jungmann GmbH, GERMANY	frankfurter-fahnen.de	11B59
60424	FreeWings / FIBS, AUSTRIA	fi-bs.com	11E40
44020	FRIEDMANN PRINT DATA SOLUTIONS GmbH, GERMANY	friedmann-print.de	10G69
60461	Frischtuch GmbH, GERMANY	frischtuch.de	11A75
60678	G. Benedikt Karlovy Vary s.r.o., CZECH REPUBLIC (THE)	gbenediktgroup.com/en	11A32
40807	Gabriele Bühring, GERMANY	buehring-shop.com	9A60
48691	GC Footwear GmbH, GERMANY	gcfootwear.com	10D51
41615	Geiger-Notes AG, GERMANY	geiger-notes.ag	10G55
47324	Get Impressed srl, ITALY	getimpressed.eu/de	9E07
47052	GIFT STAR, POLAND	giftstar.pl/en	11B36
43492	Gifts with Impact B.V., NETHERLANDS (THE)	giftswithimpact.nl	11B30
60934	Gildan Activewear EU srl, BELGIUM		9D51
60633	Gileda Ltd., LITHUANIA	safereflector.com	10G03
60842	Gill Company art of fashion GmbH, GERMANY		11C58
60418	Gimel Hediyelek Esya ve Buro Gereçleri Pazarlama ve Ticaret Ltd Sti, TÜRKIYE	gimel.com.tr	9G51
41734	giuseppe di natale spa, ITALY	dinatalestyle.com	10B18
60798	Giving Europe GmbH, GERMANY		10D52
49644	Glaskoch B. Koch jr. GmbH & Co. KG, GERMANY	leonardo-b2b.de	10D49
45192	Glasmark Sp. z o.o., POLAND	glasmark.pl	9C22
45829	Goldstar- Europe, IRELAND	simplygoldstar.com/eu/de_eu	10K36
42351	Gollnest & Kiesel GmbH & Co. KG, GERMANY	goki.eu	10A71
46517	Görenler Giyim Tekstil A.S, TÜRKIYE	gorenler.com	9B06
60724	GPS BAGS SPA, ITALY	gpsbags.com	10F68
47265	GRASPO CZ, a.s., CZECH REPUBLIC (THE)	graspo.com	9F25
45874	GravoTech GmbH, GERMANY	gravotech.de	11B06
60938	GREAT SILK ROAD trgovina, d.o.o, SLOVENIA		11B75
60720	Green MNKY GmbH, GERMANY	greenmnky.de	11E66
PSI Partner	Green Product Award, GERMANY		11A16-02
60161	Greenverta, POLAND	greenverta.com	10A09
48623	GSE gGmbH, GERMANY	werkstatt.gse-essen.de	9C39
42819	Gustav Daiber GmbH, GERMANY	daiber.de	10G37-02
46944	Gutting Pfalz nudel GmbH, GERMANY	pfalznudel.de	9C03
45666	Halfar System GmbH, GERMANY	de.halfar.com	10G37-03
60981	Hang Loose SRL, ITALY		11D78
44954	happy ROSS GmbH, GERMANY	happyross.de/wm	10A21
60903	HASGÜL DOKUMA TESKİTİL SAN TIC. LTD.STI, TÜRKIYE	hasgultowel.com/tr/proje	11C46
48313	Headwear PL Spolka z ograniczona odpowiedzialnoscia Sp.J., POLAND	headwear.com.pl/de	9G28
47574	HEGA PROMOTIONS, SPAIN	hegahogar.com	10A25
60522	HELIOPROMO, PORTUGAL	heliotextil.com/pt/solucoes/	11B18
60912	helit Innovative Büroprodukte GmbH, GERMANY	helit.de	11E37

Messe Gelände
Düsseldorf

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

7-9 JAN 2025

HE-KA

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
46612	Hellma Gastronomie-Service GmbH, GERMANY	hellma.de	9H44
44145	helo®, GERMANY	heckelmann.com	9H24
41583	HEPLA GmbH, GERMANY	hepla.com	10A49
49978	Herforder Werkstätten GmbH, GERMANY	herforder-werkstaetten.de	9E49
46235	HERKA GmbH, AUSTRIA	herka-frottier.at	10G36
49324	HERMEY GmbH & Co. KG, GERMANY	hermey.de	9E67
PSI Media Partner	Het Portaal Media BV, NETHERLANDS (THE)	hetportaal.com	9A64
49016	Hey!blau GmbH, GERMANY	heyblau-labs.com	11E77
60945	Highlight-Kisabi GmbH, GERMANY		10D08
41118	hoechstmass, GERMANY	hoechstmass.com	10C67
644960	Hohenstein Laboratories GmbH & Co.KG, GERMANY	hohenstein.com	11A16-03
45973	Hörsteler Interior Design GmbH, GERMANY	hoersteler.de	9B44
60714	Hot Screen AB, SWEDEN	hotscreen.de	9F56
60663	Hugo Frosch GmbH, GERMANY	hugo-frosch.de/promotion-werbemittel-waermflasche.php	11B38

Hultafors

46478	Hultafors Group Germany GmbH, GERMANY	hultaforsgroup.com	10B34
60498	Hypon BV, NETHERLANDS (THE)	hypon.eu	9B51
42567	i.p.a. cosmetics GmbH, GERMANY	ipacosmetics.de	10F66
45302	ICO JSC, HUNGARY	ico.eu	9D42
49719	Igel Werbemittel GmbH, GERMANY	igelshop.de	9A53
60904	Igloo EMEA AB, SWEDEN	igloocoolers.com	11C49
44740	Impliva B.V., NETHERLANDS (THE)	impliva.nl	10G13
43000	IMTC Manufacturing & Trade GmbH, GERMANY	axopad-mousepad.de/preislisten	10F10
49880	Inkcups Europe GmbH, GERMANY	inkcups.com	10E62
42907	Inspirion GmbH, GERMANY	inspirion.eu/de	9H48
60954	Intelsol s.r.o., CZECH REPUBLIC (THE)	intelsol.cz/en	11C42
80405	interfon adress GmbH / infoflip Ulm, GERMANY	interfon-adress.de	11A67
60671	IP Adelt GmbH, GERMANY	ip-adelt.de	10E43
46848	Ipeknur Textile Clothing Co. Ltd., TÜRKIYE	ipeknur.com	9A11
60976	IRISgo AG, SWITZERLAND		11E60
60416	Istanbul Chamber of Commerce, TÜRKIYE	ito.org.tr/en	9E08, 9F07, 9H19
60885	IZY Bottles B.V., NETHERLANDS (THE)	izybottles.com	11A47
49767	J.S. Fashion GmbH, GERMANY	js-fashion-gmbh.de	10G01
49346	JaguarGift, POLAND	jaguargift.com	9G48
47696	JAMARA e.K., GERMANY	jamara.com/kataloge/werbemittelkatalog/de	11C77
48291	JH Innovations GmbH, GERMANY	jh-innovations.de	11E48
PSI Partner	JOOMP – 3000 Lieferanten, schnelle Anfragen, tägliche Produktinspirationen, POLAND	aimfap.com	11A44
46097	José Albero Puerto, S.L. - Secaneta, SPAIN	secaneta.com	10H35
41990	Joytex GmbH & Co. KG, GERMANY	joytex.de	10A62
41545	JUNG Packaging JUNG since 1828 GmbH & Co. KG, GERMANY	jung-packaging.de	11A61
41545	JUNG Promotion JUNG since 1828 GmbH & Co. KG, GERMANY	jung-promotion.de	10G49
60200	Jungfleisch GmbH, GERMANY	jungfleisch.de	10E12
48245	JUTEKO GmbH, GERMANY		10B44
60905	Kaffeeform GmbH, GERMANY	kaffeeform.com	11E57
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG, GERMANY	suesse-werbung.de/en	10A05, 10E20
60703	KAPLAN OFSET MATBAACILIK SAN. TIC. LTD. STI., TÜRKIYE	kaplanofset.com.tr	10B39
60969	KARDELEN IS ELBISERLERI SAN. TIC. LTD. STI., TÜRKIYE	kardelentekstil.com.tr	11D65
60900	Karey Foam Solutions, SPAIN	kareyfoamsolutions.com	11A45

UMA®

EIN WELT IN DIE
ZUKUNFT
MODELL FUTURE

Ihre Vorteile:

- Hergestellt aus recyceltem PET
- 100% ClimatePartner-zertifiziert gefertigt, veredelt und versandt
- Europäische Produktion
- Elegantes und schlichtes Design
- Präzise Mine bietet angenehmes Schreibgefühl



ClimatePartner
zertifiziertes Produkt
climate-id.com/DIPVA4

UMA
sustainability

Global Recycled
Standard

+ RPET =

Messe Gelände
Düsseldorf

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

7-9 JAN 2025

KA-MA

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
41794	Karl Knauer KG, GERMANY	karlknauer.de	10H20
60139	Keks Kreator GmbH, GERMANY	keks-kreator.de	9H34
60092	Kilavuz Görsel Çözümleri Ve Reklamcılık San. Tic. A.S., TÜRKIYE	kilavuzgorsel.com.tr	10A08
48320	Kim Kranholdt GmbH, GERMANY	kranholdt.de	11C33
60925	Kingcoat Sub GmbH, GERMANY	kingcoatsub.com	11C66
60768	Kingly Ltd., BULGARIA	wearekingly.com	9C53
60471	Kingstar Technologie GmbH, GERMANY	ikingstar.com	9D45
60553	Klar Seifen GmbH, GERMANY	seife.de	11C70
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH, AUSTRIA	kleen-tex.eu	9C40
40823	Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG, GERMANY	klio.com	10L21
44929	KNOW HOW INTERNATIONAL GMBH & CO. KG, GERMANY	k-h-i.de	10D03
60973	Kocakkaya Tekstil San ve Tic Ltd Sti, TÜRKIYE	kocakkayatextile.com	9F23
44071	KÖNITZ PORZELLAN GMBH, GERMANY	koenitz.com	9H27
60947	Konsept Deri ve Tekstil Urunleri Dis Tic. Ltd. Sti, TÜRKIYE	koziol-incentives.de	11D64
47406	koziol ideas for friends GmbH, GERMANY	koziol-incentives.de	10D50-01, 10D50
41565	KP Plattner GmbH, AUSTRIA	kp-plattner.at	10B20
46591	Kreutz GmbH, GERMANY	kreutz-online.de	10H56
60926	kywie, NETHERLANDS (THE)	kywie.com	11C63
49872	Landgarten GmbH & Co. KG, AUSTRIA	landgarten.at	10A60
60810	Lanyard Experts, PORTUGAL	lanyardexperts.com	9A51
49171	Lanyard.pro Allers Grupa sp. z.o.o., POLAND	lanyard.pro	10C35
60604	LARQ inc, UNITED STATES (THE)	livelarq.com	10D41
60581	LASIT Sistemi e Tecnologie Elettrotiche S.p.A., ITALY	lasitlaser.de	9F64
60665	Lema3D Sp. z o.o., POLAND	lema3d.eu	10B56

LEUCHTTURM1917
Denken mit der Hand

46175	LEUCHTTURM Gruppe, GERMANY	leuchtturm1917.de	10A14
45457	Lexon SAS, FRANCE	lexon-design.com	10F27
44057	LEŻAKOWO Sp. z o.o. Sp.k., POLAND	lezakowo.com	10E28
48956	LimeBOX, POLAND	lime-box.com	10B07
49756	Living Bytes GmbH, GERMANY	die-markenvertretung.de	10C66
43208	Logolf Line B.V., NETHERLANDS (THE)	logolf.nl	10E03
46104	logolini GmbH, GERMANY	logolini.com	9B22
76987	Logotex Europe GmbH & Co. KG, GERMANY	textildruck-logotex.de	11B07
42155	L-Shop-Team GmbH, GERMANY	shop.l-shop-team.de	9D49
n/a	Lynx Deutschland GmbH, GERMANY	lynx-deutschland.de	11E05
48980	M. Plastinez SLL, SPAIN		9C38
60932	M.T.V Elektronik San Tic Ltd Sti, TÜRKIYE	bikutu.com.tr	11B64
40909	MACMA Werbeartikel OHG, GERMANY	macmaworld.com	10L47, 10K49
60786	Maegis B.V., NETHERLANDS (THE)	maegis.de	11A08
60804	Magenta Vision Polska Sp. Z.o.o., POLAND	magenta-vision.com	10G17
60700	MAGMA Heimtex Erich Hargesheimer e.K., GERMANY	thepromobag.de	11B52
41617	MAGNA sweets GmbH, GERMANY	magna-sweets.de	10G50
PSI Partner	MAGNETMARKET MIKNATIS DIS TIC. LTD. STI., TÜRKIYE	aimfap.com	11E74
60972	magnetopeners.com, TÜRKIYE	magnetopeners.com	11B47
44833	Mahlwerck Porzellan GmbH, GERMANY	mahlwerck.de	9E47
48283	Maikii s.r.l. Società Benefit, ITALY	maikii.com	10L69
47096	Makito Promotional Products, NETHERLANDS (THE)	makito.eu	10D18
47408	MALFINI a.s., CZECH REPUBLIC (THE)	malfini.com	9D58
60962	mamigo Handels UG (haftungsbeschränkt), GERMANY	fashion-drinks.store	11E46
48309	Manufacturas Arpe, S.L., SPAIN	arpe.es	10A24
PSI Media Partner	marketing-BÖRSE GmbH, GERMANY		EN03 - PSI Media Lounge

MA-NE

Built by
PSI RX In the business of
building businesses

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
49006	Mart Ceramic sp. z o.o., POLAND	mart.com.pl	10A06
49181	MART ´S BAGS, POLAND	martsbags.com	10C50
60548	Marvin's BV, NETHERLANDS (THE)	marvins.eu	10G58
43478	MASGUANT, S. L., SPAIN		9D26
60546	Mat.en S.r.l., ITALY	mat-en.com/en	10D11
60645	Matrix Frame BV, NETHERLANDS (THE)	Mobilelightbox.eu	10D19
46503	MAXIM Ceramics GmbH, GERMANY	maxim.com.de	10H58
47483	MAXX Factory GmbH, GERMANY	maxx-factory.de	10D42
49384	May Atki Market Etiket Dokuma San Tic Ltd. Sti, TÜRKIYE	mayatki.com.tr	9A14
60982	MBRC THE OCEAN, GERMANY	mbrctheocean.com	9C44
42020	mbw Vertriebsges. mbH, GERMANY	mbw.sh/de	10G37-04



49967	MEDIACONCEPT SRL, ROMANIA	media-concept.ro	9C07
PSI Media Partner	Meisenbach Verlag GmbH, GERMANY		EN03 - PSI Media Lounge
47281	Melco International LLC, SWITZERLAND	melco.com	11B08
43927	memo AG, GERMANY	memo-promotion.de	9H45
41836	meterex, GERMANY	meterex.com	10D66
41680	METRICA SPA, ITALY	metrica.it	9A33
60521	Micro Mobility Systems D GmbH, GERMANY	microscooter-shop.de	11E22
42042	midocean Germany GmbH, GERMANY	midocean.com	10A02
43439	Miiego A/S, DENMARK	miiego.com	9C26
PSI Media Partner	MIM Marken Institut München GmbH, GERMANY		EN03 - PSI Media Lounge
43410	Mister Bags GmbH, GERMANY	misterbags.de	10G38
49740	Mister Lanyard Nederland B.V., NETHERLANDS (THE)	misterlanyard.com	10F01
46992	Mister Transfer.com, GERMANY	de.mister-transfer.com	10B40
48364	MIYO MENDIL VE GIDA SANAYI DIS TICARET LTD STI, TÜRKIYE	miyopromo.com	9A32
49997	MIZU Europe BV, NETHERLANDS (THE)	mizulife.eu	9F29
60420	MNI Tekstil Sanayi ve Dis Tic AS, TÜRKIYE	mnitextile.com	10E35
48784	Modal BRG Örgü Dokuma Tekstil, TÜRKIYE	modaltextile.com	9C31
49044	modico GmbH & Co KG, GERMANY	modico-graphics.de	9C08
60492	MOUTh Propaganda GmbH, GERMANY	mouthpropaganda.com	EN02
60439	MOYU BV, NETHERLANDS (THE)	moyu-notebooks.com/de	9A44
49707	Mr.Socks, AUSTRIA		9C49



48646	MS Textilhandel e.K., GERMANY	mus-textilhandel.de	9A52
47776	MSW Lasertechnik GmbH, GERMANY	msw-lasertechnik.de	9F70
60937	MTV- Ind. e Comércio de Marroquinaria e Acessórios de Vestuário, Lda, PORTUGAL	mtvbelts.com	11E75
47774	Müller Werbemittel GmbH & Co. KG, GERMANY	mueller-online.de	10B66
60799	MUSTAFA ÖRIKLI TEKSTIL SAN.TIC.LTD.STI., TÜRKIYE		9C20
46293	Mutcali Tekstil San.Tic. Ltd. Sti., TÜRKIYE	mutcali.com	9C47
60782	Mutoh Deutschland GmbH, GERMANY	mutoh.eu/de	11B05
45384	my logo on food GmbH, GERMANY	mylogoonfood.de	11A60
60704	mymuesli AG, GERMANY	mymuesli.com/firmen/firmenkunden	9H46
49948	MYRIX GmbH, GERMANY	myrix.de	10L38
43604	Aleide - Innovationen, GERMANY	aleide.de	11C78
60748	Nature Cosmetique GmbH, GERMANY	nc-manufaktur.de	11B40
41816	Nestler-matho GmbH, GERMANY	nestler-matho.de/en	10G30
45411	Neutral.com, DENMARK	neutral.com	EN01, 10D36
60775	Nevistanbul Tekstil Promosyon San.Tic.Ltd.Sti - Cottonworks, TÜRKIYE	nevistanbul.com.tr	9A50
60551	New Idea Crafts GmbH, GERMANY	newideacrafts.de	9C36

Messe Gelände
Düsseldorf

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

7-9 JAN 2025

NE-PO

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
	newkee care essentials		
60846	newkee care essentials, GERMANY	newkee.de	11A49
60719	Nıbey Tekstil Dis Ticaret Ltd. Sti., TÜRKIYE		9E45
60803	NJ Garments Ltd, UNITED KINGDOM (THE)	njgarments.co.uk	11D79
60940	no limit textilveredelung GmbH & Co. KG, GERMANY	no-limit-textildruck.de	9B50
60845	NoBoringSuitcases, NETHERLANDS (THE)	noborningsuitcases.de/geschaflich	9A47
45981	NOEX Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.j., POLAND	noex.com.pl	9A35
48835	Nomar, POLAND	nomar.com.pl	11A64
60530	Nomenta Industries International B. V., NETHERLANDS (THE)	kooduu.com	10F54
47706	NonvisioN Werbeproduktion GmbH & Co. KG, GERMANY	nonvision.de	11E56
60534	NOON CONCEPT, TÜRKIYE	noonconcept.com	10A30
60895	Notabag, GERMANY	notabag.com	11B45
46403	NOTEDECO Spółka z ograniczona, POLAND	notesy.pl	10C43
60880	NUNO TEKSTIL SAN VE TIC LTD STI, TÜRKIYE	nunotekstil.com	9E22
60752	NutsBox, GERMANY	nuts-box.de	9H40
80075	Offene Systeme Software!, GERMANY	ksl.de	10B48
60865	ÖKTİ TEKNİK TEKSTİL SANAYİ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ, TÜRKIYE		9C15
60745	One World Trade GmbH, GERMANY	oneworldtrade.de/Aktuell	9A57
60873	Open Brick Source GmbH & Co.KG, GERMANY	openbricksource.com	11C72
49663	Orakel bvba, BELGIUM	orakel.com/nl-nl	9B36
47101	Orcas Customized Products GmbH & Co. KG, GERMANY	2orcas.com	10F22
60550	Original Buff S.A., SPAIN	buff.com/de_de/custom-business	9C29
60754	Oxolot Distribution GmbH, GERMANY	bluntumbrellas.de	11A38
60791	PADS WORLD, S.L., SPAIN	padsworld.com/gb	10G62

prodir

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
42332	Pagani Pens SA, SWITZERLAND	prodir.com	10L36
47378	Paper + Design GmbH, GERMANY	paper-design.de	10G60
43993	Paper Fantasies UAB, LITHUANIA	paper-fantasies.com	9E21
48836	Papermints S. A., BELGIUM	papermints.eu/logo-products	11C15
60615	Pasin Tekstil San Ve Tic Ltd. Sti, TÜRKIYE	pasintekstil.com	9A23
45999	PASSATGUMMI, GERMANY	passatgummi.de	9H16
47678	Paul Stricker, SA, PORTUGAL	stricker-europe.com/de	10C22
46454	PDC Europe, FRANCE	pd-c-big.be	9B63
60777	PERFECT GIVINGS GmbH, GERMANY	perfect-givings.de	10D62
60741	Persona Tekstil San. Ve Dis Tic. Ltd. Sti, TÜRKIYE	personatextiles.com	9A40
48500	PEUGEOT SAVEURS DEUTSCHLAND GMBH, GERMANY	de.peugeot-saveurs.com/de_de	10L55
40660	PF Concept Deutschland GmbH, GERMANY	pfconcept.com	9H59
41690	Philipp Holle KG, GERMANY	holle-werbeartikel.de	10G65
60939	PICARD Lederwaren GmbH & Co KG, GERMANY	picard-fashion.com	11C69
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG, GERMANY	pinsundmehr.de	9D41
60922	Pizzarette BV, NETHERLANDS (THE)		11B63
60009	Plastdiversity, Lda, PORTUGAL	plastdiversity.com/en	9H53
60897	PMP SNEAKERS, ITALY	pmpsneakers.com	9C63
49765	PNG 1962 Ltd, BULGARIA	png.bg	10D16
49402	Polskie Karty sp. z.o.o., POLAND	plasticcards.zone	9E44
46596	POLYCLEAN International GmbH, GERMANY	polyclean.com	10C49

PO-RU

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
43755	PopSockets EMEA, FINLAND	popsockets-promo.eu	9B43
60852	Porzellanmanufaktur Kahla/Thüringen GmbH, GERMANY	kahlaporzellan.com	10B12
60512	Pottkorn GmbH, GERMANY	pottkorn.de	9H51
42713	POUL WILLUMSEN, NETHERLANDS (THE)	poul-willumsen.com	9C21
60653	PPH OKTIS JANUSZ SITKO, POLAND	oktis.com.pl	9B14
60086	Premium Square Europe B.V., NETHERLANDS (THE)	premium-square.com	10D25
45066	Prident AB, SWEDEN	prident.se	10H63
60881	Print Equipment GmbH & Co. KG, GERMANY	printequipment.de	11B05
49286	Print Tattoo by Stainer, AUSTRIA	print-tattoo.com	9A21
60879	Profino GmbH & Co KG, GERMANY	profino.de	9E58
46355	Promidata GmbH, GERMANY	promidata.com	10K41
60942	Promo Color GmbH, GERMANY	promocolor.de	9F72
42547	Promo Seeds, NETHERLANDS (THE)	promoseeds.nl	9D63
60914	Promo sneakers, NETHERLANDS (THE)	promosneakers.nl/de	11B37
41446	Promocorp BV, NETHERLANDS (THE)	buttonboss.com	10D07
48943	PROMODA TEKSTIL San. ve. Tic. Ltd. Sti, TÜRKIYE	promodatekstil.com	9A30
45471	Promodoro Fashion GmbH, GERMANY	promodoro.de	9D47
48898	Promokick - Gaugertrade, GERMANY	promotionkick.de	11D57
46124	PromoNotes Sp. z o.o., POLAND	promonotes.eu	10B11

PSI	PSI - Promotional Product Service Institute	psi-network.com psi-messe.com	Messeleitung Show Management
	PSI Academy & Community Café		11A80
	PSI Community Café		9H63, 10G10
	PSI Info		9A04
	PSI Innovations Forum		11C16
	PSI International Lounge	psi-messe.com/verbaende	11A35
	PSI Media Lounge		EN03
	PSI Membership Services		11A05
	PSI Photo Corner		9A10
	PSI THE LAB	11A16, 11A16-01, 11A16-02, 11A16-03, 11A16-04	11A07
	PSI THE TRENDSCHAU		10L09
	PSI TV Studio		9A63
	PSI Versandstation Shipping Station		

60928	Pupt UAB, LITHUANIA	slowdownshop.de	11D17
60877	Pure Jute B.V., NETHERLANDS (THE)	thejuteshop.com	10D26
60490	Purple Mustard Europe NV, BELGIUM	purplemustard.eu	9E35
43053	Pustefix GmbH, GERMANY	pustefix-promotion.de	11D58
43956	Quality Punch, Inc, UNITED STATES (THE)	qualitypunch.com	10B26
60979	QUIKFLIP Apparel Europe, AUSTRIA		11D66
60713	R.Majewski Sp. z o.o., POLAND	r-majewski.eu	11A48
49331	R3D, LDA, PORTUGAL	r3d.pt	11D15
41829	Rastal GmbH & Co. KG, GERMANY	rastal.com	11B66
60177	RCWAL Merchandising Ltd., AUSTRIA	alphapromotions.biz	11C71
60750	Red Bird GmbH, GERMANY	redbird.de	10B10
42487	REFLECTS GMBH, GERMANY	reflects.com	10L38
60235	REFLOACTIVE Sp. z o.o., POLAND	refloactive.com	10B28
47182	Reisenthel Accessoires GmbH & Co. KG, GERMANY	reisenthel.com	10C36
48510	Reiter Polska Sp. z o.o., POLAND	colorissimo.com	9E40
60856	Reklameland A/S, DENMARK	reklameland.dk	11C52
60774	rekman - Reklam Ve Tanitim Malu. San. Tic. Ltd. Sti, TÜRKIYE	rekman.com.tr	9C18
40884	Richartz GmbH, GERMANY	richartz.com	10D56
44940	RICOLOR MK-Haushaltswaren, GERMANY	ricolor.de	9C30
60451	RINAMA GmbH, AUSTRIA	rinama-giveaway.at	10D12
41211	rio Ballfabrik e. K., GERMANY	rio-ballfabrik.de	11B51
44508	Ritter-Pen GmbH, GERMANY	ritter-pen.de	9H49
60599	Rogac d.o.o., SLOVENIA	rogac.eu	9C54
49585	Rolleat, SPAIN	rolleat.com/corporate-gift	10B23
60609	Rollink, GERMANY	rollink.de	9F63
46887	Römer Wellness Kundenpflege Wellness & Care GmbH & Co. KG, GERMANY		11E58
47430	RO-WE SNC DI Brusaterra Roberto & C., ITALY	rowekeyholders.com	9B40
60780	RPT Reklam ve Promosyon Hiz. Pas. San Tic. Ltd. Sti, TÜRKIYE	provide.com.tr/en/	10E09
60946	ruhrafaser, GERMANY		11E42

Messe Gelände
Düsseldorf

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

7-9 JAN 2025

RX-SR

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
			
RX Global the Event Organiser of PSI			
		rxglobal.com	11A05
n/a	S.C. Sprint Textile Decoration SRL, ROMANIA	sprint-romania.com/sp	10D04
43809	Sahinler Tic Ltd. Sti., TÜRKIYE	verte.ist	9C25
46551	Sanders Imagetools GmbH & Co. KG, GERMANY	imagetools.com	10K50
49516	SANDEX.PL SP. Z O.O., POLAND	sandex.pl	9G22
60601	Sanimar IC ve DIS. TIC. LTD. Sti., TÜRKIYE	sanimar.com.tr	9B16
46525	Sanjuan Hermanos, S.A., SPAIN	sanjuan-tex.com	10G48
60779	Sanko Tekstil Isletmeleri San.Ve Tic. A.S. Organize Sanayi Subesi, TÜRKIYE	sankotowel.com	11A36
60929	SAS Birdie, FRANCE	birdievn.com/qui-somme-nous.htm	11C48
60795	SAS Ma Bonne Etoile, FRANCE	mabonneetoile.eco/fillgood	10B30
46903	Schäfer Promotion GmbH, GERMANY	schaefer-global.com	10C62, 10B03
43416	Schneider Schreibgeräte GmbH, GERMANY	schneiderpen-promotion.com	9H47
60631	Schöffel PRO GmbH, GERMANY	schoeffel-pro.com	9H60
60446	Schwertkrone - Daniel Weber - Einzelunternehmung, GERMANY	schwertkrone.de	11E65
60840	Sebzuz Artur Kowalski, POLAND	topmagnesy.com	11A66
60971	Secabo, GERMANY	secabo.com	11E06
60702	Secrid B.V., NETHERLANDS (THE)	secrid.com	10E66

senator
Made in Germany. Since 1920.

41838	SENATOR GmbH, GERMANY	senator.com	10B12
48404	senz ² umbrellas bv, NETHERLANDS (THE)	senz.com	10H67
60943	SETEX-Textil GmbH, GERMANY	setex.de	9C46
60888	ShakeSphere Products LTD, UNITED KINGDOM (THE)		11B35
60944	SHANDONG DOUBLE BEAUTY HOUSEWARE & GIFTS CO.,LTD, CHINA	yingkegiftware.com	11E59
60827	Showdown Displays Europe BV, NETHERLANDS (THE)	showdowndisplays.eu	10E18
47022	SI POS GmbH & Co. KG, GERMANY	si-pos.de	9G45
49099	SIGG Switzerland Bottles AG, SWITZERLAND	sigg.com/cobranding	10F18
60718	Signnovation International Dinxperlo B.V., NETHERLANDS (THE)		10E04
48123	Silverspot Trading GmbH, GERMANY	silverspottrading.com	9G55
43527	Simply Best GmbH, GERMANY	simplybest-gmbh.de	10L57
43807	SIPEC S.P.A., ITALY	sipec.com	10B50
48301	SL Lederwaren B.V. - SL Bags, NETHERLANDS (THE)	slbags.com	10G20
46325	SLODKIE sp. z o.o., POLAND	slodkie.eu	10D27
60182	Smart Products nv, BELGIUM	smartgames.eu/nl/promotional	9B57
45567	SND Porzellanmanufaktur GmbH, GERMANY		10G37-05
60953	Socks Factory, POLAND	socksfactory.online	9F68
46518	SOLARES Ith. ve Ihr. San. Tic. A.S., TÜRKIYE		9H64
46493	Sphere Time s.a, LUXEMBOURG	spheretime.com	9E32
44120	Sport Böckmann GmbH, GERMANY	absolute-teamsport-boeckmann.de	10B70
60489	SPORTSTEX (TEXmarket GmbH), ITALY	sportstex.eu + texmarketsports.com	10B59
41462	Spranz GmbH, GERMANY	spranz.de	10A32, 10A31
n/a	Squirrel Graphics GmbH, GERMANY	squirrel-graphics.com	11C50
60965	SRG Promosyon ITHALAT ve IHRACAT SAN. TIC. LTD STI., TÜRKIYE		10C44

ST-TR

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
			
43287	STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG, GERMANY	stabilo-promotion.com	9H31
45341	Stereo Holland-Gebäck GmbH & Co. KG, GERMANY	schokotaler.de	9A58
60985	Stieber GmbH & Co. KG, GERMANY	stieber-vereinsbedarf.info	11D63
45280	Stiefelmayer-Contento GmbH & Co. KG, GERMANY	contento-promotion.com	9E26
60917	Streichholzverlängerung keli kean@ von EZU-Metallwaren GmbH & Co.KG, GERMANY	keli-style.com	11A59
60155	Sunware BV, NETHERLANDS (THE)	sunware.com	9A43
41032	Suthor Papierverarbeitung, GERMANY	suthor.de	9H10
60963	Swanky Socks Ltd., UNITED KINGDOM (THE)		11E76
60528	Swiss Mountain Hand Bags ABC GmbH, SWITZERLAND	swissmountain-hand-bags.ch	9H57
60986	SYG Kutu Ambalaj, TÜRKIYE		11C65
45767	Tacx B.V., NETHERLANDS (THE)	bottlepromotions.com	9H11
49090	TDJ Stadtgärtner GmbH, GERMANY	diestadtgaertner.de	10E10
60742	team-d Import-Export Warenvertriebs GmbH, GERMANY	werbeartikel-importeur.de	10G21
43817	TechnoTrade, GERMANY	technonline-berlin.de	9H28

TedGifted
Knows how

48418	Ted Gifted, POLAND	tedgifted.com	9D03, 10A04
45668	Tee Jays A/S, DENMARK	teejays.com	10L33
47879	TekoTryck AB, SWEDEN	tekotryck.se	10B29
43720	Tepro Solutions Sp. Z o.o., POLAND	dtbeu.com	9B35
48771	TEXTILIUM TEXTILE PROMOTION, TÜRKIYE	textilium.net	9C56
41875	TFA Dostmann GmbH & Co KG, GERMANY	tfa-dostmann.de	10A17
49660	the Alloy von Capira, POLAND	thealloy.pl/the-alloy-by-capira-en	11C76
60125	The BarrelQ Company, NETHERLANDS (THE)	thebarrelqcompany.com	9E52
47764	The Brew Company A/S, DENMARK	brew-company.com	10F11
60496	The Cotton Bag Company, BELGIUM	thecottonbag.company	9H07
60188	The Great Wall International Trading B.V., NETHERLANDS (THE)	greatwallpromo.com	9C35
60739	the markeTEArs BV, NETHERLANDS (THE)	themarkTEArs.com	11E45
90036	The Outdoors Company Ltd., UNITED KINGDOM (THE)	theoutdoorscompany.co.uk	10D55
44176	The Peppermint Company, NETHERLANDS (THE)	peppermint.nl	10F12
60531	Therabody International Limited, IRELAND	therabody.com	11B48
48780	Tiflo B. V., NETHERLANDS (THE)	tiflo.eu	9B45
47317	tobra GmbH & Co. KG, GERMANY	tobra.io	10F20
60579	Todomodo - Papiertaschentücher mit anpassbarer Papierverpackung, ITALY	todomodo.com	10B27
60443	TOMADEx S.C., POLAND	sox.zone	10D61
40717	Toppoint B.V., NETHERLANDS (THE)	toppoint.com/nl/home	10L56, 10L63
60664	TOPQ Bucior Bukowski Sp. J., POLAND	topq.pl	9E55
60853	Trakiax LTD, BULGARIA	trakiax.com	9D38
46108	travelite GmbH + Co. KG, GERMANY	travelite.de	10L23
60574	Treebytree BV, NETHERLANDS (THE)	treebytree.earth	10F08
49563	Trendy Sport GmbH & Co.KG, GERMANY	trendy-sport.eu	9A29
60890	TRIAN TEXTILS S.L., SPAIN		11A40


Plüschtierwelt

44970	Trigon Deutschland GmbH, GERMANY	semo.de	9D36
47228	TRIGON Tekstil San.Ve Dis, TÜRKIYE	trigonturkey.com	9A22

Messe Gelände
Düsseldorf

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

7-9 JAN 2025

TR-ZO

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
TROIKA <small>Organisiert unterwegs.</small>			
46311	TROIKA Germany GmbH, GERMANY	business.troika.de	10A35
47804	Trotec Laser Deutschland GmbH, GERMANY	troteclaser.com	11E14
43722	TÜRMAK, TÜRKIYE	turmak.com/en/home	9D35
PSI Partner	TÜV Rheinland, GERMANY	tuv.com	11A16-04
UMA <small>Die Handschrift der Werbung</small>			
41848	uma Schreibgeräte, GERMANY	uma-pen.com	10E52
49994	UMBRA design d.o.o., CROATIA	umbrella.hr/en	10H57
60935	Uneek Clothing Europe GmbH, GERMANY		9B52
60486	Unilens Lenticular Promosyon Matbaa Hiz. Ith. Ihr. Ltd. Sti., TÜRKIYE	unilensajans.com/tr	10B24
60558	Universe Print Mariusz Baranowski, POLAND	universeproduction.com	9H23
60916	UVPRINTING P.S.A, POLAND	uvprinting.pl	10B09
47056	Varliker Tekstil AS, TÜRKIYE	varliker.com	10A28
PSI Media Partner	Verlagshaus Gruber GmbH, GERMANY		EN03 - PSI Media Lounge
44281	VICTORINOX AG, SWITZERLAND	victorinox.com	10G35
60850	Vinove Sp.z o. o., POLAND	vinove.pl	11A72
PSI Media Partner	Virtümedia B.V/Stitch & Print International, NETHERLANDS (THE)	stitchprint.eu	EN03 - PSI Media Lounge
46622	Viva-Plus II Firma Handlowa, POLAND	vivaplus.pl/pl/aktualnosci.html	9C52
45850	VOG Tekstil Promosyon San ve Tic. A.S., TÜRKIYE	vogtekstil.com	9B15
60497	Vonmählen GmbH, GERMANY	b2b.vonmaehlen.com	10G27
44685	WAGUS GmbH, GERMANY	wagus.de	9G03
60858	WAJOS GMBH, GERMANY	wajos.de	9C57
40753	WALTER Medien GmbH, GERMANY	walter.de	11B70
41594	Walz GmbH & Co.KG, GERMANY	walz-gruppe-ulm.de	9E48
n/a	Walz Solutions GmbH, GERMANY		11C08
49362	Westerwald - Brauerei H. Schneider GmbH & Co. KG, GERMANY	hachenburger.de/hachenburger-welt/	
	werben-mit-bier		10A45
42955	WIL Langenberg GmbH, GERMANY	langenberg.one	10B62
60949	Witpac Germany GmbH, GERMANY	witpac.de	11C06
49909	WM Sport, GERMANY	wm-sport.de	11C18
60452	Wooden World sp. z o.o., POLAND	woodenworld.eu	9C43
60525	WOSMANN SPIRAL AMBALAJ VE OFSET MATBAACILIK A.S., TÜRKIYE	wosmann.com	10H37
60837	Xapron / Georgio Pellani, NETHERLANDS (THE)		11A57
42772	xd connects, GERMANY	xdconnects.com	10A61
60744	X-tec Systems GmbH, GERMANY	x-tec-web.de	11A06
60676	Yang GmbH, GERMANY	yangspatch.com	11A39
60710	Yeni Nesil Kagit Promosyon Tic.Ltd.Sti, TÜRKIYE	yeninesilpromosyon.com.tr	9E17
49781	YORKA TEKSTIL SAN VE TIC. LTD. STI., TÜRKIYE	yorka.com.tr	9H39
60659	Zaga Gida Tekstil Orman Ürünleri Sanayi Ticaret Limited Sirketi, TÜRKIYE	facci.com.tr	11B71
49151	Zirve Sapka Ismarket Prom. Ak. San. Tic Ltd Sti, TÜRKIYE	zirvesapka.com	9E39
60936	Zogi Europe GmbH, GERMANY	zogi.biz	11E25
49316	Zorel Tekstil, TÜRKIYE	zoreltekstil.com.tr	9C11

ZOGI



LIFESTYLE MEETS NATURE

rethink promotion

Ihr Full-Service-Lieferant für Werbearbeitel mit eigener deutscher Nachhaltigkeitsmanufaktur.



see you!
PSI 2025 * 11E25

ZOGI Europe GmbH * Gutenbergstr. 2 * 75210 Kaltern * T. 07236. 98 28 60 * info@zogi.biz

Das wirtschaftliche und politische Umfeld zu Beginn des neuen Jahres konfrontiert Unternehmen erneut mit Hindernissen, die ihnen das Business erschweren. Auch die Werbeartikelbranche leidet unter Kostensteigerungen, Lieferkettenproblemen, Budgetkürzungen und Planungsunsicherheit. Zögernde, anspruchsvolle Kunden und der Brüsseler Regulierungswahn binden immer mehr Zeit und Kapazitäten.

Wir haben uns bei Lieferanten und Händlern umgehört, wie sie die Situation und den Markt beurteilen und wie sie in 2025 ihre Weichen stellen werden. Fazit: Die Branche will den Herausforderungen mit Investitionsbereitschaft, Innovationsstärke und einem Plus an Service und Vertriebsaktivitäten selbstbewusst entgegentreten. Und das Beste zum Schluss: Alle, mit denen wir gesprochen haben, blicken optimistisch und positiv nach vorne und sehen sich den anstehenden Aufgaben gewachsen.

Jahresausblick 2025 Auf die eigenen Stärken besinnen



„Wir schauen positiv ins neue Jahr“

Bas Lensen, Toppoint

Der europäische Werbeartikelmarkt wird sich meiner Meinung nach nicht negativ entwickeln, auch wenn es einige Ländern schwerer haben werden. Ich denke, dass wir positiv ins neue Jahr schauen können, nicht zuletzt wegen der noch moderaten Arbeitslosenzahlen.

Viel Neues auf und nach der PSI

Toppoint ist und bleibt weiterhin auf Expansionskurs: Wir investieren viel in Digitaltechniken, erweitern unser Sortiment und arbeiten daran, uns als spezialisierter Generalist im Markt zu platzieren. Unsere Marken fresh and rebel, philips und xoopar kommen sehr gut an im Markt, wir sind also auf dem richtigen Weg. Wir freuen uns auf die PSI, wo wir unter anderem auch die neue Kollektion von Insideout präsentieren



werden. Die PSI ist ja dieses Jahr sehr früh, deswegen werden wir auch danach noch weitere interessante Neuheiten auf den Markt bringen.

Die nächste Generation fördern

Wir finden es gut, dass auf der PSI 2025 die Next Generation im Fokus steht. Denn die jüngere Generation zu fördern, ist auch für uns ein wichtiges Anliegen. Deswegen laden wir die Next Generation PSI am zweiten Messtags zu einem Get-together ein. Wir möchten die jüngere Generation dabei unterstützen, einen umfassenden Eindruck von der Branche und dem Markt zu bekommen und dafür sorgen, dass sie die Branche so lieben lernt, wie wir das tun. Dann bleiben sie der Branche treu und ergreifen die vielfältigen Chancen, die das Werbeartikel-Business ihnen bieten kann.

„Die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten wird weiter steigen.“

Steven Baumgaertner, cyber-Wear

Für 2025 erwarten wir im Werbeartikelmarkt eine klare Entwicklung hin zu mehr Digitalisierung. In wirtschaftlich herausfordernden Zeiten legen Unternehmen verstärkt Wert auf Transparenz, Flexibilität und individuelle Lösungen. Die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten wird weiter steigen, wobei es zunehmend wichtig ist, auch ethische Standards zu erfüllen.

Stärkere Kundenbindung – effizientere Abläufe

Unser Unternehmen positioniert sich hier mit einem Schwerpunkt auf ökologisch verträgliche, zertifizierte Produkte, um den Anforderungen gerecht zu werden. Parallel dazu treiben wir die digitale Transformation unserer internen Prozesse wie unserer Vertriebs- und Kommunikationskanäle voran, um eine stärkere Kundenbindung und effizientere Abläufe zu ermöglichen. Unsere Pläne für 2025 umfassen die Erweiterung unseres nachhaltigen Produkt- und Serviceportfolios sowie eine noch intensivere Zusammenarbeit mit unseren Partnern, um schnell auf Marktanforderungen reagieren zu können. So stellen wir sicher, auch in einem volatilen Marktumfeld flexibel und wettbewerbsfähig zu bleiben.



„Mehr Service ist gefragt“

Alexander Ullmann, uma Schreibgeräte

Die Schiefelage der deutschen Wirtschaft ist offensichtlich, sicherlich getrieben von einer leider planlosen und desaströsen deutschen, aber auch europäischen Wirtschaftspolitik. Als Unternehmer sind wir jetzt angehalten, auf die aktuell rückläufigen Auftragsvolumen, die sich im ersten Quartal 2025 fortführen werden, zu reagieren.

Höhere Vertriebsaktivitäten nötig

Ein Jahresendspurt ist in diesem Jahr ausgeblieben, doch entgegen der allgemein rückläufigen Umsatzentwicklung in 2024 konnten wir das Jahr mit einem moderaten Umsatzzuwachs beenden. Allerdings waren hierfür deutlich höhere Vertriebsaktivitäten gefordert als noch im Vorjahr. Die ausbleibenden Umsätze in unseren Kernmärkten konnten durch internationale Neukunden- und Marktzugewinnung kompensiert werden. Prozessoptimierung und die Ausrichtung auf die tendenziell kleineren Losgrößen mit noch kürzeren Lieferzeiten und einem deutlich höheren Individualisierungsgrad wurden rechtzeitig angestoßen und werden kontinuierlich fortgeführt.



Persönliche Beratung bleibt zentral

Wir sehen, dass die hochgelobte KI für tägliche Arbeitsprozesse nur bedingt ein optimiertes Ergebnis bringt. Der beratende persönliche Service wird wieder eine verstärkte und sogar zentrale Rolle für langfristige, serviceorientierte Kooperationen spielen. Entsprechend freuen wir uns, dass unsere Anstrengungen in diesem Bereich mit dem German Customer Award 2024 honoriert wurden. Die Krise und das aktuelle Kaufverhalten zeigen uns, dass es noch mehr als sonst auf das Gesamtpaket ankommt: Der zuverlässige, persönlich erreichbare Lieferantpartner mit dem passenden, verfügbaren Produkt sollte deshalb nicht pessimistisch in 2025

schauen, sondern sich den wachsenden Herausforderungen positiv stellen. Genau das werden wir als uma Schreibgeräte Ullmann GmbH auch tun und mutig weiter in unser Unternehmen, die Mitarbeiter und als erneut ausgezeichnete Top 100 Innovator 2024 natürlich auch in neue Produkte investieren. Mit viel Freude planen wir die Innovationspräsentation der uma Schreibgeräte auf der PSI 2025 und freuen uns auf zahlreiche interessierte Handelspartner.

„Grundsätzlich bleibe ich positiv gestimmt.“

Christian Hauptfleisch, Werbemittel Hauptfleisch

Vorweg was Positives in diesen Zeiten: Wir haben unsere Ziele für 2024 gut erreicht. In Zeiten, die nicht prosperierend sind, ist das schon mal sehr erfreulich. Durch die wirtschaftliche Gesamtsituation konnten wir nicht so zielgerichtet planen wie in den vergangenen Jahren. Unsere Flexibilität war wieder sehr gefragt. Wenn auf der einen Seite etwas nicht umgesetzt werden konnte, dann gelang es an anderer Stelle. Durch die derzeitige politische Situation ist erneut Unsicherheit entstanden. Grundsätzlich müssen wir uns in Deutschland, aber auch in Europa wieder mehr auf uns selbst konzentrieren und an Stärke gewinnen. Trotzdem sollten die Handelsmärkte offen bleiben. China ist auch weiterhin ein guter Partner, wenn Qualität und Nachhaltigkeit stimmen – vor allem im elektronischen Bereich. Mit der KI ergeben sich gute Chancen im gestalterischen Bereich, wenn wir uns für sie öffnen. Grundsätzlich bleibe ich positiv gestimmt, unser Unternehmen auch – mit viel Mut für 2025.



„Zeitlos, individuell und fair“

Kai Gminder, Gustav Daiber

Die Gustav Daiber GmbH steht als führende Plattform für Corporate Fashion für textile Lösungen, die Identität stiften. Das Familienunternehmen führt mehr als 800 Produkte für die Bereiche Promotion, Sport, Freizeit, Business, Work- und Headwear. Die Unternehmensstrategie geht über die Bereitstellung hochwertiger Produkte hinaus und setzt auf einen Full-Service-Ansatz, der von

der Beratung bis zur Veredelung alle Kundenbedürfnisse abdeckt. Auf der PSI-Messe 2025 präsentiert Daiber nicht nur seine Produktneuheiten, sondern auch ausgewählte Services und eine neue Markenkampagne. Corporate Fashion ist für Daiber mehr als Mode – sie ist Bestandteil der Unternehmens-DNA. Mit einem breiten Produktportfolio, zahlreichen Farbvariationen und innovativen Veredelungstechniken schaffen wir textile Lösungen, die Marken mit Menschen verbinden.

Full-Service-Anbieter auf Augenhöhe

Bei Produktdesign und -herstellung fokussiert sich Daiber auch weiterhin besonders auf zeitlose Designs, langlebige Materialien und umweltfreundliche Stoffe wie Bio-Baumwolle und recyceltes Polyester. Darüber hinaus versteht sich Daiber als Full-Service-Anbieter auf Augenhöhe. So legen wir mit seiner digitalen E-Commerce-Plattform, effektiven Logistikprozessen und Services wie dem „Daiber Designer“, einem kostenlosen digitalen Visualisierungstool von Textilveredelungen, auch über das Produkt hinaus großen Wert auf umfassende Kundenberatung und -betreuung. In diesem Sinne plant Daiber im Jahr 2025 unter anderem, sein Veredelungsangebot um DTF-Druck (Direct-to-Film) zu erweitern. Diese Drucktechnik ermöglicht eine präzise Umsetzung individueller Designs auf Textilien und ist besonders effizient.

Neuer Markenauftritt

Mit mehr als 100 Jahren Erfolgsgeschichte vereint unser Unternehmen das Bewusstsein für seine Herkunft mit einem mutigen und innovationsfreudigen Blick in die Zukunft. Als Familienunternehmen ist es uns wichtig, sich stets weiterzuentwickeln. Das zeigen wir auch auf der PSI-Messe zu Jahresbeginn 2025: Dort haben wir nicht nur unsere Neuheiten für das kommende Jahr im Gepäck, sondern werden uns auch mit einer neuen Kampagne präsentieren. Damit stellen wir unseren neuen, modernen Markenauftritt vor.



„Werden dem schwierigen Umfeld entgegenwirken“

Volker Griesel, FARE

Wir haben für 2024 vorausschauend und an die realen Marktbedingungen angepasst geplant. Momentan gehen wir davon aus, dass wir diese Planungen zu 100 Prozent erreichen und eventuell sogar noch etwas übertreffen können. Dies ist für uns eine tolle Bestätigung unserer Arbeit. Wie sich das kommende Geschäftsjahr entwickeln wird, ist schwer zu prognostizieren – nicht zuletzt aufgrund der nationalen und internationalen Veränderungen im November (Ende der Ampel-Regierung und Wiederwahl Trump). In der Summe führen diese äußeren Faktoren, kombiniert mit der aktuell sehr zurückhaltenden wirtschaftlichen Stimmung in Europa sowie den globalen Krisen und Konflikten, zu einer vorsichtigen Planung für 2025.

Jubiläumsaktionen zu 70 Jahre FARE

Diesem Trend wollen wir in unserem Jubiläumsumsatzjahr zum 70-jährigen Bestehen unseres Unternehmens jedoch mit aller Kraft entgegenwirken. Mit zahlreichen Aktionen, neuen Services und attraktiven Produkten werden wir unsere Kunden auch 2025 verlässlich unterstützen und Unternehmen, die Werbung für sich oder ihre Marken betreiben, bei der Umsetzung ihrer Kampagnen in bewährter Qualität begleiten.

Mit Zuversicht ins neue Geschäftsjahr

Wir sehen uns nach wie vor als Innovator und Pionier in unserem Markt und möchten dies auch 2025 wieder unter Beweis stellen. Im Jubiläumsumsatzjahr werden wir auch weiterhin in Digitalisierung, Prozessoptimierung und Nachhaltigkeit investieren, um unsere Marktposition zu festigen und weiter auszubauen. Mit einem stabilen Auftragseingang starten wir zuversichtlich in das kommende Geschäftsjahr. Durch unsere Leistungsfähigkeit und unser Engagement werden wir dem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld entgegenwirken.



„Ich sehe verhalten optimistisch in 2025.“

Harry Saffer, Stabilo Promotion Products



Die Erwartungen für 2025 sind in der heutigen wirtschaftlichen und politischen Lage sehr schwer einschätzbar. Ich sehe verhalten optimistisch in das kommende Jahr. STABILO Promotion Products hatte im vergangenen Geschäftsjahr ein zweistelliges Wachstum im Umsatz zu verzeichnen, nach zwei weiteren sehr erfolgreichen Jahren. Der Industriekunde honoriert, dass wir sehr intensiv auf Nachhaltigkeit setzen und bis 2025 klimaneutral werden. Das Vertrauen in Markenartikel ist weiter gestiegen und ich sehe auch hier für 2025 sehr gute Ansatzpunkte für ein Wachstum. Der Werbeartikel ist noch mehr in den Fokus der einzelnen Firmenstrategien bei den Industriekunden gerückt, mit unserem Sortiment können wir hier punkten. Mit den

Segmenten Textmarkieren, Schreiben, Malen und Zeichnen sind wir gut für die Zukunft gerüstet. Und – ohne eine gehörige Portion Optimismus für die Zukunft geht es eh nicht.

„Wir lassen nicht nach bei Innovationen und Nachhaltigkeit.“

Kathrin Stühmeyer-Halfar, Halfar System



2023 war für uns ein Umsatz-Rekordjahr. Das ließ sich 2024 nicht vollständig wiederholen – kein Wunder bei den äußeren Bedingungen! Wir erwarten aufgrund der gedämpften Stimmung insbesondere in Deutschland für 2025 ein weiteres eher verhaltenes, aber stabiles Jahr: Nach wie vor werden aus der Industrie keine auffallend großen Projekte bei unseren Händlern platziert. Die Auftragsmengen zeigen Zurückhaltung, aber keineswegs Stillstand.

Kunden Sicherheit vermitteln

Die gesamte Werbeartikel-Branche hat in diesen Zeiten die Aufgabe, den Kunden Sicherheit in ihrem Marketing-Mix zu vermitteln: Eine gute Kampagne zum richtigen Zeitpunkt, zielgerichtet und in guter Qualität? Die Antwort kann gerade in schwierigen Zeiten in vielen Branchen sehr gut ein haptisches Werbemittel sein. Ein guter Werbeartikel bewirkt bei definierten Zielgruppen mehr als breit gestreute Werbung in teuren Medien. In dieser Botschaft liegt auch eine Chance für den Werbeartikel.

Attraktives Sortiment in schwierigem Umfeld

Wir lassen nicht nach bei Innovationen und Nachhaltigkeit. Ins neue Jahr 2025 gehen wir mit attraktiven und nachhaltigen Neuheiten. In einem schwierigen Umfeld muss das Sortiment attraktiv sein. Wir müssen gemeinsam mit dem Handel die Endkunden begeistern! Gleichzeitig laufen unsere Projekte zur Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Effizienz unvermindert weiter. Der Auftragseingang ist stabil. Das ist in diesen Zeiten eine gute Nachricht. Die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in Deutschland werden 2025 durch die bevorstehenden Wahlen nicht einfacher werden. Wir müssen uns sowohl als Branche wie auch vor Ort einzeln zu Wort melden und Erwartungen formulieren.

„Wir werden Services und Stärken bündeln“

Jörg Herzog, Zogi



Insgesamt habe ich die Hoffnung, dass die geopolitischen Rahmenbedingungen sich wieder entspannen werden. Das würde Unternehmen wieder die investitionsfreundlichere und sicherere Umgebung bieten, die sie dringend benötigen. Im neuen Jahr wollen wir vor allem unsere Services und Stärken bündeln – von der internationalen Ebene bis hin zur lokalen Ebene – und uns stärker auf unsere Alleinstellungsmerkmale konzentrieren. Einzelne Produkttrends kann ich zurzeit weniger erkennen, eher eine Bewegung im Ganzen: Die Tendenz zu zielgruppenoptimierten, intelligenten und nachhaltigen Artikeln. Günstige Massenartikel werden rückläufig sein, denn Kunden erkennen verstärkt die Vorteile, die der gezielte Einsatz von hochwertigeren Werbemitteln bietet. Ich denke, die Menschen spüren zunehmend ihre Verpflichtung, in Nachhaltigkeit zu investieren und werden rohstoffverschwendende Standard-Artikel immer mehr ablehnen. Das zeichnet sich schon seit einiger Zeit ab.

„Wir sehen die Situation nicht ganz so skeptisch“

Klaus Broghammer, Schneider Schreibgeräte

Trotz der Prognosen des Wirtschaftsministeriums, das von einer leichten Rezession ausgeht, sehen wir die Situation nach vielen Gesprächen mit Unternehmen und Handel nicht ganz so skeptisch. Wir erwarten eher eine Seitwärts- als eine Abwärtsbewegung, sowohl im Marken- als auch im Werbeartikelmarkt und konnten in dem herausfordernden Marktumfeld einen sehr zufriedenstellenden Umsatzzuwachs erwirtschaften.

Trend Nachhaltigkeit

Die Trends gehen für uns klar in Richtung Nachhaltigkeit. Bei Schneider sind wir hier schon sehr weit: Seit 1998 sind wir ununterbrochen nach EMAS zertifiziert. Unser Fokus liegt seit vielen Jahren auf Ressourcenschonung und wir setzen auf materialoffene Ansätze, sei es Recycling oder biobasierte Kunststoffe. Unser Engagement wurde dieses Jahr mit dem deutschen Nachhaltigkeitspreis gekrönt. Wichtig



ist uns, nicht nur über nachhaltige Produkte zu sprechen, sondern auch eine absolut nachhaltige Produktion zu gewährleisten. Schneider wird auf der PSI 2025 wieder nachhaltige Produkte vorstellen und innovative Lösungen präsentieren.

Verlässlicher Partner in unsicheren Zeiten

Das neue Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz sorgt derzeit für eine gewisse Unsicherheit bei den Kunden. Umso mehr erwarten sie verlässliche, offene und ehrliche Partner – das können wir von Schneider Schreibgeräte auf jeden Fall garantieren. Schneider will und muss sich immer weiterentwickeln und investiert zurzeit weiter in den Standort Tennenbronn. Mit der Produktion „Made in Germany“, innovativen, nachhaltigen Produkten und gewohntem gutem Service blicken wir zuversichtlich ins Jahr 2025.

Positiv bleiben

Wir raten unseren Kunden und Partnern, mit einer positiven Grundeinstellung ins kommende Jahr zu gehen. Mit Lethargie und Pessimismus kommen wir nicht voran und befeuern nur den prognostizierten schrumpfenden Markt. Es gilt, die Augen offen zu halten und den Markt aufmerksam und kritisch zu beobachten, um nicht auf Greenwashing hereinzufallen. Wir freuen uns darauf, unsere Kunden und Partner auf der Messe zu treffen.



„Made in Germany ist gefragter denn je.“

Marcus Sperber, elasto

Rückblickend auf das Jahr 2024 können wir trotz globaler und wirtschaftlicher Herausforderungen ein klares positives Fazit ziehen. Die Nachfrage nach nachhaltigen und regional produzierten Werbemitteln ist hoch, und „Made in Germany“ ist gefragter denn je. Dieser Trend wird auch 2025 weiter Fahrt aufnehmen und bei elasto sind wir optimal aufgestellt, um diesen Bedarf zu decken. Unsere eigene Produktion in Sulzbach-Rosenberg erlaubt es uns, unabhängig und ressourcenschonend zu agieren – ein entscheidender Vorteil in Zeiten zunehmender Unsicherheiten in globalen Lieferketten. Mit Investitionen in umweltschonende Anlagen und ein modernes Logistik- und Produktionszentrum sind wir bestens für die Zukunft gerüstet.

Wachsender Regulierungswahn

Allerdings bleibt auch 2025 kein Jahr ohne Stolpersteine. Bürokratische Hürden und Verordnungen wie das Lieferkettengesetz oder die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) drohen die Branche weiter zu be-

lasten und stellen Unternehmen vor erhebliche Herausforderungen. Der wachsende Regulierungswahn schafft Unsicherheit und erhöht den Verwaltungsaufwand, während globale Krisen die Frachtkosten zunehmend unkalkulierbar machen.

Importgeschäft schwieriger

Auch das Importgeschäft ist schwieriger geworden. In den letzten Monaten waren wir mehrmals selbst in China, haben Messen besucht und intensive Gespräche mit Lieferanten geführt. Dabei haben wir festgestellt, dass sich die Situation dort spürbar verändert hat: Weniger westliche Besucher, ein Rückgang des Geschäfts, längere Lieferzeiten und deutlich gestiegene Frachtkosten. Für 2025 wünsche

ich mir eine klare Haltung unseres Verbands: Es ist an der Zeit, unsere Interessen richtig zu vertreten und im Dialog mit politischen Entscheidungsträgern die Sinnhaftigkeit und Machbarkeit von Verordnungen kritisch zu hinterfragen.



„Wir bewegen uns in einem dynamischen Umfeld“

Jan Breuer, mbw

2025 wird ein spannendes Jahr für den Werbeartikel-Markt, denn wir bewegen uns in einem dynamischen Umfeld, das durch wirtschaftliche Unsicherheiten ebenso geprägt ist wie durch steigende Erwartungen an Qualität, Nachhaltigkeit und Innovation. Bei mbw sehen wir dies als Anreiz, unsere Position als kreativer und verlässlicher Partner weiter auszubauen. Wir sind fest überzeugt, dass die Nachfrage nach nachhaltigen und emotional ansprechenden Werbeartikeln wächst und wir mit unserem Sortiment – von den recycelten Kuscheltieren bis zu den kultigen Schnabels Enten und den beliebtem Antistress Bert – bestens aufgestellt sind, um diese Bedürfnisse zu bedienen.



Auch 2025 innovative Akzente setzen

Besonders in Zeiten wirtschaftlicher Herausforderungen schätzen Unternehmen unsere Werbeartikel als unverwechselbare Markenbotschafter. Sie sind nachhaltig, qualitativ hochwertig und emotional wirksam – Eigenschaften, die in der Kundenbindung immer wichtiger werden. Auch 2025 werden wir innovative Akzente setzen,

etwa durch neue Veredelungsverfahren wie unser DirekttransferPLUS, das außergewöhnliche Druckergebnisse auf verschiedenen Materialien bietet. Zudem planen wir, unser Sortiment mit neuen Materialien und modernen Designs weiterzuentwickeln. Unser Ziel ist es, den Kundenerfolg durch wirkungsvolle Werbeartikel zu fördern und dabei die hohen Ansprüche an Nachhaltigkeit und Qualität kompromisslos zu erfüllen. Wir blicken positiv in die Zukunft und freuen uns auf die kommenden Herausforderungen.

„Die Prognosen für 2025 stehen auf Wachstum.“

Meinhard Mombauer, Reflects

Der deutsche Werbeartikelmarkt blickt auf eine Phase erheblicher Schwankungen zurück. Mit einem Umsatz von 3,36 Milliarden Euro in 2023 hat sich die Branche zwar weitgehend erholt und die Prognosen für 2025 stehen auf Wachstum, doch der Markt steht weiterhin in einem Spannungsfeld, das von geopolitischen und wirtschaftlichen Entwicklungen geprägt ist.

Herausfordernde wirtschaftliche Situation

Eine der zentralen Herausforderungen bleibt die wirtschaftliche Grundsituation in Deutschland. Steigende Energiepreise und beeinflusste Lieferketten wirken sich auf Kostenstrukturen und die Ausgabebereitschaft der Kunden aus. Höhere Produktionskosten und die fragile konjunkturelle Lage machen oft Budgetkürzungen im Marketing vieler Kunden notwendig. Die Entscheidungswege unserer Kunden verlängern sich, Budgetentscheidungen werden herausgeschoben oder abrupt getroffen. Viele Kleinstbesteller haben aufgrund der konjunkturellen Lage Schwierigkeiten, sich Werbeartikel zu leisten. Hochindividuelle, nachhaltige und außergewöhnliche Produkte und Konzepte gewinnen



bei den Kunden an Bedeutung, da sie nicht nur die Markenbindung stärken, sondern auch den Zeitgeist eines auf Qualität ausgerichteten Konsums treffen.

Internationale Handelsbeziehungen belastet

Donald Trumps Wiederwahl wird voraussichtlich verstärkte protektionistische Maßnahmen mit sich bringen, die zwangsläufig Auswirkungen auf den globalen Handel und auch auf unseren Markt haben werden. Denn eine solche Politik belastet die internationalen Handelsbeziehungen und prägt die Investitionsentscheidungen unserer

Kunden. Gleichzeitig bleibt die wirtschaftliche Lage in China ein Unsicherheitsfaktor: Strukturelle Probleme und das verlangsamte Wirtschaftswachstum führen zu Risiken in der Produktionsplanung und erhöhten Kosten. Politische Spannungen, wie die Beziehungen zwischen China und den USA oder die Situation um Taiwan, könnten ebenfalls die Stabilität der Lieferketten beeinflussen.

Investitionen und Ausbau der Kapazitäten

Dabei sehen wir uns zunehmend mit steigenden bürokratischen Anforderungen konfrontiert. Viele neue Regularien aus Brüssel, wie Vorgaben zur Produktkonformität, Umweltstandards und die Lieferkettensorgfaltspflicht zwingen uns, erhebliche Kapazitäten bereitzustellen. Besonders kleine und mittlere Unternehmen stehen hier vor großen Hürden. Daher investieren wir verstärkt in Weiterbildung und Kapazitäten und hoffen, dass die Politik auch Erleichterungen für Unternehmen schaffen wird. Auch der technologische Wandel hat Auswirkungen: Neue Technologien und Künstliche Intelligenz bieten zwar langfristig Entlastung, indem sie Prozesse effizienter gestalten und personalisierte Marketingstrategien ermöglichen, doch erfordern sie zunächst umfangreiche Schulungen und Investitionen in Infrastruktur.

Innovatives Eigendesign und Nachhaltigkeit

Gut geplante Lagerbestände gewinnen an Bedeutung, da wir unseren Kunden trotz Marktschwankungen zuverlässig Produkte zur Verfügung stellen möchten. In einem hart umkämpften Markt ist es für uns wichtiger denn je, uns von der Vielzahl an Anbietern abzuheben. Der Preisdruck und die Ähnlichkeit vieler Produkte erschweren es, unverwechselbare, bezahlbare und attraktive Angebote zu schaffen. Wir setzen daher konsequent auf die Entwicklung von Innovationen, in denen Differenzierung und Andersartigkeit erkennbar werden. Erste Erfolge, etwa durch Designpreise, zeigen den Mehrwert dieser Strategie. Nachhaltigkeit spielt dabei eine wichtige Rolle, ebenso wie die kreative Gestaltung neuer Produktideen und außergewöhnlicher Designs.



Wild und kultig

seit den verrückten 50er Jahren

Kleinauflagen
bereits
ab 50 Stück

Das „Original“ Frühstücksbrettchen von RICOLOR



Geruchsneutral
Porenfreie Oberfläche
Spülmaschinengeeignet
Lebensmittelhygienegerecht

Neben unseren Standard-Frühstücksbrettchen aus dem nachhaltigen Material High-Pressure-Laminate (HPL), im „klassischen Format“ von 23.3 x 14.3 x 0.2 cm, fertigen wir auch weitere Produkte in hervorragender Qualität:

Eiskratzer, Gläseruntersetzer in eckig oder rund, Topfuntersetzer, kleinere oder ovale Brettchen, sowie Schneidebretter in diversen Größen runden unser Gesamtprogramm ab.

„Made in Oberfranken/Germany“

Legen Sie los – wir bringen ihr Design auf unsere Artikel.

Besuchen Sie uns:
PSI Düsseldorf
Halle 9 / Stand C30

Wir produzieren das Original – als erster und größter Hersteller in Europa – seit Anfang der 50er Jahre.

RICOLOR®

RICOLOR MK-Haushaltswaren Thomas Mayr-Kiessling

Pölz 3 - 95336 Mainleus

Tel. 09229 943-0 Fax. 09229 943-33

info@ricolor.de - www.ricolor.de

Europas Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising, die PSI, bietet erneut eine schier **unendliche Vielzahl nachhaltiger Inspirationen** für die werbende Wirtschaft. Einen kleinen Vorgeschmack bietet unsere Auswahl auf den nächsten Seiten.



PSI 44281 • Victorinox AG
Tel +41 41 8181211
corporatebusiness.hq@victorinox.com
www.victorinox.com

Elegante Automatikuhren

Victorinox erweitert die Kollektion um eine Automatikuhr und kleinere Versionen des Bestsellers I.N.O.X. Chrono. Die Modelle I.N.O.X. Automatic und die I.N.O.X. Small verkörpern raffinierte Eleganz in verschiedenen kleineren Silhouetten. Die neue I.N.O.X. Automatic bietet eine vielfältige Auswahl an Farb- und Materialkombinationen. Die Modelle mit Carbon-Gehäuse gibt es in einem exklusiven Set mit einem passenden Special Edition Schweizer Taschenmesser mit eleganten matten Schalen und schwarzen Werkzeugen. Die kleinere I.N.O.X. Small setzt Kontraste mit einem Gehäuse aus robustem Edelstahl und verschiedenen eleganten Farben und verfügt über Datumsanzeige, Antimagnetschutz, Stoßsicherheit und Wasserdichtigkeit. Die Ähnlichkeit mit dem Schweizer Taschenmesser selbst zeigt sich am Gegengewicht des Sekundenzeigers. Heute werden alle Victorinox Uhren im eigenen Watch Competence Center in der Schweiz entworfen, entwickelt, hergestellt, zusammengebaut und getestet. Die Kanten der Uhrgehäuse werden von Hand geschliffen. Außerdem werden bei jedem Schritt des Produktionsvorgangs rigorose Qualitätskontrollen durchgeführt. Die Fünf Jahre Plus Garantie ist ein Beweis für den hochwertigen Ansatz der Marke. Dank des innovativen Systems können die Uhrenbänder ganz einfach in Sekundenschnelle ohne Werkzeuge selbst ausgetauscht werden. Das ermöglicht die Personalisierung der eigenen Uhr und die perfekte Anpassung an das jeweilige Outfit mit einem Armband aus Paracord, Kautschuk, Leder, Holz oder anderen Materialien.

Stand: 10G35





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

Verantwortung zum Tragen

Eine stilvolle und umweltfreundliche Bauchtasche aus 100 Prozent recyceltem Merinowollfilz präsentiert das Team von Gabriele Bühring in Düsseldorf. Hergestellt aus aufbereiteten Merinokleidungsstücken bietet diese Tasche nicht nur hohe Qualität und weiche Haptik, sondern trägt auch aktiv zur Reduzierung von Textilabfällen bei. Die Bauchtasche überzeugt durch ihr einmaliges Design, auffällige Farbe und den angenehmen Tragekomfort des Merinofilz. Ein echter Hingucker und toller Werbeträger, der per Transferdruck oder individuellen Webfähnchen gebrandet werden kann.

Stand:9A60

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



Pins mit Wow-Effekt

Einen ökologisch nachhaltigen Weg wird man bei Pins & mehr auch 2025 konsequent weitergehen. Infolgedessen wird für die Pins und weitere Produkte Schritt für Schritt eine neue Verpackung aus transparenten kompostierbaren Folienbeuteln eingeführt. Die hochwertigen Pins können dank verschiedener Herstellungs- und Veredelungsverfahren individuell produziert und dem Corporate Design exakt angepasst werden. Verschiedene Materialien wie Metall, Holz oder Weichgummi stehen dafür zur Verfügung. So entstehen seit über 30 Jahren ideale Lösungen für wohl jedes Projekt.

Stand: 9D41

Premiere für den Konfigurator

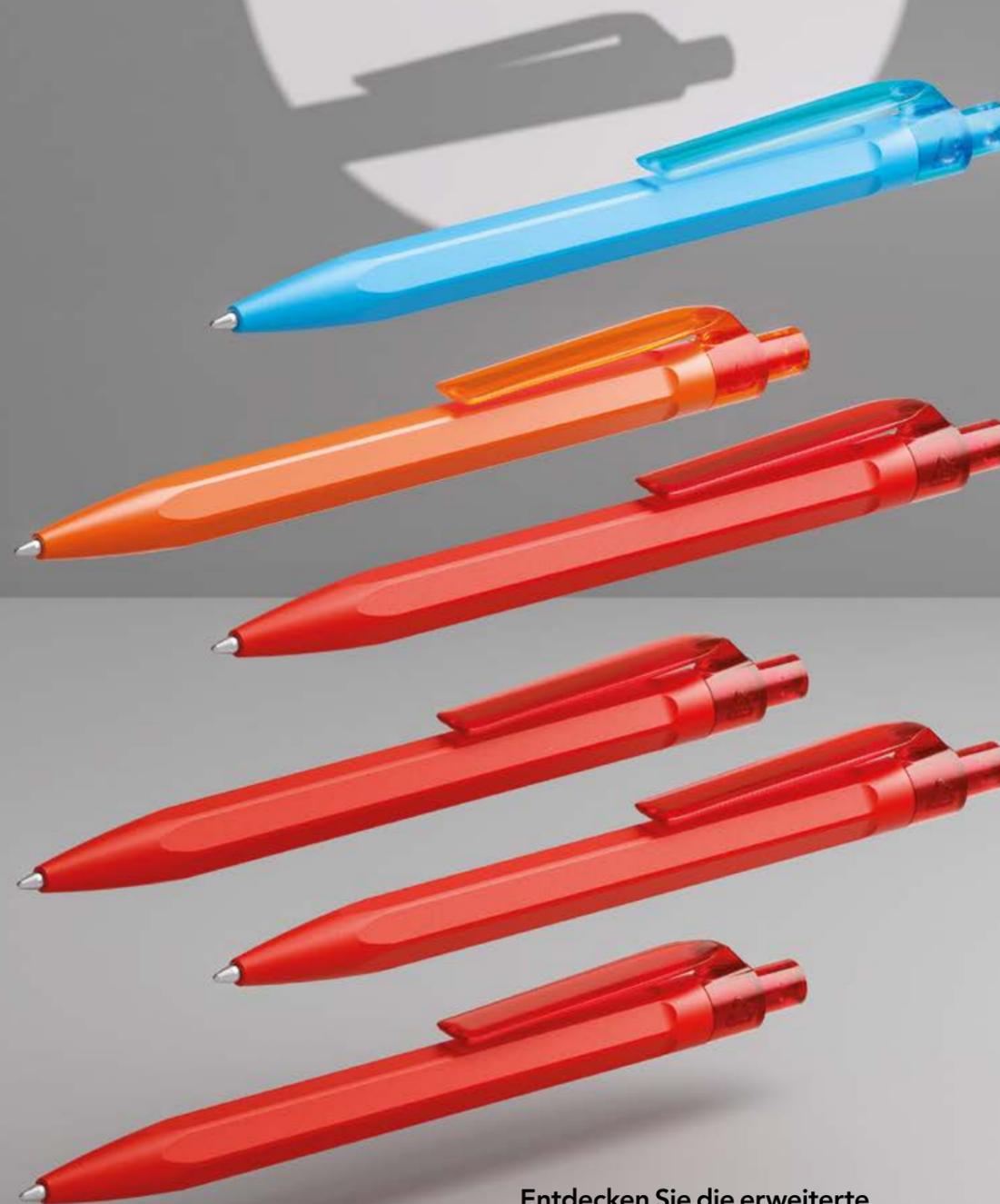
Anlässlich der PSI Messe stellt Schöffel PRO erstmalig seinen Produktkonfigurator vor. Zur Vorbereitung des Wunschprodukts kann aus drei verschiedenen Individualisierungsstufen gewählt und mit wenigen Klicks visualisiert werden. In der Stufe eins wählt der Kunde eine Veredelung mit individuell platziertem Firmenlogo als Stick, die Stufe zwei bietet die Individualisierung vordefinierter Modelle mit farbigen Accessoires (acht Farben mit Stick) und die Stufe drei schließlich lässt keine Wünsche mehr offen: Die Entwicklung des Kleidungsstücks komplett in den Unternehmensfarben (ab 500 Stück pro Artikel), Betreuung durch professionelles Team, Erhalt einer fundierten Planung, überzeugende, CI-konforme Designvorschläge. Keine Grenzen bei den Farben werden hier geboten.

Stand:9H60

PSI 60631 • Schöffel PRO GmbH
Tel +49 823250061301
info@schoeffel-pro.com
www.schoeffel-pro.com/de/de



Stone war erst der Anfang.



Entdecken Sie die erweiterte QS50-Familie mit neuen Oberflächen und Farben. Neu für das Jahr 2025.

Prodir is a brand of Pagani Pens SA.

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55
Prodir Österreich
T +43 7205 69480

www.prodir.com
open.prodir.com

Personality pens.
Swiss made.

prodir®



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

Entspannende Ausmalreise

Im beim EMF-Verlag, Edition Michael Fischer, erhältlichen Ausmalbuch Mandala Seelenschokolade lassen sich 50 Glücksmotive und stimmungsvolle Zitate für wohlthuende Pausen und mehr Energie im Alltag entdecken. Alles, was dafür benötigt wird, sind einige Buntstifte und fünf Minuten Zeit. Der EMF-Verlag passt die Gestaltung des Covers, den Inhalt sowie die Seitenzahl und das Format an individuelle Wünsche an. Auch ein Logo kann auf dem Umschlag des Buchs platziert werden. Zudem greift der Anbieter auf Wunsch auch das Corporate Design auf. So entsteht ein individuelles Buch, das perfekt zum Unternehmen und der Zielgruppe passt.

Stand: 10C56

Nachhaltigkeit mit Kuschelfaktor

Die neuen RecycleElch und RecycleElefant von MiniFeet® erweitern das nachhaltige Sortiment von mbw® und vereinen Umweltbewusstsein mit Charme. Aus recycelten PET-Flaschen gefertigt, sind diese Plüschtiere nicht nur besonders kuschelig, sondern setzen auch ein starkes Statement für Nachhaltigkeit. Gestickte Details wie Augen und Nasen reduzieren den Plastikverbrauch und machen sie zu echten Botschaftern des Umweltschutzes. Für Unternehmen bieten RecycleElch und RecycleElefant vielfältige Individualisierungsmöglichkeiten: Ob mit bedruckbaren Werbefahnen oder eigens gestalteten Accessoires: Die flauschigen Figuren sind perfekte Träger für kreative und bleibende Werbebotschaften. Mit ihrem umweltbewussten Design und der weichen Haptik schaffen sie als Werbeatikel eine emotionale Verbindung und verkörpern auf charmante Weise das Engagement für Nachhaltigkeit.

Stand: 10G37-04

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



PSI 48123 • Silverspot Trading
Tel +31 20 7708350 • info@silverspot.nl
www.silverspottrading.com



Botschafter auf Reisen

Mit den Premium-Kofferabdeckungen von Silverspot Trading stellt das Unternehmen ultimative Lösungen für Marken, die sich abheben wollen, vor. Die Hüllen bestehen aus strapazierfähigem 320 g/m²-Gewebe und bieten einen Vollfarbdruck, der ein Logo oder andere Aussagen zur Geltung bringen kann. Jede Hülle ist mit einem sicheren Reißverschluss und einem Sicherheitsclip ausgestattet, so dass das Gepäck auch unterwegs geschützt ist. Erhältlich in drei Größen (klein, mittel und groß) sind diese Hüllen perfekt für jeden Reisenden. Sie kommen einzeln in Polybeuteln verpackt zum Empfänger.

Stand: 9G55



PSI 48418 • Ted Gifted
Tel +48 61 3072345 • info@tedgifted.com
www.tedgifted.com

Anhängliches für Schlüssel und Smartphone

Das polnische Unternehmen Ted Gifted präsentiert ein Schlüsselband als „Crossbody“-Typ fürs Telefon. Das Schlüsselband ist für die Mehrheit der Smartphones geeignet. Das Anbringen ist (wie auf dem Foto) einfach und intuitiv. Das Band kann zwischen 80 bis 40 cm längenreguliert werden und lässt sich so auf verschiedene Art tragen. Hergestellt ist es aus zertifiziertem Material höchster Qualität: Aus starkem, reißfestem, wasserbeständigem und haptisch angenehmem Polyester. Das von Ted Gifted angebotene Set besteht aus einem Schlüsselband mit einem Metallkarabiner und einem Ende in Ankerform (ohne Telefonetui). Das Schlüsselband wird in Europa produziert – Produktionszeit: ab vier Tage. (Hinweise hinsichtlich der Kompatibilität des Etuis: Um das Schlüsselband an das Ende in Ankerform richtig anzubringen, sollte das Etui eine untere Kante haben. Das ermöglicht das Durchschieben des Hakens durch die Öffnung für Telefonladebuchse. Im Falle eines Etuis mit einer auf ganzer Länge offenen Konstruktion am unteren Rand kann ein richtiges Anbringen nicht garantiert werden. Näheres am Stand von Ted Gifted.)

Stand: 9D03, 10A04

PSI 46903 • Schäfer Promotion GmbH
Tel +49 2684 957011
nbrandenburger@schaefer-global.com
www.schaefer-global.com



Rundum-Schutz fürs Rad

Find my bicycle bell von Schäfer Promotion ist das must have für jeden Fahrradfahrer: In der Klingel befindet sich ein integrierter Smart Tag für die Suche nach dem Fahrrad, falls es zum Beispiel einmal entwendet werden sollte. Außerdem kann der Nutzer mit der Klingel natürlich im Straßenverkehr auf sich aufmerksam machen. Der kleine Smart Tag ist einfach zu installieren, IPX5 wasserdicht und bereits im Preis enthalten. Auch die Find My-Funktion von Apple unterstützt der smarte Helfer, der per Tampondruck oder Lasergravur auf der Metallklingel im hauseigenen Druckcenter veredelt werden kann. Das Produkt ist auch als Fahrrad Rücklicht erhältlich.

Stand: 10B03, 10C62

PSI 49384 • May Atki Market Etiket Dokuma
San. Tic. Ltd. Şti.
Tel + +90 2124851071
istakip@mayatki.com.tr
https://mayatki.com.tr/en



Drucktechnik für Anspruchsvolle

Modernste Drucktechniken von May Atki für individuelle Kleidung stehen im Mittelpunkt des diesjährigen Messeauftritts des Unternehmens. Von aufwändigen Stickereien bis hin zur „Heat-Transfer“-Technologie, die lebendige Designs auf jedem Stoff zum Leben erweckt sind die Möglichkeiten endlos. Filterdrucks erzeugt atemberaubende Farbverläufe und mit dem Prägedruck wird das Logo zu einem fühlbaren 3D-Erlebnis. Diese hochmodernen Verfahren verbessern vor allem die visuelle Attraktivität von Sweatshirts, T-Shirts & Co.

Stand: 9A14

Neon mal Vier

Mit dem Vierfarb-Kugelschreiber Take 4 Neon Promo in Neon-Edition für kreatives Schreiben und Planen kommt Schneider Schreibgeräte zur Messe. Mit schwarzer und blauer Schreibfarbe für alltägliche Notizen und einem leuchtenden Gelb als Highlightfarbe zum Hervorheben von wichtigen Informationen. Die vierte Schreibfarbe variiert je nach Farbe des Vorderteils des Kugelschreibers und setzt auffällige Akzente in Pink, Hellgrün oder Orange. Dank der farbigen Schieber gelingt der Farbwechsel schnell und komfortabel. Das Gehäuse wird umwelt- und ressourcenschonend aus 92 Prozent Recycling-Kunststoff hergestellt.

Stand:9H47



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



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



Charmante Alltagshelfer

Die Schmoozies®-Kollektion von mbw ist jetzt noch vielfältiger: Mit den neuen Figuren Robbe, Walross, Rochen, Schildkröte, Ente, Pille und Muschel bietet der Werbeartikel-spezialist aus Norddeutschland jetzt noch mehr Auswahl an charmanten Helfern für den Alltag. Diese niedlichen Displayreiniger punkten nicht nur durch liebevolles Design, sondern auch durch eine praktische Mikrofaser-Unterseite, die Handy- und Tablet-Bildschirme mühelos reinigt. Für Unternehmen bieten die Schmoozies® eine ideale Werbefläche: Logos oder Slogans können auf der Werbefahne platziert werden, wodurch die Produkte zu individuellen und nützlichen Werbegeschenken werden, die garantiert in Erinnerung bleiben. Ob für Messen, als Kundengeschenk oder als originelles Give-away: Die neuen Schmoozies® sind charmant, nützlich und sorgen für langfristige Markenpräsenz im Alltag der Beschenkten.

Stand: 10G37-04



– Anzeige –

Produziert
& veredelt in
Österreich

Bereits
ab 40 Stück
umsetzbar

HERKA.
FROTTIER

Stand
10G36



Kurze
Lieferzeit



Auch in
GOTS-Qualität
erhältlich



HERKA GmbH
+43 2864 2317
office@herka-frottier.at
www.herka-frottier.at





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



Accessoire für Küchenchefs

Die Kunst des Schneidens lässt sich hautnah mit dem hochwertigen Chefmesser Klingenzauber aus dem Sortiment von team-d Import-Export erleben. Dieses Messer besticht als unverzichtbares Werkzeug für jede Küche und überzeugt durch seine Verarbeitung und Schärfe. Die 20,5 Zentimeter lange Klinge eignet sich vom feinen Zerkleinern bis hin zum präzisen Schneiden. Das schneidige Produkt ist aus rostfreiem Edelstahl gefertigt, spülmaschinengeeignet und verpackt in einem Einzelkarton. Eine Veredlung wird durch Gravur realisiert. Das Chefmesser verleiht der Küche eine professionelle Note und sorgt für Freude am Kochen: Schließlich überzeugt das Messer sowohl in puncto Funktionalität als auch in Sachen Design.

Stand: 10G21

PSI 48898 • Promokick – Protorio GmbH
Tel. +49 7062 97891-0
gauger@promokick.de
www.promokick.de



Optimale Griffigkeit

Seit vielen Jahren hat sich Promokick mit seiner Marke Protorio zum Spezialisten für bedruckte Arbeitshandschuhe entwickelt. Um preislich mit den Importen aus Fernost mithalten zu können, wurde das Sortiment um ein preisbewusstes Modell erweitert. Der Arbeitshandschuh eignet sich hervorragend für Präzisionsarbeiten. Die Handflächenbeschichtung mit dem neu entwickelten Nitrilschaum sorgt für eine optimale Griffigkeit. Zudem ist er luftdurchlässig und geeignet für Touchscreens. Die elastische Mischgewebe aus Polyester mit Elasthan-Anteil sorgt für eine dauerhaft gute Passform. Die Protorio-Handschuhe werden von den Hohensteiner Instituten eingehend getestet. Überzeugend ist auch die kurze und zuverlässige Lieferzeit. Promokick präsentiert die Protorio Handschuhe im Januar auf der PSI.

Stand: 11D57



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

Origamispaß für kleine Tierfans

Ob Hund, Katze oder Kaninchen: Mit den tierischen Mustern lassen sich viele verschiedene Tierfiguren falten, die Groß und Klein verzaubern. Dank einfacher Schritt-für-Schritt-Anleitungen und Papier im kindgerechten Großformat haben bereits Kinder ab fünf Jahren erste Erfolgserlebnisse. Auf Wunsch platziert das Team von EMF, Edition Michael Fischer, ein Logo auf dem Cover und respektive oder eigene Produkte auf den Innenseiten. Ausstattung, Design und Inhalt bestimmt der Kunde: So entsteht ein maßgeschneidertes Produkt, das perfekt auf den Kunden und dessen Klientel abgestimmt ist.

Stand: 10C56

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



Power-Boost für unterwegs

Ingwerkick to go, eine Werbekarte mit dem Just Spices Ingwershot Gewürztütchen und erhältlich bei Werbeartikelspezialist Jung, verpasst dem Konsumenten einen frischen Energie-Boost für den Alltag. Um in den Genuss des Getränks zu kommen, ist das scharfe Gewürz nach dem Aufreißen des Minitütchens mit Wasser oder Saft zu mixen und zu shaken. Perfekt für alle, die zwischendurch neue Power brauchen. Dank praktischer Abreißperforation eignet sich die rundum individuell bedruckbare Werbekarte besonders gut als Gutschein oder für Rabattaktionen am Point of Sale. So bleibt das werbende Unternehmen bei jedem Schluck in bester Erinnerung.

Stand: 10G49

Revival der Extraklasse

Klio-Eterna feiert in 2025 sein 125-jähriges Bestehen und aus diesem Anlass bringt der Schreibgerätespezialist ein echtes Schwergewicht auf den Markt: den Klio Grande. Klio ist bekannt für seine eher schlanken und eleganten Schäfte. Der neue Grande sorgt für ein „mehr“ in der Hand. Fündig wird hier auch, wer auf der Suche nach etwas neuem Ausdrucksstarkem ist, das sich durch sein Design von der breiten Masse abhebt. Der Grande überzeugt mit seinem präsenten Schaft und einem beeindruckend großen Klipp. Er wird vollständig aus recycling ABS in Deutschland gefertigt. Seine Bauteile sind in neun attraktiven Farben erhältlich und sie sind flexibel und kostenneutral untereinander kombinierbar. Durch die Größe der möglichen Druckflächen findet jedes Logo seinen Platz. Das Modell ist standardmäßig mit der Silktech L Mine ausgestattet, welche aus post consumer recycling Material gefertigt ist und mit nachhaltigen 3.000 Metern Schreiblänge überzeugt. Sonderfarben sind ab 5.000 Stück gegen Aufpreis möglich. Ab 25.000 Stück ist dieser Service kostenlos.

Stand: 10L21



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



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

Blick in die Zukunft

In einer Welt, in der Nachhaltigkeit an erster Stelle steht, bietet der Kugelschreiber Future von uma Schreibgeräte nicht nur eine Kombination aus klassischer Handwerkskunst und modernem Umweltbewusstsein, sondern auch eine beeindruckende Vielfalt an Farben. Er verkörpert eine Vision für eine umweltbewusste Zukunft, in der auch klassische Werkzeuge ihren Platz haben. Das Modell ist aus recyceltem PET gefertigt und zeigt, wie wertvolle Ressourcen durch kluge Materialwahl geschont und Abfall reduziert werden kann. Zu 100 Prozent ClimatePartner-zertifiziert in Europa produziert, veredelt und versandt, setzt dieser Kugelschreiber Maßstäbe für eine umweltfreundliche Zukunft. Mit seinen drei verschiedenen Varianten bietet der uma Recycled Pet Pen Future für jeden Geschmack die passende Lösung. Trotz des digitalen Zeitalters bleibt das handschriftliche Schreiben ein Ausdruck von Persönlichkeit und Freude

Stand: 10E52

Schmetterlinge im Bauch

Plüsch Schmetterling Stella von der team-d GmbH aus Schorndorf weckt Frühlingsgefühle. Mit einer Breite von 23 Zentimetern hat sie ein stattliches Maß und sorgt zum kleinen Preis für reichlich Aufmerksamkeit. Der kleine Zwilling dieses Werbeträgers mit großer Spann- und Reichweite überzeugt auch als Fingerpuppe Groß und Klein, und das ebenfalls bereits für das kleine Budget. Beide Modelle sind aus rPET Velboa-Plüsch und super weich.

Stand: 10G21



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

Vielseitig einsetzbar

Ob bei einem Picknick, beim Mittagessen oder auf der Arbeit: Die CreaFelt Coolgrab Tasche von Anda Present bietet eine effektive Gelegenheit für eine reichweitenstarke Markenpräsentation. Hergestellt aus 100 Prozent recyceltem PET-Material, hält diese Kühltasche aus dem Sortiment der Ungarn Gegenstände frisch und unterstützt gleichzeitig eine umweltbewusste Botschaft. Die gesamte Oberfläche der CreaFelt Coolgrab kann mit einzigartigen, im Sublimationsverfahren gedruckten Unternehmensgrafiken individuell gestaltet werden, womit sich jede Tasche zu einer reisenden Werbung für jede Art von Unternehmen verwandelt.

Stand: 10A50

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


 stilolinea®

THE GREAT
 NOVELTY
 2025

NEW
 BARON®03
 TOTAL RECYCLED



QUALITY AND
 ENVIRONMENTAL
 CERTIFICATION



NEW BARON®03 TOTAL RECYCLED

TOUR OF ITALY COLLECTION
 100% RECYCLED ABS
 AVAILABLE IN 12 NEW COLORS



STILOLINEA.COM

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



50 Jahre Güteklasse A

Zur Feier seines 50-jährigen Bestehens hat der Schweizer Schreibgerätespezialist Prodir die erweiterte QS50-Schreibgerätefamilie vorgestellt. Der Klassiker, der letztes Jahr als QS Stone auf den Markt kam, ist nun mit einer Reihe von neuen Oberflächen, 12 Mineral- und Metallicfarben und nahezu unbegrenzten Personalisierungsmöglichkeiten erhältlich. Schön, schlank und mit seiner ikonischen sechseckigen Form, repräsentiert der QS50 Stone die Form des Schreibens. Die Stone-Serie von Prodir verfügt über ein elegantes Gehäuse aus einem speziellen, mit Mineralien angereicherten Material, das nachhaltige 60 Prozent weniger Kunststoff aufweist. In die Hand genommen, erweist sich der QS50 Stone als angenehm schwer. Dieses Mehr an Gewicht steigert die Wertwahrnehmung, wenn er an Geschäftspartner, Interessenten und Mitarbeitende verschenkt wird. Zudem gibt es das Modell in einem ABS-Gehäuse mit Matt- und Soft-Touch-Oberflächen sowie einer großen Auswahl an Kunststoff- und satinierten Metallclips, Knöpfen und Cliphaltern als Standard. Und mit einer großen Clipdruckfläche bietet dieser Markenbotschafter Hunderte verschiedener Optionen für Unternehmen, ihrer Einzigartigkeit Ausdruck zu verleihen.

Stand: 10L36

Vielseitiger Küchen-Ritschi

Der Herkules unter den Stromunabhängigen Küchenarbeiter ist der Küchen-Ritschi von team-d Import-Export. Der Multi-Zerkleinerer hat drei scharfe Edelstahlklingen zum Zerkleinern von Zwiebeln, Knoblauch, Kräutern, Obst, Gemüse, Nüssen und vielem mehr und verfügt darüber hinaus über einen Rührersatz zum Schlagen von Sahne, Eiern oder Rühren leichter Teige. Und das ganz einfach mit nur einem Hauch von Muskelkraft.

Der Küchen-Ritschi ist einfach in der Bedienung, leicht zu reinigen und spülmaschinengeeignet. Geliefert wird das Produkt im Einzelkarton mit genauer Beschreibung.

Stand: 10G21



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



PSI 44281 • Victorinox AG
Tel +41 41 8181211
corporatebusiness.hq@victorinox.com
www.victorinox.com



Robust, wirksam und präzise

Victorinox verkündet die Einführung der ersten Schäler-Kollektionen, die vom Victorinox Produkteteam selbst entwickelt und im eigenen Werk hergestellt werden. Auf seine Premium-Schäler-Kollektion, die präzise Handwerkskunst mit funktionalem Design kombiniert, gewährt der Schweizer Hersteller zudem eine lebenslange Garantie: ein Versprechen, dass die spülmaschinengeeigneten Schäler ein Leben lang halten. Sie schälen mühelos verschiedene Obst und Gemüse und meistern alles – von feinen Schokoladenraspeln bis zu dicken Kürbisschalen. Der Ypso Schäler mit rasiermesserscharfer gezackter Klinge schält lange Obst- und Gemüsesorten mit Präzision. Der Rho Schäler hat einen ergonomisch geformten Griff mit 45-Grad-Winkel, um das Handgelenk bei längerem Arbeiten zu entlasten und optimalen Komfort und Kontrolle zu gewährleisten. Die Iota Schäler mit leichten, robusten Polypropylengriffen bieten hervorragende Manövrierbarkeit und nehmen es dank fließender Bewegungen auch mit schwierigen Konturen auf. Die Schäler sind mit gerader oder gezackter Klinge erhältlich. Bei runden Lebensmitteln wie Tomaten oder Kiwis ist der Nova-I Schäler die perfekte Wahl, während sich der Nova-Y Schäler für längliche Obst- und Gemüsesorten wie Gurken und Karotten eignet.

Stand: 10G35



NEU
EVOXX POLISHED RECYCLED LC
EINFACH.
RICHTIG.
MACHEN.
BRILLANT.

Ein wahrer Goldschatz für Ihre Werbung.

- Aus recyceltem R-ABS aus Deutschland mit hochwertig lackiertem Clip
- Bis zu 75 % weniger CO₂-Ausstoß verglichen mit einem ABS-Kunststoff
- Langlebige senator® magic flow G2 Mine, kostenlos online nachbestellbar



senator.
Made in Germany. Since 1920.

www.senator.com

UMA

EIN KLICK IN DIE
ZUKUNFT
MODELL FUTURE

Ihre Vorteile:

- Hergestellt aus recyceltem PET
- 100% ClimatePartner-zertifiziert gefertigt, veredelt und versandt
- Europäische Produktion
- Elegantes und schlichtes Design
- Präzise Mine bietet angenehmes Schreibgefühl



– Anzeige –



ClimatePartner
zertifiziertes Produkt
climate-id.com/DIPVA4



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



Wandlungsfähiges Ambiente

Die Metmaxx® Outdoorlampe LuminaFlex von Spranz ist das ultimative Outdoor- und Campinglicht, das eine ausziehbare, acht Meter lange Lichterkette enthält, die verschiedene warmweiße Lichtmodi bietet und so für ein tolles Ambiente sorgt. Die Lichterkette kann wieder ganz klein eingezogen werden, während das kraftvolle Zentrallicht auch als eigenständige Lichtquelle genutzt werden kann. Dank seiner wiederaufladbaren und kompakten Bauweise ist LuminaFlex ideal für den autarken Einsatz auf der Terrasse, beim Camping oder auf Reisen. Die Lichterkette ist für sechs, die SMD-Leuchten für drei und beides für 2,5 Betriebsstunden gut. So lässt sich das eigene Wohlbefinden und echter Lifestyle überall da genießen, wo sich der Nutzer gerade aufhält. Zu den Eigenschaften des Produkts gemäß IPX44 gehören eine Leistung von 2000mAh, 200 Lumen und verschiedene Betriebsmodi wie 100 Prozent Dauerlicht, blinken, Breathing-Light und Flutlicht. Im Lieferumfang enthalten ist eine Craft Paper Box.

Stand: 10A31/32

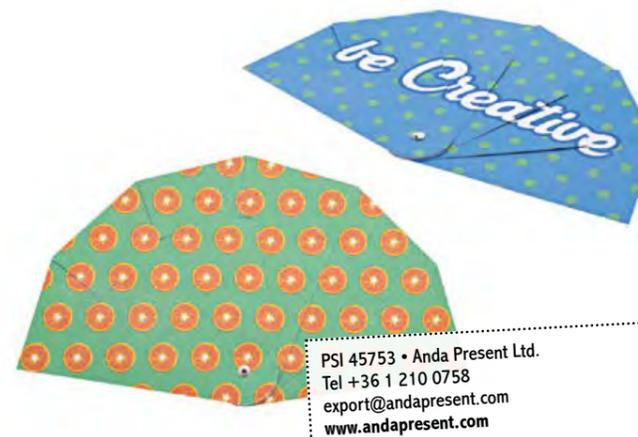
Kreativ und nachhaltig

team-d Import-Export bietet ein großes Sortiment an schönen Holzprodukten aus FSC zertifiziertem Birkenperrholz, in der EU gefertigt und mit dem großen Vorteil, dass diese Produkte schon in Auflagen von circa 200 Stück individuell angefertigt werden können. Als neues Beispiel dieser kreativen Produktreihe findet sich beim Hersteller aus Baden-Württemberg das Logo-Mino: Das Spiel lässt sich individuell gravieren und wird in einem Baumwollbeutel mit Oeko-Text Label verpackt. Eine weitere Neuheit ist das Ausmalbild inklusive Holzbuntstiften sowie das Mobile mit der Bezeichnung Über den Wolken.

Stand: 10G21



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



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

Werbung zufächeln

Der aus hochwertigen Materialien gefertigte Fächer Digibreezy Fold aus dem Sortiment von Anda Present kombiniert Funktionalität mit auffälligen Branding-Möglichkeiten und ist damit eine ideale Firmengabe für viele Arten von Veranstaltungen. Mit seiner großen Oberfläche eignet sich dieser leichte Fächer perfekt für die Darstellung von Logos in vielen Formen und Größen und mit einzigartigen Designs. Mit seiner vollständig anpassbaren Oberfläche zieht er die Aufmerksamkeit auf sich und stellt die werbende Marke in den Mittelpunkt.

Stand: 10A50



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

Stilvolle Pflege

Die Window Box M aus dem Sortiment von Werbeartikelhersteller Jung kombiniert exklusive Körperpflege in Reisegröße mit einer edlen, individuell gestaltbaren Verpackung: Enthalten sind eine Bodylotion und ein 2-in-1-Duschshampoo mit einem aromatisch-blumigen, moschusartigen und holzigen Duft. Das Duo eignet sich ideal als Werbegeschenk für gute Kunden und Geschäftspartner. Die stilvolle Werbe-Box aus weißem, FSC-zertifiziertem Karton bietet Platz für ein eigenes Logo und Design. Perfekt als Geschenk-Set und ideal für alle, die auf stilvolle und praktische Werbung setzen und gleichzeitig eine besondere Pflegeerfahrung bieten möchten.

Stand: 10G49



YOUR UMBRELLA

/ YOUR FUTURE /

Erleben Sie unsere Neuheiten 2025 auf der PSI-Messe, Stand 10G37-01!

Mehr Informationen finden Sie hier:

www.fare.de/de/news

INFO



ENJOY THE RAIN





PSI 47317 • tobra GmbH & Co. KG
Tel +49 6762 96276-0 • psi@tobra.io
www.tobra.io

Stilvolle Osterfeier

Das Serviettenring-Set von tobra bringt Osterfreude auf den Tisch und ist in zwei festlichen Designs erhältlich: als Osterhase sowie als Osterei. Beide werden in Deutschland aus FSC-zertifizierter Birke gefertigt und vereinen feierliche Eleganz mit umweltfreundlichem Design Made in Germany. Die Gravur-Fläche wurde so entworfen, dass ein Logo oder Motiv auch mit Serviette perfekt zur Geltung kommt, womit es sich ideal für individuelle Gestaltungen und hochwertige Firmengeschenke eignet. Verpackt auf einer FSC-zertifizierten, nach Kundenwunsch bedruckbaren FlexiFold Designkarte XL, präsentieren sich die Sets doppelt nachhaltig: Sie hinterlassen einen bleibenden Eindruck und werden aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt. Ob zu Hause oder für geschäftliche Anlässe: Beide Sets setzen bewusste Akzente in der Osterdekoration.

Stand: 10F20



MADE
IN
GERMANY

Topseller auch vegan

Fruchtgummi, der Klassiker unter den süßen Werbemitteln, schmeckt Groß und Klein und durch das Erleben über alle fünf Sinne bleibt die süße Werbung einfach und lange im Gedächtnis. Die Fruchtgummi-Standardformen sind bunt gemischt, ohne Werkzeugkosten, in unendlich vielen Formen für verschiedene Branchen und Anlässe bei Kalfany Süße Werbung erhältlich. Der Süßwaren-Spezialist setzt für die vom Kunden gewünschte Botschaft auf Bären Company-Qualität, kreiert in der eigenen IFS-zertifizierten Produktion. Ab einer Mindestabnahmemenge von 3.500 Fruchtgummi Standardtütchen, die in verschiedenen Formaten erhältlich sind, schaffen es die kleinen Teddybären, Herzen, Weihnachts- oder Osterfruchtgummis und viele weitere Köstlichkeiten in die Hände der Kunden und Geschäftspartner. Ab dem Jahr 2025 gibt es zudem sechs Standard-Formen auch als vegane Variante, darunter auch die neue Form Flora.

Stand: 10A05,10E20

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



Farbenfrohes Entree

Die neue Farbwelt von emco, Made in Germany und aus regeneriertem Econyl® Garn hergestellt, beinhaltet individuell bedruckte Fußmatten: Denn ab sofort können die aufmerksamkeitsstarken Werbeprodukte nach dem jüngsten Update ab sofort noch farbenfroher gestaltet werden. Möglich macht dies das neue Farbkonzept von emco Bautechnik. Dadurch sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt und die Werbematten bieten nunmehr noch mehr Potenzial beim Ziel, aktuelle Werbekampagnen zu ergänzen. Entscheidend ist die permanente Präsenz der Botschaft oder Kundenlogos. Weitere Vorteile sind die Nutzung des regeneriertem und ÖKO-TEX zertifizierten Econyl® Garns sowie die Waschbarkeit der Matten. Verstärkt wird die Nachhaltigkeit noch durch die lange Nutzungsdauer sowie die hohe Schmutz- und Feuchtigkeitsaufnahme. Lieferbar ab nur einem Stück.

Stand: 10F60



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



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

Wandelbarer Alltagsbegleiter

Happy Ross präsentiert einen vollständig individualisierbaren Schlüsselanhänger mit Kordel und Bambusschieber, ein elegantes Accessoire, das Funktionalität mit natürlichem Flair verbindet. Der hochwertige Anhänger kann in Farben, Mustern und Längen ganz nach Kundenwunsch gestaltet werden und lässt sich somit ideal an jedes Unternehmen und jedes Projekt anpassen. Der Bambusschieber bildet das Herzstück des Designs und kann per Lasergravur personalisiert werden, wodurch der Anhänger zu einem unverwechselbaren Markenträger wird. Damit ist das Produkt perfekt geeignet als stilvoller und praktischer Begleiter im Alltag.

Stand: 10A21

Leichtes Reisegepäck

Airox kennt keine Grenzen. Extraleicht, übertrifft der Hardcase-Koffer auf jeder Reise die Erwartungen der Kundschaft. Die Kollektion mit fünf perfekt geformten Koffern setzt neue Maßstäbe in der Victorinox Reisegepäck-Familie. Bemerkenswert ist das mit 2,3 Kilogramm überaus geringe Gewicht des Handgepäckes. Diese Koffer sind die zugleich leichtesten und robustesten Hartschalen-Handgepäcktrolleys, die Victorinox je hergestellt hat. Mit 100 Prozent reinem Polycarbonat meistert der Airox alle Herausforderungen mit Bravour und ist ideal für Weltenbummler mit grenzenlosem, urbanem Entdeckergeist.

Stand: 10G35



PSI 44281 • Victorinox AG
Tel +41 41 8181211
corporatebusiness.hq@victorinox.com
www.victorinox.com





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

Mit einem Lächeln in den Tag

Mit dem innovativen Mehrwegdeckel „smile“ by REICHERT Design, der jeden ISO2go-Cup revolutioniert, will ADOMA den Tag mit einem Lächeln beginnen lassen. Das wohl einzigartige Lächel-Design sorgt nicht nur für gute Laune, sondern macht das Trinken unterwegs auch sicher und umweltfreundlich. Dank seinem speziellen Clean&Dry-Design ist der Smile-Deckel leichter zu reinigen und insbesondere zu trocknen als herkömmliche Deckel, was ihn zur perfekten Wahl für den täglichen Gebrauch macht.

Stand: 11A54

Köstlicher Vitamin-Kick

Der Vitaminfruchtgummi-Tetraeder mit der Marke Trolli, erhältlich bei Jung, kombiniert als Fruit to Go fruchtige Stückchen mit zehn Vitaminen für ein fruchtiges Geschmackserlebnis zwischendurch. Nicht nur für Pfirsichliebhaber ist dieses leckere Give-away genau das Richtige. Der aufmerksamkeitsstarke Werbe-Tetraeder ist in weißer oder transparenter Folie oder mit hochwertiger Papierhaptik mit einem Papieranteil von rund 50 Prozent erhältlich. Die 360-Grad-Werbefläche lässt sich individuell gestalten und damit perfekt geeignet, um mit einer Markenbotschaft zu punkten.

Stand: 10G49



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

Wirksame Werbung von der Rolle

Wer in der täglichen Werbeflut auffallen will, muss kreativ werden und auf herausstechende, überraschende Werbeartikel setzen, die auch vom Budget her überzeugen. Das individuell bedruckte Toilettenpapier von Paper + Design ist ein echtes Highlight, das Werbung direkt im Lebensumfeld der Zielgruppe platziert. Nützlich, witzig und täglich genutzt – digital bedrucktes Toilettenpapier ist ein absoluter Hingucker mit garantierter Werbewirkung. Auch keine Mengen ab 60 Rollen können bestellt werden. Paper+Design mit Sitz im Erzgebirge fertigt für seine nationalen und internationalen Kunden innovative Produkte rund um den gedeckten Tisch. Der vielseitige Hersteller von Papierprodukten Made in Germany ist unter anderem nach EMAS, dem anspruchsvollen Standard für Umweltmanagement, zertifiziert.

Stand: 10G60

PSI 47378 • Paper + Design GmbH
Tel +49 3736 98470
orderspl@paper-design.de
https://de.duni.com/de/digitaldruck



PSI 48320 • Kim Kranholdt GmbH
Tel +49 27725752290 • info@kranholdt.de
www.kranholdt.de



Gelebte Verpackungs-Faszination

Zur PSI-Messe 2025 launcht die Kim Kranholdt GmbH ihre neue Marke „GLAMORE“. Sie steht für luxuriöse Verpackungen, welche auf Wunsch auch individuell nach Kundenwunsch produziert werden können. Dabei stehen den Kunden das Verkaufsteam sowie Designer und Musterbau unterstützend zur Seite. Schon ab 500 Stück sind diese exklusiven Verpackungen möglich. Noch nie wurde die Faszination Verpackung so gelebt. „Glamore for you“ mit dem WOW-Effekt erwartet die Besucher am Messestand.

Stand: 11C33

– Anzeige –

THE PROMO BAG OUR SKILLS. YOUR DESIGN.



- Textilausstattung für Indoor oder Outdoor möglich
- umfangreiche Farb- und Druckmöglichkeiten

Lassen Sie sich jetzt von uns beraten und holen Sie ein individuelles Angebot ein!

kontakt@thepromobag.de – www.thepromobag.de



PSI 60424 • FreeWings® / FIBS®
Tel +43 6765 212866
free@freewings.net • free@fi-bs.com
www.fi-bs.com

Handy's lernen schwimmen

Wohin mit den Wertsachen beim Wassersport? FreeWings / FIBS entwickelte dazu die zum Patent eingereichte Lösung, Wertvolles ins Wasser mitzunehmen. Das FIBS Waterproof Case FingerBag® WT (Water Tight). Ideal zum Schwimmen und für Handy-Fotos im Wasser, Notrufe oder zur Orientierung, denn es ist 100 Prozent Wasserdicht bis 25 Meter Tiefe. Dazu staub- und luftdicht sowie IPX8 zertifiziert. Erhältlich ist die Hülle für kleine oder auch XXL-Handys. Wertgegenstände sind immer mit dabei und ein Logo ist an prominenter Stelle sichtbar.

Stand: 11E40

PSI 60895 • Notabag – Moinch GmbH
Tel +49 1603085785 • aida@notabag.com
www.notabag.com



Hybrid aus Tasche und Rucksack

Neben dem Original, einem Hybriden aus Tasche und Rucksack, bietet Notabag eine Vielzahl verschiedener Taschen für den täglichen Bedarf an. Dazu bietet das Unternehmen eigene Farben und Designs und einen weltweiten Custom Service an. Notabag - Original ist die intelligente Kombination aus Tasche und Rucksack. Sie lässt sich mit einem einzigen Zug an den Riemen verwandeln, sodass sie auf dem Rücken oder an der Hand getragen werden kann. Im Inneren befindet sich ein kleines Täschchen, in dem Geldbeutel oder Schlüssel einen Platz finden.

Stand: 11B45

Werbekommunikation mal tierisch

Mit dem Tischkalender „Tierische Ku(h)riositäten“ von WALTER Medien setzen Nutzer einen charmanten Akzent auf jedem Schreibtisch. Zwölf augenzwinkernde Monatsblätter vereinen clevere Wortspiele mit überraschenden Bildmotiven: Wenn der QUAKsalber Salben anrührt oder der der UrlaubBAR seine Auszeit genießt, zaubert dieser Kalender garantiert ein Lächeln auf die Gesichter jedes Kunden. Kunstvolle, mittels modernster KI-Technologie erschaffene Illustrationen verleihen jedem Monat seinen einzigartigen Charakter. Er setzt so jede Werbebotschaft gekonnt in Szene.

Stand: 11B70

PSI 40753 • WALTER Medien GmbH
Tel. +49 7135 104100 • kalender@walter.de
www.walter.de



WILLKOMMEN
PSI STAND 9E55



SIEBDRUCK



STICK



TAMPONDRUCK



DIGITALTRANSFER



UV DRUCK



GRAVUR



STICKER



WERBEKLEIDUNG



SUBLIMATION



NÄHEREI



STANLEY/STELLA



DIGITALDRUCK AUF ROLLE - BAUMWOLLE

SUBLIMATIONSDRUCK AUF ROLLE - POLYESTER

DRUCK AUF HOLZ, KUNSTSTOFF, GLAS, PLASTIK

WIR DRUCKEN DIREKT AUF DEN REISEKOFFERN

PLÜSCHTIERE-PRODUKTION

RUNDUM DRUCK

BESUCHE
UNS AUF
 YouTube



PSI 60933 • fid retail GmbH
Tel +49 911 37733722
thorwart@fidretail.com
www.nomanoma.com



Edelstahl für jeden Drink

Die Edelstahl noma noma Trinkflasche von fid retail ist nach Herstellerangabe auch für kohlenensäurehaltige Getränke geeignet, was sie zu etwas Besonderem macht. Die Isolierflasche hält Getränke zudem 16 Stunden heiß oder 26 Stunden kalt und ist Spülmaschinengeeignet. Sie besteht aus recyceltem Edelstahl und wird in den Größen 500, 750 und 1000 ml sowie den Standardfarben Blau, Schwarz, Rot, Grün und Silber angeboten. Individuelle Pantone-Farben sind ab 1500 Stück möglich. Als Individualisierung bietet der Hersteller je nach Auflage Logogravur oder Druck an. Eine Prägung im Henkel ist ebenfalls möglich.

Stand: 11B65

PSI 47706 • NonvisioN Werbeproduktion
Tel +49 651 2015678
contact@nonvision.de
www.nonvision.de

Softer Teddy auf dem Kopf

Auch an kalten Wintertagen muss niemand auf seinen Bucket Hat von NonvisioN verzichten. Mit dem „Teddy Soft“ wird er sogar zum perfekten Begleiter für die kalte Jahreszeit. Der Hut beeindruckt außen mit einem samtig-weichen Material, das an edles, weiches Leder erinnert, und innen mit flauschigem Teddystoff, der besonders gut wärmt. Beide Materialien sind farblich individuell anpassbar, sodass der Hut perfekt auf den persönlichen Stil abgestimmt werden kann. Der „Teddy Soft“ Bucket Hat lässt sich zudem durch Direktstickerei oder einen Aufnäher veredeln. Sollte es unter dem Hut zu warm werden, kein Problem – der „Teddy Soft“ lässt sich auch als Wendehut tragen, sodass die flauschige Seite nach außen zeigt.

Stand: 11E56



Nachhaltig am Handgelenk

Von FreeWings / FIBS kommt das nachhaltig aus 100 Prozent Merino gefertigte Funktionalband für Hand- oder Fußgelenk. Es erweitert alle bisherigen Vorteile der praktisch, funktionalen Bänder. Kühlend oder Wärmend, geruchsneutral und antibakteriell ist das Band als Beutel, Schutztasche oder Organizer verwendbar. Sämtliche Wertsachen sind diebstahlsicher dabei und immer im Blick. Es verfügt über drei Innenfächer und ist in drei Größen lieferbar. Der Tragekomfort ist umwerfend, berichten Anwender.

Stand: 11E40



PSI 60424 • FreeWings® / FIBS®
Tel +43 6765 212866
free@freewings.net • free@fi-bs.com
www.fi-bs.com



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

PSI Branchen- barometer

Jetzt
teilnehmen!



PSI Branchen-
barometer

PSI Built by **RX**
In the business of building businesses



cyber-Wear Heidelberg

30-jähriges Bestehen mit großer Party gefeiert

Mit Blick auf das Schloss Heidelberg feierte die cyber-Wear Heidelberg GmbH – Spezialist für Werbemittel, Merchandising und Corporate Fashion – „drei Jahrzehnte voller Wachstum, Erfolge und großartigem Einsatz der Mitarbeiter“.

Steven Baumgaertner und Roman Weiss, die beiden Gründer und Geschäftsführer, freuen sich über 30 Jahre „echten Zusammenhalt und Teamgeist“ und sind „dankbar für die Treue und das Engagement, das diesen besonderen Weg möglich gemacht hat“.

„30 Jahre sind eine verdammt lange Zeit, nicht immer einfach, aber überwiegend echt geil“, so Steven Baumgärtner in seiner emotionalen Jubiläumsrede. Nur wenige hunderte Meter Luftlinie trennten die Feier-Location von dem kleinen elterlichen Keller, in dem Baumgaertner und

Weiss cyber-Wear gründeten. Dort starteten sie mit 346 DM Kapital, einem alten Fax ohne Anschluss, dem tragbaren Telefon von Opa Weiss, einem alten Kinder-schreibtisch und einem alten Atari-Computer. Mit einer Mischung aus unternehmerischem Mut, einem Hauch Leichtsinn und „dem besten Geschäftspartner, den Steven sich wünschen kann“,

haben die beiden es geschafft, cyber-Wear in die Spitze der Werbeartikelbranche zu bringen. „Der größte Dank auf dem Weg dahin gilt den Menschen, die uns auf dieser un-glaublichen Reise begleitet und unterstützt haben“, betonten die beiden cyber-Wear Protagonisten. Es sei „eine Einheit, die immer zusammenhält, voller Einsatzbereitschaft und Lo-yalität, Jahr für Jahr, und die gemeinsam Großes erreicht hat.“ So wurden an diesem besonderen Abend alle Mitarbeitenden geehrt, die seit 5, 10 oder sogar 20 Jahren Teil des Teams sind. Erfrischende Drinks, schmackhafte Snacks, ein luxuriöses Dinner und die 360-Grad-Rooftop-Bar mit Blick auf Heidelberg und das Schloss machten den Abend unvergesslich. Wer cyber-Wear kennt, weiß: Hier kommt es auf jedes Detail an. Die Menü- und Tischkarten, die Jubiläumsbanner und die Gastgeschenke wurden mit einer Extra-Portion Glamour inhouse gestaltet. Ein Filmteam und das eigene Marketingteam waren vor Ort, um alle Highlights und die ausgelassene Partystimmung mit Haus-DJ la Dous im Anschluss festzuhalten.

www.myCybergroup.com

Neues Gesicht im internationalen Vertriebsteam

Seit Oktober 2024 ist Kristina Wöhrle Teil des internationalen Vertriebsteams beim Schreibgerätehersteller Klio-Eterna aus Wolfach.

„Mit ihrer langjährigen Erfahrung im internationalen Vertrieb eines großen, weltweit agierenden Unternehmens bringt sie wertvolles Know-how in unser Team“, so Geschäftsführerin Edeltraud Syllwasschy. Gemeinsam mit Daniela Ehret wird sie für die Betreuung der internationalen Kunden außerhalb von Deutschland und Österreich verantwortlich sein. Wie aus dem Unternehmen verlautet, legt sie ihren Fokus zunächst auf die niederländischen Kunden, mit dem Ziel, ihre Zuständigkeiten schrittweise auf weitere Länder auszuweiten. Ein zentrales Ziel ihrer Arbeit sei es, die internationale Bekanntheit von Klio-Eterna weiter zu steigern und die Kunden des Herstellers von den Vorzügen der in Deutschland gefertigten Schreibgeräte zu überzeugen.

www.klio.com

Klio-Eterna



Kristina Wöhrle

„Grüner“ Design-Globus mit dem GDA ausgezeichnet

Erfolg für die TROIKA Germany GmbH: Der nachhaltig produzierte Design-Globus MAGNA ECO aus der Kollektion des Spezialisten für (werbe-)Starke Gadgets wurde beim GERMAN DESIGN AWARD 2025 ausgezeichnet. „Diese renommierte Ehrung bestätigt unser Engagement für umweltbewusstes Design und innovative Produktlösungen“, so eine Mitteilung des Unternehmens. Der MAGNA ECO Globus überzeugt durch seinen 3D-gedruckten Sockel aus recyceltem PLA, einer umweltfreundlichen und aus erneuerbaren Ressourcen gewonnenen Alternative zu herkömmlichen Kunststoffen.

„Diese Auszeichnung ist eine besondere Anerkennung unserer Innovationskraft und unseres Engagements für Design und Nachhaltigkeit“, sagt Geschäftsführer Liudger Böll. „Der GERMAN DESIGN AWARD ist eine großartige Bestätigung für unsere Arbeit und motiviert uns, auch weiterhin auf höchste Qualität und zukunftsweisende Produktentwicklung zu setzen.“

TROIKA DESIGN GLOBUS setzt mit der „Magna Eco“-Serie neue Maßstäbe in Nachhaltigkeit und Innovation. Die Standfüße der Globen aus recycelten Lebensmittelverpackungen, die ursprünglich aus Bioplastik gefertigt wurden. Diese Verpackungsabfälle werden zu einem hochwertigen Rohstoff aufbereitet und anschließend im 3D-Druck zu den finalen Produkten verarbeitet. Durch diesen geschlossenen Kreislauf wird überschüssiges Material wiederverwendet, was nicht nur Ressourcen schont, sondern auch aktiv zum Umweltschutz beiträgt. Liudger Böll: „So zeigt TROIKA, wie technologische Innovation und ökologische Verantwortung Hand in Hand gehen können.“

<https://business.troika.de>

TROIKA Germany



Wechsel in der Niederlassungsleitung

Der Werbeartikelhersteller Inspirion mit Hauptsitz in Sottrum bei Bremen teilt mit, dass Marcel P. Harskamp, langjähriger Branch Manager B2B bei Inspirion B.V. für die Märkte in den Niederlanden, Belgien, Skandinavien, Großbritannien, Irland und Island, das Unternehmen zum 1. Januar 2025 verlassen wird, um eine neue berufliche Herausforderung als Geschäftsführer von Pacor Bags & Belts in Ede, Niederlande anzunehmen.

„In fast acht Jahren bei Inspirion B.V. hat Marcel P. Harskamp maßgeblich zum Wachstum des Unternehmens beigetragen. Wir bedanken uns für sein Engagement und die zahlreichen innovativen Impulse und freuen uns, dass er der Werbeartikelbranche erhalten bleibt und der fachliche Austausch fortgeführt wird“, sagen Sönke und Michael Hinrichs, Geschäftsführer der Inspirion Gruppe.

Mit André van Offeren übernimmt eine erfahrene und qualifizierte Persönlichkeit die Niederlassungsleitung bei Inspirion B.V. Der neue Branch Manager bringt mehr als 22 Jahre Branchenerfahrung mit, unter anderem als Niederlassungsleiter bei Promostore Niederlande. „Sein Fachwissen macht ihn zum idealen Nachfolger, um Inspirion B.V. erfolgreich in die Zukunft zu führen. Wir sehen den weiteren Entwicklungen unter der neuen Leitung in Veendaal, Niederlande, mit großer Zuversicht entgegen und heißen André van Offeren herzlich willkommen“, so die Geschäftsführung.

www.inspirion.eu

Inspirion B.V.



André van Offeren löst Marcel P. Harskamp ab.

GWW: Messen-Auftakt 2025 mit TREND und NEWSWEEK in Stuttgart

Wie der Gesamtverband der Werbearbeit-Wirtschaft e.V. (GWW) mitteilt, startet das GWW-Messejahr am 12. Februar 2025 mit der GWW-TREND Frühjahr in Stuttgart. Die baden-württembergische Landeshauptstadt ist erstmals auch Auftakt-Schauplatz zur mobilen Werbearbeiterschau GWW-NEWSWEEK am darauffolgenden 13. Februar 2025. Beide Veranstaltungen des Gesamtverbandes finden erstmals in Kooperation mit der Messe Stuttgart unter dem Dach der EXPO 4.0 (anstelle der vormals in diesem Konstrukt platzierten Werbearbeitmesse GiveADays) zeitgleich mit den Messen wetec („Internationale Fachmesse für Werbetechnik, Digitaldruck, Lichtwerbung & Digital Signage“) und TecStyle Vision („Europas Leitmesse für Textilveredlung und Promotion“) statt. Austragungsort der GWW-Events ist die Paul Horn Halle auf dem Messegelände.

In einer vom Verband im Herbst 2024 durchgeführten Umfrage sprachen sich 58,3 Prozent der Befragten für eine Durchführung der nun fünften TREND Frühjahrsmesse aus. Wie vom GWW verlautet, „entzerrt der Verband mit der regionalen Auswahl des Standortes auch das engmaschige ‚Messe-Netz‘ der im Rheinland stattfindenden Frühjahrsessen“. Wie es weiter heißt, „fiel die Wahl des Standortes auch aus anderen Gründen auf Stuttgart: Zum einen ist die Stadt am Neckar für Werbearbeitshersteller wie -berater gleichermaßen attraktiv, zum anderen bot die Landesmesse Stuttgart an, gleich für zwei Veranstaltungen eine Kooperation einzugehen: Deshalb wird die GWW-TREND Frühjahr das GWW-Messejahr 2027 ebenfalls in Stuttgart einläuten“.

Weitere Informationen unter: <https://gww.de/messen-events/> • www.messe-stuttgart.de/tecstyle-visions/ www.messe-stuttgart.de/wetec/

GWW-NEWSWEEK 2025 Termine

- 13.02.2025: Stuttgart
- 19.02.2025: Hamburg
- 12.03.2025: Wuppertal
- 25.03.2025: Frankfurt
- 13.05.2025: Dresden
- 14.05.2025: Berlin



Neuer Leiter Marketing und Design bei Hagemann

Wie die Werbemittelagentur Hagemann GmbH aus Eichenau bei München mitteilt, wird Nico Scherer neuer Leiter des Unternehmensbereichs Marketing- & Design. „Nico Scherer, der im Oktober 2020 als dualer Student in die Unternehmensgruppe kam, hat sich durch herausragende Leistungen und kontinuierliches Engagement für diese Position wärmstens empfohlen“, heißt es aus Eichenau.

Nico Scherer hat sich nach seinem erfolgreich absolvierten Studium in „Mediendesign“ auch in den Bereichen Webdesign, Branding und Online-Marketing weitergebildet. Zu seinem Werdegang und seinen Fähigkeiten lautet es weiter: „Sein Einsatz und seine Kreativität haben ihn immer weiter in den Marketingbereich gebracht, wo er neue Tools, Ideen und Strategien eingeführt hat. Zu seinen täglichen Aufgaben gehörten unter anderem die Gestaltung von Messeständen, die Entwicklung diverser Websites sowie die Planung und Umsetzung von Marketing-Kampagnen inklusive Landingpage-

Werbemittelagentur Hagemann

Designs. Mit dem Aufkommen der KI-Welle durch ChatGPT hat Nico Scherer schnell die Initiative ergriffen und die Unternehmensgruppe Richtung Zukunft gelenkt. Durch die neuen Tools hat er Abläufe, Prozesse und Automatisierungen etabliert, die sowohl die Effizienz als auch die Innovationskraft erheblich gesteigert haben.“ Unternehmensgründer Michael Hagemann: „Nico hat ein sehr junges und dynamisches Team um sich, in dem sich auch Auszubildende und Dualos befinden. Das sorgt für kreative neue Ideen und frischen Wind in der Unternehmensgruppe.“

www.wma-hagemann.de



Nico Scherer

In einer Zeit, in der Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein immer wichtiger werden, präsentiert Werbemittel Bühring ein neues und exklusives Material: ReFilz: 100 Prozent kuschelweiche Merinowolle nachhaltig in Deutschland recycelt und zu Werbearbeitern weiterverarbeitet.



Nachhaltige Werbemittel aus Norddeutschland

Sonderanfertigungen aus ReFilz

Die Nachfrage nach umweltfreundlichen Werbearbeitern wächst stetig. Immer mehr Unternehmen setzen auf Produkte, die sowohl ökologisch wertvoll als auch qualitativ hochwertig sind. Mit der exklusiven Einführung von ReFilz als Material übernimmt Werbemittel Bühring Verantwortung für eine nachhaltige Zukunft und zeigt sein Engagement für den Umweltschutz.

ReFilz aus wertvollen Merinowolleresten

Hinter ReFilz steht invero, ein norddeutsches Familienunternehmen, das sich auf hochwertige Merinowollmode spezialisiert hat. Um die wertvollen Reststoffe, die wöchentlich aus der Produktion anfallen, nicht ungenutzt zu lassen, haben sich die beiden Schwestern, die das Unternehmen leiten, entschieden, diese in ein innovatives und nachhaltiges Material zu verwandeln. Der Prozess umfasst das Auffasern von überschüssigen Textilstücken, um sie anschließend in dichten, langlebigen Filz zu verwandeln. Diese Arbeiten finden ebenfalls in einem norddeutschen Familienbetrieb statt. Das zu 100 Prozent recycelte Material wird anschließend ebenfalls in Deutschland von Hand zu individuellen Artikeln (siehe Bilder) in Sonderanfertigung verarbeitet.

Kurze Transportwege – höchste Qualitätsstandards

„Uns liegt uns nicht nur die Qualität unserer Produkte am Herzen, sondern auch die Zusammenarbeit mit regionalen Unternehmen“, sagt Gabriele Bühring, geschäftsführende Inhaberin. „Durch kurze Transportwege können wir höchste Qualitätsstandards sicherstellen und gleichzeitig die heimische Wertschöpfung stärken und den Pla-

neten schonen. Mit ReFilz lassen sich kreative und umweltfreundliche Werbemittel entwickeln, die nicht nur ansprechend, sondern auch ökologisch sind. Jedes Produkt zeichnet sich durch seine Einzigartigkeit aus – die gemusterten Strickstoffe sorgen für ein lebendiges und warmes Grau, das durch bunte Akzente eine individuelle Note erhält. Jeder Meter ReFilz ist somit ein Unikat und lädt zur Gestaltung ganz persönlicher Designs ein.“

Das Team von Gabriele Bühring präsentiert diese und weitere nachhaltige Produkte auf der PSI 2025 am Messestand des Unternehmens unter der Standnummer 9A60. <



Das zu 100 Prozent recycelte Material wird ebenfalls in Deutschland von Hand zu individuellen Artikeln in Sonderanfertigung verarbeitet – hier im Beispiel als Bauchtasche.

www.buehring-shop.com

Ein informativer Tag mit Vorträgen zu hochaktuellen Themen statt einer klassischen Werbeartikelmesse. Mit ihrem „Mehrwerttag“ hat die Agentur für Werbeartikelkonzepte Döbler den etwas anderen Weg eingeschlagen – eben als Mehrwert zu ihrer täglichen Beratungstätigkeit. Ein Konzept, das aufgegangen ist und die Gäste durchweg begeistert hat.

Erster Döbler-Mehrwerttag

Gemeinsam in die Zukunft gehen



Neues Konzept: weg von der klassischen Werbeartikelmesse, hin zu einem informativen Tag mit Vorträgen zu hochaktuellen Themen.

Mit dem Gedanken, einen Wissenstag zu veranstalten, hat das Team von Döbler schon länger gespielt. Die konkrete Idee dazu entstand bereits vor über einem Jahr. Auch wie so ein Tag aussehen könnte, war den Werbeartikelspezialisten aus Oststeinbek nahe Hamburg sehr schnell klar: weg von der klassischen Werbeartikelmesse, hin zu einem informativen Tag mit Vorträgen zu hochaktuellen Themen. „Wir wollten eine kommunikative und kundenzentrierte Basis für Informationen schaffen, ohne individuelle Produkte in den Vordergrund zu stellen. Echte Mehrwerte – unabhängig von Produkteigenschaften. Wissen, das alle Kunden gleichermaßen interessiert, um Kundenbindung, Vertrauen und Partnerschaft zu fördern“, skizziert Ronald Eckert, Inhaber der Agentur für Werbeartikelkonzepte Erich G. Döbler e.K., das Konzept des ersten „Döbler-Mehrwerttages“. Bis der Tag wirklich stand, war es dann noch ein längerer Findungsprozess.

Themen mussten definiert und ein Termin festgelegt werden. Dieser sollte möglichst außerhalb der Ferienzeiten und mit genügend Abstand zur Weihnachtszeit liegen. Die Entscheidung fiel somit auf Ende September.

Neue Impulse für das Marketing

Eine zentrale Rolle bei der Ausgestaltung des Tages spielten die Aspekte Vertrauen und Verlässlichkeit. In einer schnelllebigen Welt mit immer komplexeren Themen sieht das Döbler-Team gerade dort seinen Auftrag. „Wir möchten als verlässlicher und vertrauensvoller Partner für unsere Kunden agieren. Dazu gehört für uns, dass wir uns neben unserem Kerngeschäft genau damit auseinandersetzen und unseren Kunden signalisieren, dass wir mit ihnen gemeinsam in die Zukunft gehen“, betont Ronald Eckert und ergänzt: „Außerdem wollten wir eine Möglichkeit des Netzwerkers, Kennenlernens und Wiedersehens schaffen und neue Impulse für das Marketing bieten.“ Ein Mehrwerttag sozusagen als „informelle Erweiterung“ der Geschäftsbeziehungen und Förderung interdisziplinärer Kontakte. Eine Rolle, die den Werbeartikelprofis aus Oststeinbek als Berater und Vermittler zwischen Industriekunden und Herstellern jeden Tag zukommt. Mit der GolfRange Hamburg Oststeinbek wurde die passende Location gefunden, die all das in sich vereinigt, woran dem Döbler-Team gelegen war und ist: ein entspanntes Ambiente, um persönliche und geschäftliche Kontakte zu vertiefen und ein Networking durch intensive Gespräche zu ermöglichen, sowie ein sportiver und genussreicher Rahmen – inklusive Golf-



Fester Termin im Event-Kalender

Der Mehrwerttag soll keine Eintagsfliege sein. Im Gegenteil: Im Idealfall soll er sich zu einem wiederkehrenden Kundenevent entwickeln, das regelmäßig stattfindet und sich als zusätzliches Format im „Werbeartikel-Event-Kalender“ der Döbler-Kunden fest etabliert. Die Vorzeichen dafür stehen gut, denn die meisten Gäste verabschiedeten sich nach dem ersten Mehrwerttag mit der Vorfreude auf eine Fortsetzung im kommenden Jahr. Und auch bei Döbler selbst sieht man gute Gründe für Neuauflagen: „Wir finden es schon sehr wichtig, über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen und unsere Kunden über zukunftsrelevante Themen beständig zu informieren.“ <<

Alle Bilder: © Döbler / Axel Schmies



Schnupperrunde, die für eine abwechslungsreiche Auflockerung sorgte, und lukullische Gaumenfreuden durch Frühstück-Snacks und Business-Lunch. Ein Mehrwerttag für alle Sinne.

Mit Mehrwert mehr(ere) erreichen

Eine wesentliche Idee hinter dem Mehrwerttag war für das Döbler-Team auch, allen interessierten Kunden gleichzeitig an einem Tag jede Menge Know-how für ihr Business zu vermitteln. „In unserem Alltag erreichen wir ja immer nur einen Kunden nach dem anderen“, nennt Ronald Eckert einen entscheidenden Faktor. Der Mehrwerttag verspricht dagegen einen Multiplikator-Effekt. „Wir sehen uns bestätigt, dass die Themen, mit denen wir uns ohnehin befassen, ja befassen müssen, auch für unsere Kunden relevant sind.“ Diese Bestätigung hat das Döbler-Team auch durch die ausnahmslos positive Reaktion seiner Gäste erhalten. Sehr gute Resonanz und Rückmeldungen gab es dabei sowohl für das Konzept als solches, als auch für die Vorträge, deren Reihenfolge und Inhalte. „Uns wurde alles in allem ein rundum gelungener Tag bestätigt, die Verpflegung war super und der Austausch mit und untereinander wurde als überaus wertvoll bezeichnet“, freut sich Ronald Eckert über den Premierenerfolg der Veranstaltung.

Benefits des Mehrwerttags

- Auch wenn die Begeisterung für den Werbeartikel und die Inspiration für haptische Konzepte nicht fehlen dürfen, sollten sie am Mehrwerttag jedoch durch Best-Practice-Beispiele von Döbler-Kunden für Döbler-Kunden entstehen.
- Die Best-Practice-Beispiele wurden zwischen den Vorträgen platziert und von den jeweiligen Kunden selbst vorgetragen.
- Da bewusst auf eine Produktshow verzichtet wurde, konnten die Gäste ihren Fokus ganz auf die Vorträge richten.
- Der Ansatz, weg vom klassischen Werbeartikel zu gehen und stattdessen einen „Mehrwert“ rund um Marketingthemen zu bieten, hat bestätigt, dass das Interesse gerade aufgrund sich stark verändernder Themen und Systeme sehr hoch ist.



Unbegrenzte Auswahl – unbegrenzte Möglichkeiten

One Group. Unlimited CHOICE.

Wenn die Tage kürzer werden, die Blätter ihre Farbe verlieren und der November trübe Tage schickt, laden die Unternehmen der CHOICE-Gruppe zur traditionellen Präsentation der bunten Vielfalt ihrer neuen Kollektionen für das kommende Werbeartikeljahr.

Dieses Mal stand die Vorstellung der „Highlight-Produkte“ für 2025 unter dem Motto „One Group. Unlimited CHOICE“ – ein Motto, das die unbegrenzte Auswahl und die unbegrenzten Möglichkeiten, die die Gruppe bietet, thematisiert. Im Rahmen des schon bewährten Formats eines Pressebrunchs gaben die Geschäftsführenden der sechs CHOICE-Schwestern Gustav Dai-

ber, Karlowky Fashion, FARE Halfar, SND Porzellan und mbw über die Neuheitenschau hinaus auch wieder tiefere Einblicke in die Entwicklungen der Branche und ihrer Unternehmen und informierten zudem über strategische Schwerpunkte und herausfordernde politische Rahmenbedingungen.

Innovationen für Beruf und Witterung

Als Gastgeber fungierte wiederum der Remscheider Werbeschirmspezialist FARE, dessen Showroom zum Schauplatz der wichtigsten Neuheiten der CHOICE-Unternehmen umfunktioniert wurde. Den Anfang machte Kenny Kupka, Vertriebsleiter des Traditionsunternehmens Karlowky Fashion, deren Berufsmodekollektion auch 2025 weiter auf eine Kombination aus moderner Funktionalität, zeitgemäßem Design und nachhaltigen Materialien setzt. Anschließend demonstrierten FARE-Geschäftsführer Volker Griesel und sein Prokurist Günter Schmidt anschaulich, dass ihr Unternehmen in Sachen Werbeschirme im Laufe seiner 2025 auf 70 Jahre sich rundenden Entwicklung immer wieder überrascht in der Kreation neuer, innovativer Modelle.

Nachhaltig und kunstreich Schönes

Auch Kathrin Stühmeyer-Halfar, assistiert von ihrem Mann und Geschäftsführungspartner Armin Halfar, hatten innovative Produktneuheiten mitgebracht und zeigten erneut auf, wie beim Taschenspezialisten Verantwortung und Fashion

Die CHOICE-Protagonisten machten neugierig auf zahlreiche Neuheiten. Oben von links: Günter Schmidt (FARE), Silke Eckstein (SND), Armin Halfar und Kathrin Stühmeyer-Halfar (Halfar), Kai Gminder (Gustav Daiber), Volker Griesel (FARE). Unten von links: Kenny Kupka (Karlowky), Henrike Stegmann und Jan Breuer (mbw).



Wahren künstlerischen Anspruch vermittelt die neue Porzellanmarke „mittelpunkt.“ der SND PorzellanManufaktur, präsentiert von Geschäftsführerin Silke Eckstein.



Kai Gminder, Geschäftsführer der Gustav Daiber GmbH, zeigte eine Auswahl an neuer hochwertiger und moderner Corporate Fashion.

Die Gastgeber der Neuheiten-Vorschau, FARE-Geschäftsführer Volker Griesel und Prokurist Günter Schmidt, hier mit einigen Modellen der AC-Stockschirm-Reihe FARE® Impressions.



Hand in Hand gehen. Unter den 16 alle im eigenen Haus designten Neuheiten für 2025 sticht besonders der schicke Shopper MONO hervor, gefertigt aus einem Material und zu 100 Prozent recycelbar. Geschäftsführerin Silke Eckstein von der SND Porzellanmanufaktur konnte unter anderem von einem „besonderen Projekt“ berichten: die kreative Erweiterung ihrer neuen Porzellanmarke „mittelpunkt.“. In unterschiedlich akzentuierten Kollektionen vermittelt „mittelpunkt.“ in kunstvoller Anmutung „Die Schönheit der Natur auf Porzellan“.

Neue Gute-Laune-Akzente und prima Corporate Fashion

Auch mbw begeht 2025 ein „halbrundes“ Jubiläum und wird 45 Jahre jung. Jung und von frischen neuen Akzenten durchsetzt gibt sich auch das Sortiment des Gute-Laune-Produkte Unternehmens aus dem hohen (deutschen) Norden, darunter die neuen Schmoozies® Evergreenies® und neue Lizenzprodukte wie „Die Biene Maja“ oder die „Oktoberfestente“. Auch die nachhaltigen Kuscheltiere, der vielseitige Herr Bert und die Hundespielzeug-Serie bekommen Zuwachs. Last but not least zeigte Kai Gminder, Geschäftsführer der Gustav Daiber GmbH, eine Auswahl an neuer hochwertiger, moderner und auf Nachhaltigkeit bedachter Corporate Fashion: Everyday-Essentials, Klassiker für Business und Promotion sowie Fleece- und Mantelmodelle für jede Jahreszeit.

Ausblick auf 2025

Einen Überblick über die Erwartungen, welche unter anderem auch die CHOICE-Protagonisten an 2025 knüpfen, wie sich der Markt ihrer Ansicht nach in politisch wie wirtschaftlich nicht einfachen Zeiten voraussichtlich entwickeln wird und welche Pläne sie mit ihren Unternehmen verfolgen geben die Stimmen in unserer FOKUS-Rubrik ab Seite 28 in dieser Ausgabe..

Die „Highlight-Produkte“ der CHOICE-Präsentation stellen wir auf den folgenden Seiten ausführlich vor. >>



Mbw-Geschäftsführer Jan Breuer mit einem der neuen Schmoozies® Evergreenies®.



Weitere Neuheiten an stylischer Berufsmode seines traditionsreichen Unternehmens hatte Karlowky-Vertriebsleiter Kenny Kupka mitgebracht.

Kathrin Stühmeyer-Halfar und Armin Halfar, Geschäftsführer ihres Unternehmens Halfar System, mit dem neuen Shopper MONO, gefertigt aus einem einzigen Material.



Gustav Daiber GmbH

Essentials treffen ausdrucksstarke Styles

Von bequemen Basics über kontrastreiche Hingucker bis hin zu Highlights wie winterlicher Outdoor-Bekleidung: Zu den Neuzugängen zählen zahlreiche Crossover Styles, die Arbeit und Freizeit modisch verbinden, Klassiker für Business und Promotion sowie eine erweiterte Größen- und Farbvielfalt – abgerundet durch modische Headwear für jedes Wetter.

Mit den Neuprodukten bietet Daiber eine noch größere Auswahl an hochwertiger und moderner Corporate Fashion, die sich vielseitig im Job und darüber hinaus kombinieren lässt. Dabei überzeugt das erweiterte Produktportfolio neben komfortablen, modischen Ba-

sics mit ausdrucksstarken Styles und wärmender Outdoor-Bekleidung. So zählen neue Oversized-Produkte, Interlock-Artikel und Oberbekleidung wie eine College-Jacke oder Wintermäntel zu den Highlights der Kollektion 2025. Ein Großteil der Neuprodukte ist zudem aus umweltfreundlichen Materialien wie Bio-Baumwolle oder recyceltem Polyester gefertigt, worauf Daiber auch weiterhin besonderen Wert legt.

Everyday-Essentials für jede Körperform

Besonders vielseitige Basics erweitern im neuen Jahr das Sortiment, angefangen mit dem Ladies'/Men's T-Shirt 1:1 Rib (8039/8040). Das vielfältig einsetzbare T-Shirt aus weichem 1:1 Feinripp besteht aus 100 Prozent Bio-Baumwolle und schmeichelt mit einer körpernahen Schnittform der Figur. Wer einen Oversized-Fit bevorzugt, kann sich gleich über drei Unisex-Neuprodukte freuen: das Oversized-T UNISEX (8041), das Oversized Sweat UNISEX (8042) und die Oversized Hooded Jacket UNISEX (8043). Alle drei Neuheiten bieten dank Elasthan-Anteil eine hohen Tragekomfort und lassen sich vielseitig kombinieren.

Zwischen Interlock und Colour-Block

Ergänzend zu den Basics nimmt Daiber auch neue Styles für einen ausdrucksstarken Look in die Produktpalette auf. Allen voran die neuen Interlock-Artikel, die zu den Highlights der Kollektion 2025 gehören. Einer von ihnen ist der Ladies'/Men's Hoody Interlock (8045/8046). Der stylische Hoody aus einer angenehmer Materialmischung aus Bio-Baumwolle und pflegeleichtem, recyceltem Polyester ist mit zwei zusätzlichen Reißverschlusstaschen ausgestattet. Die formbeständige Interlockqualität kombiniert mit Elasthan-Anteil sorgt zudem für eine bequeme Passform. Die Variante für Frauen ist dabei leicht tailliert. Ebenfalls neu im Portfolio sind die dazu passende Hose (8047) und Shorts (8048) im selben Look. Darüber hinaus sorgen die neuen Colour-Block-Artikel für einen farbenfrohen Tragekomfort.



Die Ladies'/Men's Winter Jackets (JN1369/JN1370) spenden wohlige Wärme und sind dank dreifachen Steppnähten besonders robust.



Die neuen Interlock-Artikel zählen zu den Highlights der Kollektion 2025. Einer davon ist der Ladies'/Men's Hoody Interlock (8045/8046).



Die neuen Colour-Block-Artikel sorgen für einen farbenfrohen Tragekomfort. So beispielsweise das Single Jersey T-Shirt Colour-Block UNISEX (8049) aus Bio-Baumwolle.



Klassiker für Business und Promotion: Zwei neue Hemden in unterschiedlichen Passformen runden das bestehende Sortiment ab.

Klassiker für Business und Promotion

Für einen professionellen Auftritt dürfen auch echte Klassiker nicht fehlen. So runden zwei neue Hemden in unterschiedlichen Passformen das bestehende Sortiment ab: das Ladies'/Men's Shirt – SLIM FIT – (JN1371/JN1372) und das Ladies'/Men's Shirt – MODERN FIT – (JN1373/JN1374). Beide Neuprodukte bestehen aus einem angenehmen Materialmix aus Baumwolle, Polyamid und Elasthan und sind mit einem abgerundeten Saum sowie einer doppellagigen Schulter- und Rückenpasse ausgestattet. Beide Hemden in feiner, elastischer Popeline-Qualität eignen sich ideal für die Arbeit im Büro oder im Bereich Promotion.

Von Fleecejacke bis Wintermantel

Um bestens gerüstet für jede Jahreszeit zu sein, bietet Daiber eine noch größere Auswahl an modischen Jacken mit funktionalen Details. Ideal für die Übergangszeit und alle, die zeitlose Designs schätzen, sind die Fleece Jacket – Corduroy Look (JN1870). Die Unisex-Jacke in Cordoptik besteht aus einem strukturierten, sehr weichen Oberstoff aus Polyester und hält dank Innenseite in Teddy-Optik und einem Stehkragen angenehm warm. Für einen stylisch-sportlichen Auftritt in den Bereichen Promotion und Lifestyle sorgt die College-Jacket UNISEX (8044), die mit einem Materialmix aus gekämmter, ringgesponnener Bio-Baum-

wolle und recyceltem Polyester überzeugt. Auch für niedrige Temperaturen hat Daiber die passenden Begleiter: So spendet der Ladies'/Men's Winter Short Coat (JN1367/JN1368) aus 100 Prozent recyceltem Polyester und mit verstellbarer Kapuze wohlige Wärme. Ebenso die Ladies'/Men's Winter Jacket (JN1369/JN1370), die kürzere Variante mit abnehmbarer Kapuze. Sowohl Wintermantel als auch -jacke sind dank dreifachen Steppnähten besonders robust. Beide Neuprodukte sind zudem voluminös gesteppt und mit Sugeno, einer umweltfreundlichen Alternative zur herkömmlichen Daune, gefüllt.

Accessoires runden den Look ab

Das Produktportfolio im Bereich Headwear und Accessoires wird ebenfalls erweitert. Neu dazu kommt die hochwertige 6 Panel Cap Bio Cotton (MB6249) mit ungebürsteter Oberfläche, die sich auch optimal für sonnige Tage eignet. Für einen besonders modischen Look in der kälteren Jahreszeit sorgt die gestrickte Fisherman Beanie (MB7408). Auch die Bio Cotton Winter Beanie (MB7409) überzeugt mit ihrem Ripp-Design. Mit extra langer Mützenhöhe ohne Umschlag rundet die neue Bio Cotton Casual Beanie (MB7410) jedes Outfit lässig ab.

Mehr Größen- und Farbvielfalt

Neben den Produktneuheiten präsentiert der Corporate-Fashion-Hersteller Daiber auch eine erweiterte Größen- und Farbauswahl. So wird das Hooded Sweat (JN047) um die Größe 3XL erweitert. Außerdem wird es die Men's Winter Softshell Jacket (JN1000) ab 2025 in Navy und Schwarz zusätzlich in den Größen 4XL und 5XL geben. Darüber hinaus wird die Ladies'/Men's 5-Pocket-Stretch-Pants (JN3001/JN3002) auch in den klassischen Farben Navy und Schwarz erhältlich sein und lässt sich so vielfältig kombinieren. Abschließend wird die Garment Bag (JN5630) überarbeitet und mit neuem Logo in Schwarz verfügbar sein. Der strapazierfähige Kleidersack mit hochwertiger Stickerei bietet Platz für acht bis zwölf Kleiderbügel. **Alle Bilder: Gustav Daiber**

Eines der Highlights der Kollektion 2025: Die College-Jacket UNISEX (8044) von Daiber sorgt für einen stylisch-sportlichen Auftritt.



FARE – Guenther Fassbender GmbH



Gut beschirmt bei jedem Wetter

2025 begehen die (Werbe-)Schirmspezialisten der FARE – Guenther Fassbender GmbH ihr 70-jähriges Bestehen. Qualität, eine lange Nutzungsdauer und eine große Werbefläche machen seit sieben Jahrzehnten einen FARE-Schirm aus. Neben der Beständigkeit dieser Qualitätsmerkmale haben sich FARE-Schirme im Laufe der Zeit konsequent weiterentwickelt.

Un diesen Jahren sind immer wieder neue Innovationen entstanden: ob Zusatznutzen wie zum Beispiel integriertes LED-Licht für bessere Sichtbarkeit, neue Möglichkeiten der individuellen Veredelung bei kleinen Stückzahlen (Allover Xpress Service) und auch der Einsatz neuer nachhaltiger Materialien. „Auch jetzt richten wir unseren Blick weiter in die Zukunft und beschäftigen uns mit Verbesserungen, Mehrwerten, Einsatz von nachhaltigen Materialien und neuen Technologien. Es bleibt also spannend und die Frage: Wie wird wohl der Schirm der Zukunft aussehen?“, so Geschäftsführer Volker Griesel.

Gute Laune auch bei Regen

Außen neutral, innen emotional: der AC-Stockschirm FARE® Impressions (1193) sorgt mit seinem farbigen Innendruck für einen echten Aha-Effekt. Im geschlossenen Zustand scheint er ein einfacher, schwarzer Stockschirm zu sein, nach dem Öffnen zeigen sich tolle Motive, die für gute Laune sorgen – auch bei Regenwetter. Jetzt gibt es sechs neue ansprechende Motive für unterschiedlichste Anlässe: das Feuerwerk-Design ist hervorragend für Jubiläen und Feste einsetzbar, das „Thank you“-Motiv, um Kunden oder Mitarbeitern einfach mal „Danke“ zu sagen. Der Außenbezug ist neutral schwarz gehalten und beschichtet – ideal für eine Veredelung auf einem bis zu acht Segmenten. Die schwarze Beschichtung spendet außerdem zuverlässig Schatten an heißen Tagen. Die bewährte FARE-Qualität findet sich auch bei den FARE® Impressions wieder: Dank der komfortablen Automatik-Funktion lassen sich die Schirme schnell öffnen. Das hochwertige Windproof-PLUS-System sowie die flexiblen Fiberglasschienen sorgen für eine maximale Gestell-Flexibilität bei stärkeren Windböen. Weitere Qualitätseigenschaften sind der Soft-Touch-Rundhaken Griff mit integrierter Auslösetaste und Werbeanbringungsmöglichkeit (bereits ab 48 Stück). Alle acht Motive sind ab Lager verfügbar.



Auch beim beliebten Strand-Sonnenschirm Travelmate Camper FARE® bietet FARE Allover Xpress Service an: Vollflächig mit Wunschkennzeichnung bedruckt schon ab 100 Stück.



Außen neutral, innen emotional: der AC-Stockschirm FARE® Impressions (1193) sorgt mit seinem farbigen Innendruck für einen echten Aha-Effekt – jetzt mit sechs neuen Motiven.

Superleicht und kompakt

Superleicht und kompakt und dabei mit vielen technischen Features ausgestattet: der neue AOC-Mini-Taschenschirm FiligRain Only200 (5462). Dank der Doppelautomatik lässt er sich komfortabel öffnen und schließen, das hochwertige Windproof-PLUS-System sorgt dafür, dass er selbst stärkeren Windböen standhält und das wassersparende gefärbte Polyester-Pongee waterSAVE® Bezugsmaterial aus recycelten Kunststoffen macht ihn zu einem nachhaltigen Werbemittel. So viel Technik steckt in gerade einmal 26cm geschlossener Länge und 200g. Damit ist er handtaschentauglich und der kleinste und leichteste Schirm mit einer Doppelautomatik aus dem Hause FARE.

Der AOC-Oversize-Taschenschirm Magic Windfighter® Carbon 2.0 (5696) mit extra großem Durchmesser und Griff in edler Carbon-Optik.



www.fare.de



Eins der neuen beliebten Windfighter®-Modelle ist der AOC-Gäste-Taschenschirm Jumbomagic® Windfighter® 2.0 (5602) für zwei Personen.

Standhaft im Wind

Die beliebten Windfighter®-Modelle sind echte FARE-Klassiker und gleich drei Modelle erweitern 2025 das Produktsortiment: der AOC-Gäste-Taschenschirm Jumbomagic® Windfighter® 2.0 (5602) für zwei Personen (in sechs Farben), der AOC-Oversize-Taschenschirm Magic Windfighter® 2.0 (5692) mit extra großem Durchmesser (in sechs Farben) und der AOC-Oversize-Taschenschirm Magic Windfighter® Carbon 2.0 (5696) mit extra großem Durchmesser und Griff in edler Carbon-Optik (in Schwarz). Technisch bieten die drei sturmerprobten Schirm-Modelle eine komfortable

Doppelautomatik, ein hochwertiges Windproof-PLUS-System mit äußerst flexiblen Fiberglasschienen und zusätzlich einen überlappendem Ventationsbezug, der für die Regulierung von Überdruck durch stärkere Windböen sorgt. Alle drei Modelle sind mit einem Futteral mit hochwertigem Zipper ausgestattet, der Bezug aus wassersparendem gefärbtem Polyester-Pongee waterSAVE® Material aus recycelten Kunststoffen hergestellt und der Griff wurde aus recyceltem ABS aus der EU gefertigt.

Individuell ab 100 Stück

Mit dem FARE® Allover Xpress Service lässt sich ein FARE®-Regenschirm mit Wunschkennzeichnung schon ab 100 Stück individuell vollflächig bedrucken. Ab sofort bietet FARE diesen Service auch beim beliebten Strand-Sonnenschirm Travelmate Camper FARE® Allover Xpress (76139) an. Dabei können Kunden zwischen zwei Möglichkeiten wählen: einem vollflächigen Außendruck bei dem das Motiv innen durchscheint oder einem vollflächigen Innendruck mit außen schwarz beschichtetem Bezug der sich für eine zusätzliche Werbeanbringung eignet.

Nicht nur bei Regen

Auch das Sonnenschirm-Sortiment und das entsprechende Zubehör wird stetig erweitert. Damit beweist FARE, dass das Unternehmen nicht nur Spezialist für qualitativ hochwertige Regenschirme ist, sondern auch für qualitativ hochwertige Sonnenschirme. Die Werbeanzeige aus dem Hause FARE bieten Schutz für jedes Wetter.

Halfar System GmbH

Richtig gute Ideen

CHOICE Preview 2025



Ein Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft: der schicke Shopper MONO, gefertigt aus einem einzigen Material.

Bei den neuen Taschen der Bielefelder Marke HALFAR® zeigt sich einmal mehr, wie Verantwortung und Fashion zusammen gehen. Bei Materialwahl und Design beweist der Taschenexperte sein Finger-spitzengefühl für recyceltes Material, das mit hoher Funktionalität verschiedenen Optiken begeistert – ob als uriger Filz oder glänzendes Polyester.

Neben sechs Neuheiten aus dem Herbst 2024 bringt Halfar sechzehn weitere Taschen-Neuheiten im Januar 2025 auf den Markt. Darunter sind Weiterentwicklungen von Bestsellern und ganz neue Serien, spezielle Materialien, smarte neue Funktionen und viele trendige Farbtöne – hier ein kleiner Überblick.

MONO Richtung Kreislaufwirtschaft

Ganz neu und eine Revolution in Sachen nachhaltigen Produktdesigns stellt der neue MONO dar: der Shopper mit der attraktiven Strickoptik und den Trendtönen ist aus nur einem einzigen Material gefertigt, vom Henkel bis zum Boden, vom Garn bis zum Etikett. Damit ist der Shopper MONO ein großer Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft und eine willkommene Innovation für den Werbemittelmarkt.

Filz für Büro und Bike

Diese Kollektion aus recyceltem Filz erobert neue Zielgruppen und Märkte. Denn sie kombiniert das warme, gefällige Material mit knallharten Features. Gemacht für das mobile Arbeiten und den urbanen, nachhaltigen Lifestyle. • Technisch durchdacht und überraschend mit all seinen Funktionen ist der Organizer PROFESSIONAL aus Filz: diese Tasche lässt sich samt Laptop zum vollständigen Arbeitsplatz aufklappen und bietet so Schutz vor neugierigen Blicken – ein echtes Highlight der neuen Kollektion. • Gut sortiert lässt es sich auch mit dem Inlay MODERNCLASSIC arbeiten, das als Organizer begeistert. Mit vielen Schlaufen, individuell einstellbaren Fächern und einem Handgriff wird es zum Stauraum für Office-Schreibtisch, Werkbank, Hobbyraum und mehr. • Die wichtigen Dinge des Alltags gebündelt zusammenzuhalten, diese Aufgabe übernimmt auch die neue Reißverschluss-Tasche MODERNCLASSIC. • Filz, Fahrrad und Funktion bringen die Bielefelder ganz neu mit der Filz-Lunchbag SOFTBASKET zusammen. Diese kleine Kühltasche bietet genug Stauraum für ein Sixpack und lässt sich am Radlenker anbringen oder als Schulter- oder Handtasche tragen. Sie ist auch aus recyceltem Polyester in verschiedenen Farben erhältlich. • Besonders fein und minimalistisch: der Filz-Rucksack MODERNCLASSIC.

Er wirkt durch seine geradlinige Form, die hochwertige Metallschließe und den aufwändig gesteppten Rücken.

Rucksack-Spezialitäten

Für alle, die Radfahren lieben, hat HALFAR® den neuen Fahrradricksack ORBIT im Programm. Am Recycling-Obermaterial perlt Regen ab. Dank wasserdichter Reißverschlüsse ist dieser Notebook-Rucksack vielen Wetterlagen gewachsen. Sein besonderer Clou: Er lässt sich sowohl auf dem Rücken tragen als auch einfach am Gepäckträger. Und das Airtag-Fach sorgt jederzeit für schnelles Wiederfinden der Tasche. • Das bietet auch der Rucksack BASIC aus recyceltem Gewebe, der durch seine Budgetfreundlichkeit begeistert. Die Ergänzung der bekannten, bunten Taschenfamilie BASIC ist ideale Prämie oder Merchandise-Artikel für Hochschulen, junge Labels oder preisbewusste Marken. • Mit seinem soften Verbundmaterial wird der neue METRO-Rucksack zum Handschmeichler und zur Augenweide. Sein lässiges Design mit Wickelverschluss und Metallschließe und die modische Farbauswahl machen ihn zum Allrounder. • Markanter Profi unter den neuen Rucksäcken ist der Notebook-Rucksack FLEX. Seinen wertigen Auftritt verdankt er dem nachhaltigen Recyclematerial, dem Veloursfutter und seinem geradlinigen Design. • Groß und Klein bedienen die Zwilling-Rucksäcke STAR für Laptops und der kleinere STAR S. Ihr gefälliges textiles Material kommt durch die Ton-in-Ton Farbgebung aller Accessoires besonders zur Geltung.

Brandneu, spannend, kreativ

Als komplett neue Serie präsentiert HALFAR® die PURE-Taschen. Das Trio aus Gürteltasche, Laptop-Rucksack und Sport-/Reisetasche ist ein schönes Stück Design und Funktionalität für jeden Tag – auch für Regentage, dank recyceltem, wasserfestem Obermaterial und wasserdichten Reißverschlüssen. Natürlich PVC-frei! • Ums bequeme Tragen und schöne Überreichen geht es bei der neuen Thermobag BOTTLE. Eine praktische Kühltasche für Flaschen. • Über Zuwachs freut sich die sympathische ACTIVE-Familie. Der Reise-Rucksack ACTIVE bietet eine integrierte Work-Life-Balance: Er separiert zwei Hauptfächer voneinander und hat viel Platz für Technik und Co. Auch die neuartig gestaltete Notebook-Tasche dieser Serie steht für Big Business. Dank ihrer seitlichen Steckverschlüsse lässt sich ihr Volumen je nach Bedarf erweitern und bietet sogar auf dem Rad dank flexibel fixierbarem Hüftgurt besten Tragekomfort. • Auch die FLEX-Kulturtasche gesellt sich neu zum Rucksack dazu. Sie macht dank ihrer großen Öffnung den Inhalt leicht zugänglich. • Last but not least erweitern zwei Bestseller ihre Farbpalette: der Notebook-Rucksack ORBIT kommt in den neuen Trendtönen Olive und Grau daher, und der Shopper BLACKBASKET frischt mit Oliv, Grau und Beige nochmal richtig auf. <



Der Filz-Lunchbag SOFTBASKET: Diese kleine Kühltasche bietet genug Stauraum für ein Sixpack und lässt sich am Radlenker anbringen oder als Schulter- oder Handtasche tragen.

Groß und Klein bedienen die Zwilling-Rucksäcke STAR für Laptops und der kleinere STAR S.



Technisch durchdacht und überraschend mit all seinen Funktionen ist der Organizer PROFESSIONAL aus Filz.

Der Notebook-Rucksack FLEX. Seinen wertigen Auftritt verdankt er dem nachhaltigen Recyclematerial, dem Veloursfutter und seinem geradlinigen Design.



Als komplett neue Serie präsentiert HALFAR® die PURE-Taschen, ein Trio aus Gürteltasche, Laptop-Rucksack und Sport-/Reisetasche.



www.halfar.com

Karlowsky Fashion GmbH

Funktionalität und Mode vereint

Mit seiner neuen Kollektion 2025 geht Karlowsky Fashion in die Sortiments-Tiefe, pflegt seine Premiummarken und setzt dabei weiter auf eine Kombination aus moderner Funktionalität, zeitgemäßem Design und nachhaltigen Materialien, die für höchsten Tragekomfort und zeitlosen Stil steht.

Das traditionsreiche Unternehmen aus Sachsen-Anhalt überzeugt mit stylischer Berufsmode, die jederzeit höchsten Anforderungen an Qualität und Nachhaltigkeit gerecht wird. Mit seinen Marken DIAMOND CUT® und ROCK CHEF® ist Karlowsky Fashion im Premiumbereich der Gastronomie-Berufsmode unterwegs. Für Sterneköche wie Robin Pietsch oder Stefan Marquard sind die hochwertigen Kleidungsstücke nicht mehr aus ihrem Alltag wegzudenken. Um die Marken weiter zu stärken und um eine noch breitere Zielgruppe zu erreichen, erfahren beide Marken in der kommenden Saison eine große Kollektionserweiterung.

Vielfältig, funktional, elegant

DIAMOND CUT® verkörpert das Engagement von Karlowsky für Qualität und Innovation und ist oft bei bedeutenden Veranstaltungen im Einsatz. Die neuen Styles für DIAMOND CUT® sind noch ein gut gehütetes Geheimnis und werden in einem großen Launch auf der Internorga 2025 in Hamburg (14.-18. März 2025) erstmalig veröffentlicht. So viel kann aber gesagt werden: es wird vielfältig, funktional und hochgradig elegant.

Authentisches Lebensgefühl

Mit ROCK CHEF® hat Karlowsky vor mittlerweile 15 Jahren ein „wahres Brett“ an Authentizität und rebellischem Lebensgefühl für die Küche geschaffen. Die vor zwei Jahren re-launchte Stage2-Kollektion wird erweitert. Es wird zum einen neue Langarm-Modelle für Damen und Herren als Ergänzung zu den bestehenden Kurzarm-Kochjacken in den Farben Vintage Moos Green und Vintage Black geben. Auch stehen neue schwarze Kurz- und Langarm-Kochjacken startbereit. Diese Modelle ergänzen nicht nur den Farbumfang des Kochjacken-Sortiments, sondern komplettieren auch die bestehenden Schürzenmodelle Latzschürze und Bistroschürze in Schwarz.

Stylisch und höchsten Anforderungen an Qualität und Nachhaltigkeit gerecht: Auch Sternekoch Robin Pietsch setzt auf die Marke DIAMOND CUT® von Karlowsky Fashion.

Stil und Funktionalität für kalte Tage

Ob in der outdoorlastigen Gastronomie, etwa auf einer Alm oder bei der Patientenversorgung in der mobilen Pflege: an kühlen Tagen sind wärmende Jacken mit ausreichend Bewegungsfreiheit unerlässlich. Karlowsky präsentiert im kommenden Jahr leichte und funktionelle Hybrid-Jacken für Damen und Herren im sportlichen Stepp-/Webfleece-Design. Die Jacken kombinieren wärmende Funktionen mit außerordentlicher Bewegungsfreiheit und hoher Atmungsaktivität. Vorder- und Rückenteil der Jacken wirken wie gesteppt, kommen aber dank eines innovativen Ultraschallverfahrens ganz ohne Nadeleinstiche aus und sehen auch noch außergewöhnlich modern und cool aus. Der Clou: Die Produkte sind mit dem Nachhaltigkeitslabel Global Recycled Standard ausgestattet, da das verarbeitete Polyester zu 100 % aus GRS-zertifiziertem recyceltem Plastik besteht. • Als praktische Ergänzung für den Health&Beauty-Bereich finden sich neu im Sortiment zudem nachhaltige und strapazierfähige Langarmshirts für Damen und Herren. Besonders beliebt in Kombination mit Kurzarm-Kasacks werden diese bequemen Allrounder vor allen in kühlen Umgebungen, wie Krankenhäusern oder Arztpraxen getragen. Der Stretch-Anteil garantiert optimale Bewegungsfreiheit und angenehmen Tragekomfort. Die Shirts sind entwickelt für hohe Pflegeansprüche und ermöglichen eine gründliche und hygienische bei bis zu 95 °C. Natürlich ausgestattet mit dem Grünen Knopf und Global Recycled Standard.



Für den Servicebereich bietet Karlowsky zudem mit zwei neuen Holstern (KZB 4 & KZB 5) praktische Begleiter, die speziell für Kellner, Barkeeper und Servicekräfte entwickelt wurden.

Weitere Neuheiten und Erweiterungen

Auch im „normalen“ Gastro-Sortiment stellt Karlowsky wichtige Neuheiten vor. So werden im neuen Sortiment mit der Kinderlatzschürze in 13 kindgerechten Farben nun auch Kinder bedacht. Mit dieser Schürze können Kinder spielend einfach in verschiedene Aktivitäten einbezogen werden, z.B. Basteln und Malen, Kochen und Backen, Helfen im Garten, kreative Projekte in Schulen oder Kitas. Die Schürze verfügt zudem über einen Sicherheitsverschluss am Latzband, welcher ein schnelles Öffnen im Notfall ermöglicht. • Weiter erhält der Karlowsky-Klassiker, die Basic Pepitahose für Herren einen neuen, moderneren Schnitt sowie endlich ein weibliches Pendant. Die Karlowsky Pepitahosen sind die perfekten Begleiter für alle, die in der Küche Höchstleistungen erbringen. • Für den Servicebereich bietet Karlowsky zudem mit zwei neuen Holstern praktische Begleiter, die speziell für Kellner, Barkeeper und Servicekräfte entwickelt wurden. Die Holster sorgen für eine organisierte Aufbewahrung von Arbeitsutensilien und lassen sich durch den stabilen Gürteldurchzug, bei der KZB 5 sogar intuitivem Verschluss aus Klett, bequem und sicher tragen. <



Links: Karlowsky präsentiert im kommenden Jahr leichte und funktionelle Hybrid-Jacken für Damen und Herren (JF 6 & JM 12) im sportlichen Stepp-/Webfleece-Design.

Oben: Die Kinderlatzschürze in 13 kindgerechten Farben nun auch Kinder wird es in 2 Größen (S und M) geben, sodass Kinder von 3 bis 14 Jahren damit ausgestattet werden können.

www.karlowsky.de

mbw Vertriebsgesellschaft mbH

Erfolgsgeschichte mit Zukunft

Seit 45 Jahren steht mbw® als norddeutsches Familienunternehmen für hochwertige Werbeartikel, die bleibende Eindrücke hinterlassen. Transparenz, Verlässlichkeit und Ehrlichkeit sind dabei fest verankerte Werte, und bei der Qualität werden keine Kompromisse gemacht.

Im Jahr 2025 begeht mbw® sein 45-jähriges Jubiläum. Was 1980 in Wanderup mit den „Blinkis“ Reflektoren begann, hat sich zu einer vielfältigen Produktwelt entwickelt, die weltweit Freude in Büros, Messen und Haushalten bringt. Unter der Führung von Jan Breuer seit 2007 hat sich mbw® erfolgreich weiterentwickelt und kontinuierlich neue Trends gesetzt. Das Jubiläum ist nicht nur ein Rückblick, sondern auch ein Ausblick auf eine Zukunft voller kreativer Ideen und hochwertiger Produkte. „Gemeinsam mit Kunden und Partnern ist mbw® bereit, weiterhin neue Maßstäbe zu setzen“, blickt Jan Breuer zuversichtlich nach vorne.

Grüne Helden – auch ohne grünen Daumen

Auch im kommenden Jahr ist das Sortiment des Gute-Laune-Produkte Unternehmens wieder mit frischen neuen Akzenten versehen, von denen wir hier nur einige herausgreifen können. Wir beginnen mit den Schmoozies® Evergreenies®. Sie sind die perfekte Kombination aus charmantem Design und praktischer Funktion. Die neuen „immergrünen“ Modelle Monstera, Aloe Vera, Bogenhanf, Sukkulente, Tulpe und Kaktus bringen frische Energie auf jeden Schreibtisch und sorgen mit ihrer Mikrofaserunterseite für saubere Handy- und Tabletdisplays.

Neuen Trendfarben – nachhaltiges Kuschneln

Die beliebten Accessoires für MiniFeet® Kuschtierchen bekommen einen frischen Look: Die Mini-T-Shirts, Dreieckstücher und Schals sind in acht neuen Farben erhältlich.

Die moderne Palette umfasst trendige Pastelltöne und erdige Nuancen. Dank der vielfältigen Farboptionen lassen sich die Accessoires perfekt auf Unternehmensfarben oder besondere Anlässe abstimmen. Außerdem wird die Recycl-Serie von MiniFeet® erweitert: Mit dem RecycleElch und dem RecycleElefanten erobern zukünftig zwei neue, kuschelige Botschafter für nachhaltige Werte den Markt. Beide Tiere sind aus recycelten PET-Flaschen gefertigt. Mit ihrem umweltbewussten Design setzen sie ein Zeichen für Nachhaltigkeit, während gestickte Details wie Augen und Nasen zusätzliche Plastikteile überflüssig machen.

Effektives Marketing-tool: Die individuell ja nach Zielgruppe zusammengestellten Branchenboxen von mbw® - hier zum Beispiel für Garten oder Handwerk.



Kuscheligen Gruselspaß für die Herbstsaison versprechen die kleinen Mitglieder der „Halloween Gang“.

Schwimmen statt fliegen, plätschern statt summen: „Die Biene Maja“ und ihr bester Freund „Die Biene Willi“ wecken in neuer (Enten-)Form Kindheitserinnerungen.



Immergrün auch ohne „grünen Daumen“: die Evergreenies® aus der Schmoozies® Serie halten zudem Displays sauber.

Neu in der quietschfidelen SQUEEZIES®-Serie: die „Königin Berta“ und „Start-Up Bert“.



Die Recycl-Serie von MiniFeet® wird mit dem RecycleElch und dem RecycleElefanten erweitert.

Schwimmende Bienen – bierselige Enten

Es sind zeitlose Originale, nun auch in der beliebten Entenform: „Die Biene Maja“ und ihr bester Freund „Die Biene Willi“ wecken Kindheitserinnerungen. Als offizielle Lizenzprodukte sind sie unverkennbar. Bedruckt mit einem Logo oder einer Werbebotschaft bleiben sie nachhaltig in Erinnerung. Neu ist auch die Oktoberfest® Ente „Bavaria“: Nicht nur der Inbegriff bayerischen Charmes, sondern auch die erste offiziell lizenzierte Wiesn-Ente. Mit ihrem urbayrischen Aussehen sorgt sie für echte Hingucker. Wie auch die schwimmenden Bienen geht sie einzeln verpackt in einer hochwertigen Geschenkbox zum Kunden.

Gruselspaß für Jung und Alt

Pünktlich zur Halloween-Saison präsentiert mbw die Halloween Gang: Kuscheliger Kürbis, Fledermaus, Frankenstein und Mumie sorgen für gemütlichen Gruselspaß. Diese Plüschfiguren vereinen schaurig-heitere Atmosphäre mit kuscheligem Komfort und sind labtech-geprüft für sicheres Spielen. Vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten durch Druck auf Werbeflächen, Mini-T-Shirts, Dreieckstücher und Schals machen sie zu einzigartigen Werbeträgern.

Weitere Zuwächse

Auch die Herr Bert®-Serie wächst weiter: Mit den zwei neuen SQUEEZIES®-Figuren „Königin Berta“ und „Start-Up Bert“ wird die beliebte Serie um noch mehr kreative Stresslöser erweitert. Auch plüschig gibt's Zuwachs mit dem flauschigen Hamster Holly. Und das MiniFeet® Axolotl überzeugt durch weiches, hochwertiges Material und liebevolle Details. Mit einem Logo oder Slogan auf der Werbefläche oder personalisierbaren Accessoires wie Mini-T-Shirt, Dreieckstuch oder Schal, wird es zu einer originellen Werbegabe. Auch an die vierbeinigen Freunde ist gedacht: Mit den neuen Modellen „Mikrofon“, „Schraubenzieher“ und „Metalhand“ bietet MiniFeet® vielseitige Spielzeuge, die nicht nur Hunde begeistern, sondern auch Unternehmen als Werbemittel überzeugen. Ebenfalls Verstärkung bekommt die Schmoozies®-Kollektion: Mit den neuen Varianten bietet mbw noch mehr Auswahl an charmanten Displayreinigern.

mbw's Händler Offensive

Auch 2025 setzt mbw® auf umfassende Unterstützung seiner Händler. Mit Vertriebstools wie Branchen- und Themenboxen, Visualisierungen und Andruckmustern bietet mbw effektive Lösungen für Bemusterung und Akquise. Besonders erfolgreich war die Andruckmuster-Aktion auf der PSI, die von vielen Händlern genutzt wurde. Und im neuen Individualisierungsbereich können Kunden ihre Werbeartikel selbst gestalten und personalisieren. <

www.mbw.sh

SND PorzellanManufaktur

Die Schönheit der Natur

Bedruckte Becher und Tassen sind ideale Markenbotschafter. Die SND PorzellanManufaktur bietet entsprechende Schöpfungen voller Kreativität kurz: Porzellan, das veredelt Kontakte schafft. Und die neue SND-Porzellanmarke setzt nun auch künstlerisch reizvolle Akzente mit der Schönheit der Natur.

„mittelpunkt.“ auch den Schritt in den B2C-Markt gegangen. Gemeinsam mit vier anderen Frauen hat die Geschäftsführerin Silke Eckstein dazu ein ganz besonderes Porzellan entwickelt.

Kunstvolle Anmutung im „mittelpunkt.“

„Die Schönheit der Natur auf Porzellan“ ist die Leitlinie dieses außergewöhnlichen Sortiments. Heimische Flora und Fauna, in detailreichen Bleistiftzeichnungen umgesetzt, zieren die Becher, Teller, Platten und Schalen der Kernkollektionen „tierisch schön“ und „grünzeug“. Mit der Hand gespritzte, trendige Farben zeigen sich in der Kollektion „farbe pur“. Fünf weitere Kollektionen mit klangvollen Namen wie „gut beschrieben“, „oh du fröhliche“ und „punktlandung“ runden das Sortiment ab. Die Grundidee hinter „mittelpunkt.“: Alles lässt sich mit allem kombinieren. Und jeder kann sich so sein ganz individuelles Porzellan zusammenstellen. Oder verschenken. Apropos: Als hochwertige Gabe für Kunden und Mitar-

Die neue Porzellanmarke „mittelpunkt.“ bannt die Schönheit der Natur in kunstvoller Anmutung auf Becher, Teller, Platten und Schalen.



Die Individualisierung „Retro Spritzung & Gravur“ bringt keramische Retro-Optik auf hochwertiges und strapazierfähiges Porzellan.

beiter sind die Produkte dieser besonderen Marke natürlich auch bestens geeignet.

Keramische Retro-Optik in hochwertig und stabil

„Sie mögen die Optik von Keramikbechern, aber sie sind Ihnen zu empfindlich?“, fragt Silke Eckstein und hält eine ideale Lösung parat: Mit ihrer neuen Individualisierung „Retro Spritzung & Gravur“ bringt die SND PorzellanManufaktur die keramische Retro-Optik auf hochwertiges und sehr strapazierfähiges Porzellan. Für die Spritzung, die mit der Hand aufgebracht wird und deshalb immer ein bisschen anders ausfällt, kann man zwischen den fünf Farben Rot, Grün, Beige, Blau und Anthrazit wählen. Bei der Becherform zwischen den henkellosen Modellen Hamburg und Istanbul M. Die Gravur, mit der die Retro Spritzung kombiniert werden kann, ist als Teildekor möglich – also prima für ein Logo oder eine kleine Grafik geeignet: Fertig ist der ganz besondere, langlebige Werbe- oder Präsentbecher.

Geschirrserie Barcelona – Großstadtflair auf dem Tisch

Beim Frühstück auf dem Balkon vermischt sich der süße Hauch von Cacaolat mit der frischen Meeresbrise. Am Nachmittag weckt der Duft von frisch gebrühtem Café Tallat die von der Erkundung der Stadt erschöpften Lebensgeister. Und am Abend ist es das knusprige Brot mit Tomate und Knoblauch im Strandrestaurant, das uns auf die Nacht in der Metropole einstimmt: Die neue Geschirrserie Barcelona der SND PorzellanManufaktur bringt mediterranes Großstadtflair auf den Konferenztisch und ins Zuhause. Moderne und Tradition, Leichtigkeit und Kraft – so mühelos wie ihre Namensgeberin verbinden die geschwungenen Konturen des Porzellans vermeintliche Gegensätze. Und bieten mit einem Becher, Tassen, einer Schale und Tellern viel Raum für Ihre Werbebotschaften. <

Die neue Geschirrserie Barcelona der SND PorzellanManufaktur bringt mediterranes Großstadtflair auf den Tisch.

Tassen und Becher der Serie „Barcelona“.

Tassen der Kollektion „tierisch schön“ als Teil der Porzellanmarke „mittelpunkt.“, verziert mit kunstreichen Zeichnungen putziger Tiervertreter.

Seit 1995 ist BIC Graphic ein wichtiger Geschäftsbereich der BIC-Gruppe, der sich der Personalisierung von BIC®-Produkten widmet. BIC Graphic hat seinen Sitz in Tarragona, Spanien, und setzt das Erbe von BIC® in Bezug auf Qualität, Zuverlässigkeit und Erschwinglichkeit bei einer Reihe essentieller Produkte fort.

Personalisierte Werbeartikel „Made in Europe“

Hochwertig, zuverlässig, erschwinglich

Durch sein Engagement in den Bereichen von Innovation, kundenorientierter Werte und nachhaltiger Entwicklung hat BIC® Graphic eine starke Präsenz in ganz Europa, dem Nahen Osten und Afrika aufgebaut und bietet seinen Kunden kreative und wirkungsvolle Branding-Lösungen.

Eine neue Stufe der Personalisierung: BIC® Cristal® Expression

Mit der Einführung des BIC® Cristal® Expression bringt BIC Graphic eine hochgradig anpassbare Version des bekannten BIC® Cristal® Stifts auf den Markt, die werben den Marken „ein legendäres Produkt als einzigartiges Erzählwerkzeug bietet“, so das Unternehmen. Durch die Nutzung modernster Digitaldrucktechnologie behält der Cristal® Expression den klassischen transparenten Schaft und die charakteristische Kappe bei, die zu einem vielseitigen Markenbotschafter wird. Die Innovation ermöglicht es kulturellen Institutionen, Kunststätten und Unternehmen, ihre Geschichten wirkungsvoll Weise zu kommunizieren. Jeder Kugelschreiber erreicht bis zu 100 Personen und kann so die Markenbekanntheit steigern und eine Verbindung zum Nutzer schaffen. Mit der Kampagne „Brand an Icon“ hebt BIC Graphic den Wert der Personalisierung hervor und verstärkt die zeitlose Anziehungskraft des Cristal®-Designs mit modernen Personalisierungsoptionen.

Unvergessliche Momente mit dem BIC® EZ Reach™ Feuerzeug

Das BIC® EZ Reach™ Feuerzeug wurde als universelles Werkzeug entwickelt, um in verschiedenen Branchen wie

Hotels, Spa- und Wellness-Einrichtungen, Restaurants und Gastgewerbe bleibende Erinnerungen zu schaffen. Seine Personalisierungsoptionen umfassen Siebdruck und digitale Effekte mit BritePix™. Es ist so gestaltet, dass es bequem in eine Tasche passt und bis zu 900 Flammen erzeugt. Die Merkmale des Feuerzeugs konzentrieren sich sowohl auf Funktionalität als auch auf Sicherheit:

- Einfache Handhabung: Ein ergonomisches Design sorgt für Komfort und Benutzerfreundlichkeit.
- Sicherheit: Ein 3,5 cm langer Stab hält die Hände sicher von der Flamme fern und verfügt über eingebaute Kindersicherungsmechanismen.
- Langlebigkeit: Hergestellt aus Delrin® Material für eine lange Haltbarkeit.
- Tragbarkeit: Kompakt und leicht tragbar, überall einsatzbereit.

Mit dem EZ Reach™ Feuerzeug können Unternehmen und Marken bleibende Eindrücke schaffen und ihre Werte durch einen unverwechselbaren personalisierbaren Artikel vermitteln.

Ideenfang mit den BIC® Partner Notizbüchern

Die BIC® Partner Notizbuch-Serie bringt hochwertige, FSC-zertifizierte Notizbücher auf den Markt, die in Italien mit viel Liebe zum Detail und hoher Qualität hergestellt werden. Diese Kollektion vereint traditionelle Handwerkskunst mit modernem Design und bietet Kunden eine ideale Möglichkeit zum Festhalten von Ideen, zum Schreiben von Notizen und zur Förderung der Markenidentität. Die Personalisierungsoptionen umfassen Prägung, Heißprägung, Siebdruck und BritePix™, was jedes Notizbuch zu einer vielfältigen Fläche für Branding macht. Die Serie ist in drei Ausführungen erhältlich:

- Partner Hardcover Notebook (A5): ein Hardcover-Notizbuch, erhältlich in vier Farben, und 144 linierten Seiten aus FSC-Papier aus Eukalyptuszellulose, kurzen Fasern und hohem Weißgrad. Dieses Notizbuch verfügt über ein patentiertes hartes und gleichzeitig flexibles Einbandsystem, das ein einfaches Nachschlagen ermöglicht.
- Partner Flex (A5): Eine Softcover-Option, die in drei Farben erhältlich und für den Transport konzipiert ist, mit 144 linierten Seiten FSC-Weißpapier.
- Partner FruitCover (A5): Der Einband besteht aus einer speziellen Mischung, die zu 39 Prozent aus Apfelabfällen besteht und in drei von der Natur inspirierten Farben erhältlich ist, während die Seiten aus FSC-Recyclingpapier und Elfenbeinfarbe bestehen.



Jedes BIC® Partner Notizbuch ist mit einem elastischen Verschluss, einer Stiftschleife und einem Lesezeichen ausgestattet und vereint Eleganz und Funktionalität für einen professionellen, bleibenden Eindruck.

Fokus auf Qualität und Nachhaltigkeit

In einem globalisierten Markt hebt BIC Graphic den Wert europäischer Produktion hervor. Für BIC Graphic ist „Made in Europe“ mehr als ein Label; es spiegelt ein Engagement für hoch-

wertige Materialien, Nachhaltigkeit und lokale Partnerschaften wider. Alle Produktkomponenten werden in Europa entworfen, bezogen und hergestellt und erfüllen hohe Standards für Qualität und Umweltverantwortung.

Umfassender Kundenservice

Dieses Engagement zeigt sich in der Produktionsstätte in Tarragona, die zu 100 Prozent mit erneuerbarer Energie betrieben wird, ISO-zertifiziert ist und den Gold-Status von EcoVadis erreicht hat. In Zusammenarbeit mit lokalen Lieferanten strebt BIC Graphic danach, Qualität und Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette aufrechtzuerhalten. Mit mehrsprachigen Teams und lokalem Kundenservice stellt man einen umfassenden Service sicher, ergänzt durch kürzere Lieferzeiten dank einer effizienten europäischen Lieferkette. Wie das Unternehmen versichert, bleibt BIC Graphic „geleitet von den Werten Design, Innovation, Verantwortung und Kundennähe, ein verlässlicher Partner für Marken, die wirkungsvolle Branding-Lösungen suchen“.

Klassiker und in seiner neuen Version innovativer Markenbotschafter: Der BIC® Cristal® Expression.



Mit viel Liebe zum Detail hergestellt: Die BIC® Partner Notizbücher.



Der brennt für die Werbung und unvergessliche Momente: das BIC® EZ Reach™ Feuerzeug.

1804 wurde der Grundstein für eines der ältesten Familienunternehmen Bayerns gelegt. Seitdem wurde die Firma Schöffel Generation für Generation, Schritt für Schritt mit viel Pioniergeist zu einem Sportbekleidungshersteller entwickelt, der eine Branche europaweit und nachhaltig geprägt hat. Wir stellen das Mitglied des PSI Netzwerks ausführlich vor.

Für eine individuelle textile Visitenkarte

Corporate Wear neu gedacht

Als „älteste Outdoorbekleidungsmarke der Welt“ genießt Schöffel eine hohe Bekanntheit und Beliebtheit als Premium-Anbieter für Ski-, Outdoor- und Bikebekleidung. Egal, ob Rennanzüge für den Weltcuperfolg oder die Jacke für die private Bergtour, bei jeder Produktentwicklung des Unternehmens steht der Mensch und seine individuellen Bedürfnisse im Mittelpunkt. So auch bei dem vor zwei Jahren gegründeten Tochterunternehmen, der Workwear- und Corporate Wear Marke Schöffel PRO.

Hochwertige Materialien – optimale Passform – perfekter Tragekomfort

„Geboren in der Natur. Geschaffen für die Arbeit. Mit unserem Know-how aus 50 Jahren Erfahrung in der Outdoorbranche, haben wir Schöffel PRO mit dem Ziel entwickelt, Arbeitskleidung funktioneller, aber auch individueller zu machen. Unsere Corporate- und Workwear-Kollektionen bieten den Trägerinnen und Trägern beste Unterstützung bei der täglichen Arbeit durch innovative Lösungen, hochwertige Materialien, optimale Passform und perfekten Tragekomfort“, sagt Thomas Bräutigam, Geschäftsführer Schöffel PRO GmbH.



Peter Schöffel, der das Unternehmen in siebter Generation leitet und Geschäftsführer Thomas Bräutigam. (v.l.)

Der repräsentative Showroom am Unternehmenssitz in Schwabmünchen.



Schöffel PRO denkt Arbeitsbekleidung neu und stattet Unternehmen ganzheitlich aus.



Die Kollektion Fendt by Schöffel PRO bietet Jackenmodelle für alle Jahreszeiten.



Die Workwear und Corporate Wear Marke Schöffel PRO verbindet Funktionalität mit Tragekomfort und ist auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden ausgerichtet.



Ein Funktions-T-Shirt aus der Merchandise-Kollektion Fendt by Schöffel PRO.

Unternehmen ganzheitlich ausstatten

Schöffel PRO denkt Arbeitsbekleidung neu und stattet Unternehmen ganzheitlich aus – ob fürs Büro, den Kundenbesuch oder die Messehalle. Die Corporate- und Workwear-Kollektionen sind in kurzer Zeit individualisierbar und lieferbar, bieten aber auch umfassende Anknüpfungspunkte für die Sonderproduktion einer ganz individuellen Mitarbeiterausstattung. Mit hochwertiger, funktioneller und individueller Arbeitsbekleidung können Unternehmen ihren Mitarbeitern Wertschätzung entgegenbringen und die Corporate Identity ihrer Marke optimal transportieren – als textile Visitenkarte und für den perfekten ersten Eindruck.

Individuelle Individualisierung

Schöffel PRO lebt Individualität, daher kann bei der Konfiguration des Wunschprodukts aus drei verschiedenen Individualisierungsstufen gewählt werden – ob für dezentes oder auffälliges Design, ob zur kurzfristigen Einkleidung oder für eine komplett individuelle Kollektion. Die Individualisierungsstufe 3 lässt keine Wünsche offen und das Kleidungsstück wird hier komplett in den Unternehmensfarben entwickelt (ab 500 Stück pro Artikel). Zudem wird der Kunde von einem professionellen Team betreut, erhält eine fundierte Planung, qualifiziertes Feedback und überzeugende, CI-konforme Designvorschläge. In puncto Farben sind laut Unternehmen keine Grenzen gesetzt – egal ob es sich um das Gewebe oder die Accessoires handelt.

Kollektion Fendt by Schöffel PRO

Erfolgreich auf seine individuellen Bedürfnisse ausgerichtet, hat dies das Unternehmen Fendt in seiner Merchandise-Kollektion, die jüngst um weitere individuelle Artikel im Co-Branding für seine Marken-Fans erweitert wurde. Zu

den Produkten der Kollektion Fendt by Schöffel PRO gehören die Jackenmodelle „Einsteiger“, eine funktionelle Softshelljacke, die Powerstretch-Fleecejacke „Einheizer“ sowie die leichte und kompakte „Zweijahreszeiten ZipIn“-Hybridjacke. Durch die ZipIn-Funktion ist die Jacke mit den Außenjacken-Modellen „Wetter-Fest“, „Schutzschild“ und „Wind&Wetter“ kombinierbar, wodurch eine perfekte Winterjacke entsteht. Für wärmere Temperaturen hat Fendt das „CIRC UV-Schutz T-Shirt“ von Schöffel PRO gewählt. Es ist atmungsaktiv, schnelltrocknend und besteht aus 100 Prozent recyceltem Polyester. Zudem ist es gemäß EN 13758-2 (Schutzeigenschaften gegen UV-Sonnenlicht) zertifiziert und bietet mit UPV 50+ höchsten Sonnenschutz.

Ökologische und soziale Verantwortung

Neben der Funktionalität, dem Tragekomfort und insbesondere innovativen, individuellen Lösungen steht das Thema ökologische und soziale Verantwortung bei Schöffel PRO im Vordergrund bei der Produktentwicklung. Mit der CIRC-Kollektion hat Schöffel PRO einen Nachhaltigkeitskreislauf geschaffen, der diesen Namen wirklich verdient: indem ausgemusterte Arbeitskleidung zurückgeschickt wird, kann diese zu Rohmaterial für neue Kleidungsstücke der CIRC-Kollektion aufbereitet werden. „Als Familienunternehmen in der siebten Generation steht bei Schöffel und somit auch bei Schöffel PRO der Mensch im Mittelpunkt, daher achtet man sowohl am Firmensitz in Schwabmünchen als auch in den Produktionsbetrieben in Asien gleichermaßen auf die Arbeitsbedingungen – belegt wird dies durch über ein Jahrzehnt Mitglied bei der Fair Wear Foundation“, so Thomas Bräutigam.

Über die Innovationen von Schöffel PRO können sich Besucher:innen am Stand 9H60 auf der PSI 2025 informieren und die Produkthighlights erleben. <

www.schoeffel-pro.com

Seit den 1960er Jahren ist TFA Dostmann Hersteller für langlebige und nützliche Werbemittel und langjähriger Aussteller auf der PSI. Wie vom Firmensitz in Reicholzheim verlautet, freut man sich erneut darauf, dort viele Neuheiten der Branche vorzustellen. Wie gewohnt werden Messgeräte präsentiert, die alltagstauglich und designstark sind.

Neuheitenvorstellung auf der PSI 2025

Langlebig – nützlich – designstark

Das TFA Produktportfolio umfasst über 1.000 Messgeräte, die hilfreiche Informationen liefern und Alltagsprobleme lösen, von Thermometern, Hygrometern und Wetterstationen bis hin zu Weckern, Uhren und Web-gestützten Smartphone-Produkten. Viele Produkte lassen sich durch gängige Druckverfahren als Werbemittel individualisieren. Die hauseigene Druckerei bietet neben modernen Digitaldruckmaschinen auch klassische Verfahren wie Sieb- und Tampondruck. Oberflächen aus Glas, Holz oder Aluminium werden per Lasergravur veredelt. Auf diesen Seiten zeigen wir eine Auswahl der Neuheiten, auf die sich die Besucher der PSI freuen können.

Wetter und Raumklima stets im Blick

Die Funk-Wetterstation CLEAR bietet eine umfassende Übersicht über die aktuelle Wetterlage und das Raumklima. Durch die kompakte Bauweise und ein klares Display fügt sich das Gerät dezent in verschiedene Umgebungen



Klein, kompakt und robust und zur schnellen Kontrolle von Batterien und Akkus verwendbar gibt sich der Batterietester.



Funk-Wetterstation CLEAR und Thermo-Hygrometer: Kompakte Lösungen für optimales Raumklima und Wettervorhersagen.

ein. Ob als Tischgerät oder zur Wandmontage – die Wetterstation lässt sich flexibel nutzen. Das Gerät verfügt über einen internen Sensor, der den Luftdruck misst und daraus präzise Vorhersagen über die zukünftige Wetterentwicklung ableitet. Ein externer Funksender mit einer Reichweite von bis zu 100 Metern liefert zudem Echtzeitdaten zu Temperatur und Luftfeuchtigkeit aus dem Außenbereich. Für den Innenbereich zeigt CLEAR das Raumklima an. Diese Informationen ermöglichen eine gezielte Regulierung der Temperatur und Luftfeuchtigkeit durch Heizen oder Lüften, was sowohl zur Vermeidung von Schimmelbildung als auch zur Reduzierung der Heizkosten beitragen kann. Optional lässt sich das System mit bis zu zwei zusätzlichen Thermo-Hygro-Sendern erweitern, um mehrere Räume wie den Weinkeller oder die Garage zu überwachen.

Kompakt und flexibel

Wer ein kleineres Gerät sucht, wird mit dem Thermo-Hygrometer eine gute Alternative finden. Das schlichte und

kompakte Design passt in jede Umgebung und ermöglicht eine einfache Kontrolle der Raumtemperatur und Luftfeuchtigkeit. Dadurch lässt sich ein behagliches und gesundes Wohnklima schaffen und gleichzeitig Heizkosten sparen. Das Thermo-Hygrometer kann flexibel platziert werden. Mit zwei kleinen Magneten auf der Rückseite haftet das Thermometer an Metallflächen. Möchten Sie das Gerät aufstellen, dann kommt der ausklappbare Ständer zum Einsatz. Die benötigte Knopfzellenbatterie ist bereits inklusive.

Red Dot prämierte Design-Wanduhr

Jährlich werden die besten Produktdesigns mit dem „Red Dot Award“ ausgezeichnet, wobei Funktionalität und Ästhetik im Fokus stehen. Die Wanduhr CLOCK IN THE BOX von TFA Dostmann erfüllt diese Kriterien und erhält den „Red Dot Award: Product Design“. Die Jury lobt das „wie aufgefächert wirkende Zifferblatt“ und den hohen dekorativen Wert der Uhr, die in vier Farbvarianten erhältlich ist. Die geräuschlose Uhr passt in verschiedene Wohnräume und eignet sich auch als Geschenk. Das Qualitätsuhrwerk läuft mit einer AA-Batterie, die etwa drei Jahre hält. Designer Andreas Brückner entwickelte die Uhr in Zusammenarbeit mit Axel Dostmann, um eine großformatige Uhr in einer kompakten Verpackung zu gestalten und den ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Die Verpackung enthält das Uhrwerk und 12 Zifferblatt-Steckteile, die mit Hilfe eines Video-Tutorials leicht zusammengebaut werden können. Brückner, mit dem TFA Dostmann seit über 25 Jahren zusammenarbeitet, entwarf die außergewöhnliche Uhr aufgrund seiner MS-Erkrankung ausschließlich durch Kopfsteuerung. Um die MS-Forschung zu unterstützen, spendet das Unternehmen für jedes verkaufte Exemplar einen Euro an die Deutsche Multiple Sklerose Gesellschaft.

Klein, kompakt und robust

Klein, kompakt und robust und zur schnellen Kontrolle von Batterien und Akkus verwendbar gibt sich der Batterietester. Er ist geeignet für die gängigsten Batterietypen, Knopfzellen (mit 1,2V / 1,5V / 3,0V) und 9V Blockbatterien. Da der BatteryCheck für die kurzzeitige Messung die Energie der zu prüfenden Batterie nutzt, benötigt er keine eigene Stromversorgung und ist immer einsatzbereit. Durch die Anzeige des Ladestatus und der Batteriespannung in Volt kann dann schnell und einfach entschieden werden, ob die Batterie noch ausreichend Power hat oder ausgetauscht werden muss.

Auf der PSI 2025 seit 1966

Mittlerweile gehört das Unternehmen, das Ende 2024 sein 60-jähriges Bestehen begehen konnte, seit mehr als 55



Die dekorative Wanduhr CLOCK IN THE BOX wurde mit dem Red Dot Award ausgezeichnet. Designer Andreas Brückner entwickelte die Uhr in Zusammenarbeit mit Axel Dostmann.

Jahren zu den Ausstellern. Jedes Jahr stellt das Familienunternehmen aus Baden-Württemberg auf der PSI zahlreiche Produkte vor, die aus dem Werbemittelangebot nicht mehr wegzudenken sind. Bereits in den 1960er Jahren produzierte das Unternehmen Hauswandthermometer, die gerne als Werbeträger genutzt wurden und heute noch überall zu sehen sind. Mit der Ergänzung um elektronische Messgeräte und Zeitmesser in den folgenden Jahrzehnten bietet TFA Dostmann heute eine umfangreiche Auswahl an langlebigen Werbeträgern für verschiedene Branchen und Zielgruppen und jedes Budget.

Innovationskraft und Zuverlässigkeit

TFA Dostmann hat sich durch seine Innovationskraft und Zuverlässigkeit als ein wichtiger Anbieter in der Werbemittelbranche etabliert. Das Unternehmen steht für hochwertige Produkte, die sich durch ihre Langlebigkeit und Funktionalität auszeichnen – wesentliche Eigenschaften für effektive Werbemittel. TFA Dostmann verbindet Tradition mit modernem Design und Funktionalität, was die Produkte nicht nur als Werbeträger attraktiv macht, sondern auch für den täglichen Gebrauch.

Die Neuheiten und „Klassiker“ werden am Stand A 17 in Halle 10 zu sehen und testen sein.

Alle Bilder: © TFA Dostmann GmbH & Co. KG

www.tfa-dostmann.de

Michael Weissenrieder hat die Weichen für sein Unternehmen Global Brand Concepts neu gestellt. Er und seine Frau Tanja, beide Gründer des heutigen, weltweit agierenden Unternehmens, haben sich Verstärkung ins Haus geholt. Boris Schwerdt ist seit vier Jahren als Geschäftsführer Vertrieb und Manuel Schick seit Februar 2024 als Geschäftsführer Teil der Geschäftsleitung.

Your brand in best hands

Wir haben das Ganze als Gespann gedreht



Spitzenleistung aus Rheinhessen – GBC erhielt mehrmals den Bosch Global Supplier Award. Die Führungsriege (v.l.): Boris Schwerdt, Manuel Schick, Tanja und Michael Weissenrieder.

Ortsgemeinde Monsheim im südlichen Rheinhessen. Ein idyllischer Ort, umgeben von Weinbergen, mit namhaften Winzern in der Nähe. Viel Grün, viel Natur, aber auch ein aufstrebendes Gewerbegebiet mit modernen Unternehmen. Wer über die Bundesstraße 271 in die Heimat von Global Brand Concepts einfährt, der sieht schon von weitem das große Firmengebäude mit dem runden Logo-Signal gbc auf orangenem Grund.

2017 ist Global Brand Concepts vom nahegelegenen Worms nach Monsheim gezogen: 1.500 Quadratmeter Bürofläche und 2.800 Quadratmeter Logistikfläche wurden nach höchstem Energiestandard (Industriestandard 55) errichtet. Aber irgendwie ist es schon wieder zu klein geworden,

seit im Lager eine rund 10 Meter lange Verpackungsmaschine des italienischen Herstellers CMC eingezogen ist. Die Maschine kann in der Spitze bis zu 800 Pakete unterschiedlicher Größe packen. Eine unglaubliche Erleichterung und Minimierung von Fehlerquellen in der Logistik. Wen wundert's, dass Manuel Schick, Maschinenbauingenieur und für die Organisation des Unternehmens zuständige COO, mit gewissem Stolz die neue Errungenschaft vorstellt und Details erklärt. „Der Aufbau war schon eine große Herausforderung, die Integration in die Software des Hauses aber eine noch größere“, betont er.

Mit Herausforderungen groß geworden

Herausforderungen hatte das rheinhessische Unternehmen immer zu bewältigen. Schon der Start im Jahr 1997 war mehr als nur eine Herausforderung. Alles begann mit dem tragischen Tod ihrer besten und langjährigen Freunde. Diese hatten eine veritable Importfirma mit klarer Ausrichtung auf China. Doch plötzlich standen alle Räder still – nichts ging mehr. Tanja und Michael Weissenrieder stellten sich der Verantwortung, zumindest die laufenden Geschäfte abzuwickeln, um auch das Andenken der Freunde zu würdigen und nicht zu Schaden kommen zu lassen. Was aus der Not geboren wurde, begann irgendwann Spaß zu machen und führte zur Gründung einer neuen Firma, die sich auch überwiegend dem Import von Werbemitteln widmete. Produkte für die Werbeartikelwirtschaft, aber auch Produkte für große Supermarktketten.

Fünf Standorte in drei Kontinenten

Lange dauerte es nicht, bis Industriebetriebe auf die Importfirma aufmerksam wurden und auf sie zukamen, um umfassend und international mit Werbemitteln und Logis-



Inspirierend: Showroom mit Aussicht über die rheinhessische Landschaft.

tik bedient zu werden. SAP mit Sitz in Walldorf war das erste Weltunternehmen mit Niederlassungen auch in Amerika. SAP hat Richtung und Wachstum enorm beflügelt. Heute reichern klangvolle Namen wie Allianz, Deutsche Telekom, Bosch, RWE, Continental, Uniroyal und Engel & Völkers die lange Liste namhafter Kunden an. Viele von ihnen sind weltweit aufgestellt und so wundert es nicht, das Global Brand Concepts (GBC) heute Niederlassungen in Hong Kong, Shenzhen, Mills River und Montreal – also fünf Standorte auf drei Kontinenten – hat und 35 Millionen Euro Umsatz macht. Ein mehr als beachtenswerter Aufstieg, der nur mit viel Begeisterung, natürlich mit viel Arbeit und tollen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus der Region zu schaffen war – das betont Michael Weissenrieder immer wieder. Ohne sie, da ist er sich sicher, hätte er es nie an die europäische Spitze der Unternehmen in der Werbeartikelwirtschaft geschafft.

Die Neuen in der Geschäftsleitung

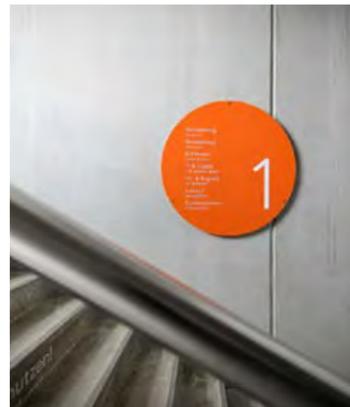
Heute teilt er seine Arbeit mit den neuen Kollegen in der Geschäftsleitung. Wobei zumindest Boris Schwerdt ihm schon lange freundschaftlich verbunden ist. Sie lernten

sich über ihre Frauen kennen, die schon in der Kindheit Freundinnen waren. Sie sind durch ihre vielfältigen beruflichen Erfahrungen in Konzernen zahlengetriebene Führungskräfte. Eine gute Ergänzung im Familienbetrieb. Beide kamen nicht zur besten Zeit ins Unternehmen. Boris Schwerdt hatte sein Büro kaum in Besitz genommen, da brach Corona über uns alle rein und Manuel Schick musste auf den Zug aufspringen, der kurz nach dem offiziellen Ende der Pandemie wieder Fahrt aufnahm. Kein Wunder also, dass sie noch nicht so viel bei offiziellen Anlässen der Branche gesehen wurden. Was die Zeit aber mit all ihren Herausforderungen bewirkt hat: „Wir sind ein richtig gutes Gespann geworden und haben Vieles vom Kopf auf die Füße gestellt“, sagt Michael Weissenrieder und zwei Kollegen nicken – nicht ohne Stolz – zustimmend zu. >>



In der hauseigenen Druckerei werden anspruchsvolle Gestaltungskonzepte umgesetzt.





Boris Schwerdt und Manuel Schick im Gespräch

Wie waren denn die ersten Erfahrungen und Eindrücke in dieser bis dato ja recht unbekanntem Branche?

BORIS SCHWERDT: Es ist unglaublich, welche Innovationskraft und Innovationsfähigkeit in diesem Unternehmen und in dieser Branche stecken. Es ist grandios, was wir allein im Bereich Digitalisierung in wenigen Jahren auf die Beine gestellt haben. Das habe ich vorher nie erlebt. Alle haben mitgezogen, unser Gespänn hat auf Zuruf funktioniert, wir haben auch hart diskutiert – aber wichtig ist, dass Stimmung und Spaß nicht darunter gelitten haben.

MANUEL SCHICK: Am meisten beeindruckt hat mich die enorme Taktrate und Innovationskraft, die mit immer neuen Produkten zu Tage kommt. War ich doch in der Vergangenheit mit Lebenszyklen von bis zu 30 Jahren oder sogar noch länger beschäftigt, ist es nun teilweise nur noch ein Jahr. Bei all dieser Geschwindigkeit darf aber auch das Thema Nachhaltigkeit nicht außer Acht gelassen werden! Denn was wir heute in Verkehr bringen, darf nicht morgen bereits im Müllimer liegen. Das ist Teil unserer Verantwortung.

Nun sind es ja nicht gerade einfache Zeiten, in denen Sie hier im Unternehmen zugestiegen sind.

BORIS SCHWERDT: Ja, mich hat es damals kalt erwischt. Wir mussten mit Lockdowns bei uns und bei Kunden umgehen. Ruhige Zeiten haben wir aber genutzt, um uns in Sachen Digitalisierung und Nachhaltigkeit besser aufzustellen. Umsatztechnisch sind wir sicher geschwächt – wie so viele –, innerlich und inhaltlich aber gestärkt aus der Corona-Krise hervorgegangen.

MANUEL SCHICK: Als ich zugestiegen bin, hatte der Zug schon wieder Fahrt aufgenommen. Wir sind sogar umsatztechnisch schnell wieder

gewachsen. Dafür stehen wir heute wie alle Unternehmen in Deutschland und vielleicht in Europa vor neuen Herausforderungen. Fast täglich lesen wir von Stellenabbau und Firmenschließungen – irgendwann werden auch Kunden von uns dabei sein. Grundsätzlich ist der Markt preissensibler geworden.

BORIS SCHWERDT: Das trifft vor allen Dingen Unternehmen, die sehr stark im Streckengeschäft sind. Im Shop-Business für unsere Großkunden schlägt sich dies erst mit großer Verzögerung, wenn überhaupt, nieder. Wir haben feste Verträge, wir arbeiten mit Open-Book-Prinzip, das ist alles langfristig und auf Transparenz angelegt. Shop und Strecke, das sieht bei uns etwa 70 zu 30 Prozent aus. Unser Angebot als Full-Service-Partner ist so vielfältig und international, dass wir auf sicheren Beinen stehen – und wir sind ein klassischer Familienbetrieb mit der entsprechenden Verantwortung gegenüber Mitarbeitern, Kunden, Umwelt und Gesellschaft. Das haben Tanja und Michael in die Genetik des Unternehmens gepflanzt.

Mit Blick auf China und Amerika könnte das Chinageschäft, sprich der Einkauf aber schon in größere Probleme münden.

MANUEL SCHICK: Da kann was auf uns zukommen. Es wäre sehr schade, denn der ganze asiatische Raum, nicht nur China, ist auf einem sehr guten Weg in Sachen Qualität und Nachhaltigkeit. Ja, es gibt auch Billigware und eine Menge schlechte Ware, davor bewahrt uns aber die jahrzehntelange Erfahrung und unser Lieferantennetzwerk von über 500 Internationalen Partnern. Besonders bei Technikprodukten geht an Asien kaum ein Weg vorbei. Für Textilien, wenn sie etwas teurer sein dürfen, gibt es inzwischen in Europa und angrenzenden Ländern sehr gute Alternativen.

BORIS SCHWERDT: Die Nachfrage für nachhaltige Produkte ist auf jeden Fall stark gewachsen – besonders bei den großen Konzernen rund um den Globus. Wir begrüßen das, denn es trifft sich mit unserer Unternehmensphilosophie und macht es uns leichter, Vorgaben der Politik zu meistern.

Aber es gibt ja nicht nur Konzerne. Überall auf der Welt stellen Mittelständler die größte Anzahl an Unternehmen.

BORIS SCHWERDT: Auch wir sind ein mittelständisches Unternehmen und bewerben uns um größere mittelständische Kunden. Kleinere Kunden können wir mit unseren Overheads, die auf Full-Service und unsere gesamte Leistungskette bis hin zu Veredlung, Design und Verpackung ausgerichtet sind, nicht sach- und preisgerecht bedienen. Wir bewerben uns aber ständig und beständig auf unterschiedlichen Wegen bei unseren Vertragskunden um Projekte. Das rangiert bei uns vor der aufwändigen Neukundenakquise. Neuerdings bieten wir auch On-Demand Produkte für unsere Kunden mit Merchandise-Shops an. Dazu haben wir für unterschiedliche Kunden gleiche Produkte an Lager, die auf Anfrage, also On-demand, gebrandet und geliefert werden. Das macht flexibel, spart Lagerkapazität

ten und führt letztendlich dazu, keine Restmengen vernichten zu müssen und so unserem Nachhaltigkeitsgedanken gerecht zu werden.

Abschließend noch die Frage: Wo sehen Sie denn die größten Herausforderungen der Zukunft?

MANUEL SCHICK: Natürlich hoffen wir, dass sich die Wirtschaften in Deutschland, in Europa und in der Welt wieder erholen. Dann wird es weniger Probleme bei Vorfinanzierung und Preisgestaltung geben und generell werden Kunden wieder investitionsfreudiger sein. Man darf in dem Zusammenhang nicht vergessen, dass in Asien auch nicht alle Volkswirtschaften rund laufen. Das merken derzeit nicht nur deutsche Autobauer sehr. Eine Herausforderung ist auch, dass wir noch in diesem Jahr ein klimaneutrales Unternehmen werden wollen. Schon heute sind wir weitgehend ein papierloses Büro. Und schon heute gehören wir „amfori“ an, einer Initiative zur Verbesserung der sozialen Standards und der Umwelt. Und unsere vollautomatische Verpackungsmaschine trägt ebenso dazu bei, uns nachhaltig und zukunftssicher auszustellen. In nur wenigen Wochen wurde die Maschine an den Start gebracht, was in anderen Firmen Monate dauert. Auch wieder ein Zeichen der guten Zusammenarbeit und Einsatzbereitschaft unserer Mitarbeiter.

BORIS SCHWERDT: Eine der großen Herausforderungen in diesen Zeiten ist der Fachkräftemangel, natürlich verstärkt im Saisongeschäft. Wir haben es mit Kleinteiligkeit und großen Stückzahlen zu tun, was es nicht leichter macht. Aber wir tun was: Wir werden im Bereich der Veredlung hier im Haus wachsen, wollen unsere IT noch besser ausbauen und flexibler machen. Wir wollen noch schneller werden, denn Amazon und Flyeralarm geben hier den Takt vor.

Obwohl unsere Geschäftsmodelle nicht direkt vergleichbar sind, haben die Kunden deren Lieferzeiten im Kopf. Auch im Bereich der Shop-Programmierung gibt es noch Potential.

Viel zu tun also. Dann wünschen wir, dass der Spaß nicht auf der Strecke bleibt und bedanken uns für das Gespräch.

BORIS SCHWERDT: Gerne, der Spaß wird nicht auf der Strecke bleiben. Wir haben schon soviel Veränderung auf den Weg und ins Ziel gebracht. Das haben ich und haben wir vorher noch nie erlebt. Wir sind ein gutes Gespänn mit guter Stimmung – wir sehen uns zur PSI.

Danke für das Gespräch.



Boris Schwerdt

PERSÖNLICHES: 50 Jahre alt, verheiratet, zwei Kinder, lebt in Alzey

HOBBIES: Rennrad, Mountain Bike, Cross Fit

AUSBILDUNG: Von der Hauptschule ins Berufsleben gestartet, dann Universität Konstanz, Master Strategic and HR-Management, EBS im Rheingau, Hochschule für Wirtschaft und Recht, Master's degree.

BERUFLICHER WERDEGANG: Start als Management Trainee beim Textildienstleister AlSCO in Köln, danach Management Consultant bei Mercuri Urval. In verschiedenen Positionen im Personalbereich bei der Deutschen Flugsicherung DFS in Langen. Zurück zur AlSCO Berufskleidungs-Service GmbH als General Manager für die Standorte Frankfurt und Bad Hersfeld. Seit 2020 Geschäftsführer für Vertrieb bei GBC.



Manuel Schick

PERSÖNLICHES: 44 Jahre alt, zwei Kinder, lebt in Darmstadt

HOBBIES: Kitesurfen, Pumpfoilen, Snowboarden

AUSBILDUNG: Diplom Ingenieur Maschinenbau an der Fachhochschule für Technik in Esslingen am Neckar. **BERUFLICHER WERDEGANG:** mehr als 12 Jahre im DB-Konzern, davon 10 Jahre im Zentraleinkauf für Schienenfahrzeuge in verschiedenen Funktionen. 4 Jahre bei der Brüel & Kjør Vibro GmbH, dem führenden Anbieter von Schwingungsmesstechnik als Director Supply Chain und Mitglied der Geschäftsleitung. Seit Mai 2023 bei Global Brand Concepts in Monsheim als Managing Director & COO.

Die E-Mail gewinnt wieder an Bedeutung und holt gegenüber Social-Media-Marketing auf. So hat jedes vierte Unternehmen seine E-Mail-Marketing-Aktivitäten signifikant gesteigert. Die Stärken, Schwächen und Potenziale des ebenso traditionellen wie aktuellen Marketing-Instruments analysiert die Studie „E-Mail-Marketing Benchmarks 2024“.

Studie: E-Mail-Marketing holt wieder auf

Renaissance des E-Mail-Marketing



Die E-Mail-Strategie zu optimieren, macht Werbung per Mail effektiver.

Ummmer mehr Unternehmen besinnen sich wieder auf die Effizienz von E-Mail-Marketing und setzen dieses bewährte, aber zeitweise in den Hintergrund getretene Marketinginstrument verstärkt ein. Rund ein Viertel der Unternehmen hat seine Aktivitäten in Sachen E-Mail-Marketing erheblich gesteigert, das Tool holt damit auch gegenüber Social-Media-Marketing stetig auf. In diesem Bereich haben im Erhebungszeitraum rund 28 Prozent der Unternehmen ihre Posting-Frequenz über alle Kanäle ausgeweitet, also nur geringfügig mehr. E-Mail-Marketing kann sich also mit modernen Marketingstrategien messen, allerdings sind die bekannten Hürden bei der Umsetzung noch nicht alle überwunden. Diese zentrale

Erkenntnis liefert die fünfte Auflage der „E-Mail-Marketing Benchmarks 2024“. Analysiert wurden 5.001 Unternehmen aus 246 Sektoren auf 167 Kriterien. Die Studie entstand in Kooperation von DDV Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. und absolut Dr. Schwarz Consulting.

Aussagekräftige Zero-Party-Daten gewinnen

Dass relevante Kommunikation entscheidend ist, um Leser zu binden, ist längst kein Geheimnis mehr. Doch die eigentliche Herausforderung liegt darin, die richtigen Daten zu sammeln, um Kunden wirklich verstehen zu können. Die direkteste Methode? Einfach nachfragen. Daher ist es erfreulich, dass zunehmend mehr Unternehmen die Anmeldung zum Newsletter nutzen, um mehr über ihre Leser zu erfahren. Leider beschränkt sich die Datenerhebung oft noch auf Basisinformationen wie Name oder Anrede (78 Prozent). Eine persönliche Ansprache mag freundlich wirken, macht die Kommunikation jedoch nicht zwingend relevanter. 41 Prozent der Unternehmen erheben Daten über die bloße Namensnennung hinaus. Doch weniger als die Hälfte dieser Firmen fragt nach spezifischen Interessen oder Themenpräferenzen der Nutzer (18 Prozent). Noch seltener werden konkrete Herausforderungen, das Nutzungsverhalten oder Budgets abgefragt – Bereiche, die echte Einblicke in die Bedürfnisse, Wünsche und das Konsumverhalten der Kunden bieten könnten. Letzteres findet man nur bei jedem Hundertsten.

Mehrwert für Kunden oft unklar

Eine Permission ist idealerweise ein fairer Tausch: Der Interessent stellt seine Kontaktdaten und die Erlaubnis zur Werbekommunikation zur Verfügung, und im Gegenzug erhält er vom Unternehmen einen handfesten Vorteil, der

ihn dafür entlohnt. Doch bei rund einem Drittel der Untersuchten muss man die Einwilligungserklärung genau durchforsten, um überhaupt einen Vorteil zu entdecken oder es wird kein Vorteil kommuniziert. Wird ein Anmeldegrund genannt, so ist dieser häufig der, keine Inhalte, News oder Angebote zu verpassen. Obwohl dies einen Nutzen darstellt, beschreibt es im Wesentlichen nur, was ein Newsletter ohnehin leisten sollte, und bietet auch nur wenig Differenzierung zum Wettbewerb. Ein tatsächlich exklusiver Vorteil, der ausschließlich Abonnenten vorbehalten ist, oder ein klares Nutzenversprechen bieten indes lediglich 31 Prozent der Unternehmen. „Das häufige Fehlen eines klar definierten Vorteils spiegelt oft eine tiefere strategische Lücke wider: Viele Unternehmen haben keine ausgereifte Strategie, um durch ihre E-Mail-Kommunikation echten Mehrwert beim Leser zu schaffen“, fügt Studienautor Dr. Torsten Schwarz hinzu.

Kundenbeziehungen beginnen oft mit Fehlstart

Ein Nutzer entdeckt ein Formular, füllt es aus, öffnet sein Postfach, bestätigt die DOI-Mail und bekundet damit konkretes Interesse an den Inhalten oder Produkten des Unternehmens. Die Aufmerksamkeit ist auf dem Höhepunkt, die Beziehung frisch und vielversprechend. Was folgt? Bei 68 Prozent der Unternehmen heißt es, geduldig auf den nächsten Newsletter zu warten, im schlimmsten Fall vier Wochen oder gar noch länger. Bis dahin ist das Unternehmen nur einer von vielen Absendern im Posteingang und die mühsam gewonnene Aufmerksamkeit muss erneut erkämpft werden. Jedes dritte Unternehmen ergreift hingegen die Initiative, um neue Leser sofort mit einer Willkommensmail zu begrüßen. 13 Prozent davon sogar mehrstufig. Allerdings zeigt sich auch ein Optimierungsbedarf: 20 Prozent limitieren ihre Kommunikation auf eine bloße Anmeldebestätigung, ohne zusätzliche Interaktionsmöglichkeiten. Bei 42 Prozent der Unternehmen gibt es zwar Interaktionsmöglichkeiten, es mangelt aber an einer klaren Empfehlung für den nächsten Schritt, also einer Next Best Action/Offer zum Start der Kundenbeziehung.

Knapp zwei Drittel nicht DSGVO-konform

Auch sechs Jahre nach in Kraft treten der DSGVO ringen viele Unternehmen immer noch damit, fundamentale Anforderungen der Verordnung zu erfüllen. Trotz deutlicher Fortschritte in den letzten Jahren bleibt der allgemeine Stand weiterhin ernüchternd. So erfüllen nur 37 Prozent der Anmeldungen alle rechtlichen Anforderungen. Eine verständliche Erläuterung, wie die Daten des Nutzers verarbeitet werden, fehlt bei 78 Prozent. Darüber hinaus informieren lediglich 15 Prozent der Unternehmen ihre Nutzer über das Tracking des Leseverhaltens oder das Bilden von Profilen. Eine Möglichkeit, letzterem zu widersprechen, bieten nur 4 Prozent.

Marketing und IT müssen mehr zusammenarbeiten

E-Mail-Marketing entwickelt sich zunehmend zu einer Disziplin, in der technische Fähigkeiten ebenso wichtig sind wie kreative Inhalte und ein tiefes Verständnis der Zielgruppe. Dazu zählt auch die Zustellbarkeit von E-Mails: Was einst eine Selbstverständlichkeit war, ist heute ein komplexes Feld, das von ständig wechselnden Richtlinien und technischen Anforderungen geprägt ist. So erfüllen nur rund ein Drittel die neuen Sender Guidelines von Google. Fehlerhafte DMARC-Konfigurationen bewirken, dass fast 50 Prozent der Unternehmen riskieren, dass ihre eigenen Mails fälschlicherweise als verdächtig eingestuft und somit ggf. von Mailbox-Providern blockiert werden. Die häufigste Hürde ist dabei das Domain Alignment. Diese Anpassung ist in der Regel mit der Unterstützung durch den E-Mail-Service-Provider rasch zu bewältigen. Fazit: E-Mail-Marketer müssen die Bedeutung technischer Aspekte erkennen und aktiv dafür sorgen, dass diese im Unternehmen Beachtung finden.

Unternehmen trennen sich von Dienstleistern

Sechs Prozent der untersuchten Unternehmen haben im letzten Jahr das primäre Versand-Tool gewechselt, die am meisten favorisierte Alternative waren dabei Marketing Suites. Etwa die Hälfte der Wechsel erfolgte zu einer Komplettlösung aus einer Hand. Dieser Uplift in der Nutzung von Marketing-Suites um drei Prozentpunkte markiert den größten Tool-Wechsel der Analysephase seit 2019. Interessanterweise haben 18 Prozent genau das Gegenteil getan und haben ihre Versandinfrastruktur vereinfacht und sich für eine Lösung mit geringerem Funktionsumfang entschieden. Dies könnte zwei Entwicklungen signalisieren: Einerseits ein verstärktes Interesse an „Best of Breed“-Lösungen, die aufgrund ihrer spezialisierten Funktionalität geschätzt werden, und andererseits eine generelle Tendenz zur Vereinfachung von Prozessen und zur Reduzierung der Systemkomplexität sowie ggf. der Kosten.

Donnerstag bleibt beliebtester Versandtag

Donnerstag bleibt zum dritten Jahr in Folge der bevorzugte Versandtag für E-Mails, doch es zeichnen sich Verschiebungen in den präferierten Versandzeiten ab. B2C-Unternehmen haben die Versandaktivitäten am Wochenende erhöht: 21 Prozent versenden ihre E-Mails am Wochenende (2023: 17 Prozent). Zusätzlich versenden jetzt 10 Prozent der B2C-Unternehmen ihre E-Mails nach den regulären Arbeitszeiten zwischen 18 und 21 Uhr, verglichen mit 8 Prozent im Vorjahr. B2B-Unternehmen versenden ihre Mails zunehmend vor den regulären Arbeitszeiten, also vor 7 Uhr morgens, mit einem Anstieg von 19 Prozent im Jahr 2023 auf 24 Prozent im Jahr 2024. <

Lieferanten und Händler werden jedes Jahr mit neuen gesetzlichen Vorgaben konfrontiert, die einen immensen Einfluss auf die Geschäftsentwicklung haben können. Die negativen Folgen neuer Regularien durch eine vernünftige und weitsichtige Planung möglichst stark einzugrenzen, gehört für Unternehmen zu den ersten Aufgaben des neuen Jahres.

Product Compliance und Herstellerverantwortung 2025

Immer wieder neue Herausforderungen



Die Budgets sind erstellt, die Vorhaben und Aktionen sind geplant – das Jahr 2025 hat begonnen. Unternehmen müssen sich wesentlichen Veränderungen und Herausforderungen aus dem Bereich Product Compliance und Herstellerverantwortung stellen. Auf die Branche kommen höhere regulatorische Anforderungen an Werbemittel zu.

Hoher Aufwand, steigende Kosten

Ein in vielen Budgets nicht berücksichtigter Kostenbestandteil sind die Aufwendungen, die sich aus der Umsetzung regulatorischer Anforderungen im Bereich Herstellerverantwortung und Produkt-Compliance ergeben. Alle Wirtschaftsakteure sind von steigenden Verwaltungs- und Kostenaufwendungen bis hin zur Erfüllung rechtlich verbindlicher Vorgaben an die Sicherheit und Nachhaltigkeit von Produkten und Lieferketten betroffen. Nicht nur die pure Menge an neuen und erneuerten Anforderungen ergeben einen kaum noch zu durchdringenden Regulationsdschungel, sondern auch die Umsetzungskomplexität der einzelnen Rechtsprechungen sind für Unternehmen kaum noch zu handhaben.

Produkt-Compliance ernst nehmen

Sich als Wirtschaftsakteur dieser Entwicklung nicht zu stellen, ist jedoch zunehmend keine Alternative mehr. Wohl jedes Unternehmen der Werbemittelbranche ist in den letzten Monaten an der einen oder anderen Stelle mit dem Thema konfrontiert worden. Nicht nur Marktüberwachungsbehörden und Einkaufsabteilungen verlangen mittlerweile diverse Compliance-Nachweise, auch elektronische Marktplätze sperren zunehmend Produkte, für die der Nach-

weis der Produktkonformität fehlt. Es bleibt den Wirtschaftsakteuren nicht erspart, sich um den Compliance-Status Ihrer Waren produktindividuell zu kümmern. Wer das nicht tut, setzt sich dem Risiko eines drohenden Verkaufsstops aus. Um dieses zu vermeiden, sind Marktfähigkeitsbewertungen empfehlenswert, die alle Aspekte der Produkt-Compliance individuell betrachten und Compliance-Lücken aufzeigen.

Die Pflichten der Wirtschaftsakteure

Bevor wir einzelne Anforderungen aufzeigen, sollte sich jeder Wirtschaftsakteur seiner Rolle und seiner damit verbundenen Verantwortung bewusst sein. Auch hier muss leider angemerkt werden, dass einzelne Regelungen von den nachfolgenden Allgemeingültigkeiten abweichen können. Nichtsdestotrotz sind die Regelungen zu den Rollen der Wirtschaftsakteure weitestgehend EU-weit harmonisiert. Wer Produkte in der EU physisch herstellt und diese Produkte mit seinem Handelsnamen oder seiner Handelsmarke kennzeichnet, gilt als verantwortlicher Hersteller der Produkte mit allen damit verbundenen Pflichten. Wer Produkte innerhalb oder außerhalb der EU herstellt und sich allein auf dem Produkt namentlich verantwortlich zeigt, gilt ebenfalls als Hersteller. Wer mit dem Herstellernamen gekennzeichnete Produkte außerhalb der EU fertigen lässt und in die EU einführt, ist deren Einführer und wer diese Waren innerhalb der EU erwirbt und ohne wesentliche Veränderung (Modifikation) weiterhandelt, ist (nur) deren Händler. Sofern es technisch möglich ist, müssen sich Hersteller und Importeure auf den Produkten mit ihrem Namen und ihren Kontaktdaten zeigen. Wenn dies technisch nicht möglich ist, können sie auf die Produktverpackungen und/oder die Begleitpapiere ausweichen.

Produktkennzeichnung und Herstellerverantwortung

Für viele Unternehmen des produzierenden Gewerbes und des anschließenden klassischen Einzelhandels sind die vorgenannten Regelungen vermutlich selbstverständlich und werden auch in konformer Weise umgesetzt. Aber was bedeuten die Regelungen für die Werbemittelbranche? Wer Werbemittel in seinem Marketing einsetzt, möchte diese ausschließlich mit seinem Handelsnamen oder seiner Handelsmarke kennzeichnen. Im Sinne der vorgenannten Definitionen wäre dieses Unternehmen dann Hersteller – mit der Verantwortung für die Produktsicherheit, die Nachhaltigkeit, die produktindividuellen Registrierungspflichten und ggf. auch die Rücknahme nach dem Ende des ersten Lebenszyklus. Das Unternehmen würde dann auch in die

Die wichtigsten Anforderungen der allgemeinen Produktsicherheitsverordnung (GPSR)

- Erstellung von Risikoanalysen für alle Produkte
- Warn- und Sicherheitsinformationen müssen beiliegen
- Zusätzlich elektronische Kontaktmöglichkeit auf den Produkten
- Vollständige technische Dokumentation erforderlich



Oliver Friedrichs,
Geschäftsführer
Trade-e-bility

Produkthaftung eintreten. Wären den Unternehmen diese weitreichenden Konsequenzen bewusst, würden sie dann noch Werbemittel, für die sie keine tiefgreifende Produktkenntnis und auch kein Anforderungsmanagement besitzen, ausgeben? Vermutlich nur dann, wenn sich ein in der EU ansässiger Wirtschaftsakteur der Lieferkette als Verantwortliche Person auf dem Produkt zu erkennen gibt und alle Herstellerpflichten erfüllt. Aber ist das Produkt dann als Werbemittel noch attraktiv zu designen?

Vorsicht bei Veränderung von Produkten

Ein weiteres Problem, das mit der rechtlich eingeforderten Herstelleridentifikation eines Produktes zusammenhängt, ist die damit verbundene und erforderliche Offenlegung der Vorlieferanten (Hersteller). Nachgeschaltete Wirtschaftsakteure und Marktbegleiter können dadurch in die Lage versetzt werden, Handelsstufen einfach auszuschalten,

indem zukünftige Bestellungen direkt bei dem Vorlieferanten platziert werden. Mit diesem Dilemma umzugehen, ist aktuell eine große Herausforderung der Branche. Gemäß der allgemeinen Produktsicherheitsverordnung (GPSR) ist auch derjenige Hersteller, der ein Produkt wesentlich verändert. Auch hier ist eine Einordnung nicht einfach: Wann können Werbeanbringung oder etwa der Einsatz anderer/zusätzlicher Farben (z.B. entsprechend der CI des Kunden) als wesentliche Änderung angesehen werden – mit der Konsequenz einer Verschiebung der Rollen einzelner Wirtschaftsakteure?

Strengere Anforderungen für 2025

Für B2C-Produkte ergeben sich einige neue Herausforderungen für das Jahr 2025. Zuvor aber erst einmal etwas Erfreuliches: Aufgrund der Verzögerungen im Gesetzge-

bungsverfahren werden die weitreichenden Anforderungen an das Design, die Nachhaltigkeit und die Kennzeichnung von Verpackungen durch die neue EU-Verpackungsverordnung (PPWR) nicht mehr im Jahr 2025 umzusetzen sein. Ebenso wurde die Übergangspflicht der EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) um ein Jahr verlängert, wodurch die Nachweispflicht des geographischen Ursprungs und der nachhaltigen Produktion für z.B. Produkte aus Holz (auch Papierprodukte) und Leder, aber auch für Kaffee und Kakao auch nicht mehr das Jahr 2025 betrifft.

Wichtig ist hingegen, die strengeren Anforderungen an Produkte zu berücksichtigen, die der allgemeinen Produktsicherheitsverordnung (GPSR) unterliegen. Hier ist insbesondere darauf zu achten, dass für alle Produkte Risikoanalysen erstellt sind, Warn- und Sicherheitsinformationen beiliegen, die Produkte zusätzlich mit einer elektronischen Kontaktmöglichkeit versehen sind und eine ausreichende technische Dokumentation vorliegt.

Ökodesign-Verordnung wird konkretisiert

Die neue Ökodesign-Verordnung für nachhaltige Produkte wird im Jahr 2025 entscheidend weiterentwickelt und konkretisiert. So wird für Ende des ersten Quartals eine Liste der Produktgruppen erwartet, für die produktspezifische Verordnungen erarbeitet werden. Ende 2025 werden dann voraussichtlich spezifische Produktverordnungen in Kraft treten. Hier werden dann insbesondere neue

Anforderungen zur Nachhaltigkeit und Reparierbarkeit, aber auch zur Transparenz von Produkteigenschaften auf Wirtschaftsakteure zukommen. Es macht also Sinn, sich jetzt schon darauf einzustellen. Gewarnt seien die Unternehmen, die mit unzureichend belegbaren Nachhaltigkeitsversprechen für Ihre Produkte werben. Die neue EU Green Claims Directive formuliert strengere Standards für die Begründung, die Kommunikation und die Überprüfbarkeit von Nachhaltigkeitsversprechen – den Green Claims. Hier müssen durch unabhängige Stellen verifizierte Beweise für die Nachhaltigkeitsaussagen vorgelegt werden können.

Neue Batterieverordnung beachten

Alle die Unternehmen, die batteriebetriebene Elektrogeräte handeln, sollten sich mit den Anforderungen der neuen Batterieverordnung auseinandersetzen. Seit August 2024 ist bereits die Erstellung einer CE-Konformitätserklärung für Gerätebatterien notwendig. Ab August 2025 folgen dann neue Anforderungen an die Kennzeichnung von Gerätebatterien, an Sorgfaltspflichten in der Lieferkette und an die Registrierung/Lizenzierung im Rahmen der weiteren Herstellerverantwortung (EPR) mit 27 einzelstaatlichen Ausgestaltungen in der EU. Die vorgenannten Aspekte sind nur ein Auszug der zu erwartenden neuen Anforderungen, die jedoch hohe Relevanz für die Werbemittelbranche haben. Es ist ratsam, sich frühzeitig mit den neuen Vorgaben auseinanderzusetzen. <

trade-e-bility bietet für Hersteller, Einführer und Händler externes Qualitätsmanagement für Nonfood-Produkte an, um diese marktfähig zu machen. trade-e-bility unterstützt Unternehmen mit preiswerten und pragmatischen Lösungen für die Sicherstellung der Product Compliance in den Bereichen Kennzeichnungs- und Dokumentenprüfung, Marktfähigkeitsberichte, Legal Monitoring, GPSR, SCIP- oder EPREL-Datenbank-Service sowie Risikoanalysen. Mehr zum Angebot der unkomplizierten, fallbezogenen Beratungen und Kontakt für ein kostenfreies Erstgespräch unter www.trade-e-bility.de.



Hall 11 Booth A05

Visit us at the International Lounge to learn more about the newly formed European Associations Cooperation.

We look forward to welcoming you!

Use our voucher code for free entrance: **PSI25_EAC**



EAC • European Associations Cooperation IVZW
Imperiastraat 6 • 1930 Zaventem • Belgium
www.eaconline.net



Wachstum aus der Wabe

Das Pflanz-Holz Hexagon von der emotion factory vereint **Design und Natur** in einem kompakten Format und bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihren Kunden und Partnern eine klare Botschaft zu übermitteln. Das wabenförmige Pflanzgefäß ist aus europäischem Holz gefertigt und enthält eine Substrattablette als Erde sowie Pflanzensamen nach Wahl. Die Form erinnert an das Sechseck einer Bienenwabe. Verpackt in einer individuell gestaltbaren Kartonbox mit Waben-Sichtfenster bleibt das Pflanz-Holz sichtbar. Eine Lasergravur ermöglicht eine Personalisierung mit Logo oder Botschaft.

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

Süßer Genuss für unterwegs

Für alle Naschkatzen und Nutella-Liebhaber gibt es jetzt den perfekten Snack für unterwegs: das Nutella to-go-Set aus der emotion factory. Egal, ob **im Büro, beim Picknick oder auf Reisen** – mit diesem praktischen Set hat man den beliebten Aufstrich jederzeit griffbereit. Das handliche 25g-Mini-Glas ist ideal portioniert und sorgt für einen süßen Genuss zwischendurch. Der Clou: Ein beiliegender Holzlöffel ermöglicht es, Nutella direkt aus dem Glas zu genießen. Die Verpackung bietet ausreichend Platz für individuelle Gestaltung und Werbebotschaften.

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



nutella

Wildbienen willkommen

Anwender setzen mit dem Nistholz-Insektenhotel aus FSC®-zertifiziertem Buchenholz von Holz Frank ein Zeichen für Nachhaltigkeit. Dieses hochwertige Wildbienen-Hotel ist nicht nur **ein Beitrag zum Naturschutz**, sondern auch ein besonderer Werbeartikel, der die Marke des werbenden Unternehmens mit Umweltbewusstsein verbindet. Die präzisen Bohrungen bieten Insekten wie Wildbienen ideale Nistplätze, während ein Logo stilvoll integriert werden kann. Das Insektenhotel ist mit natürlichem Leinöl wetterfest behandelt und leicht zu installieren.

PSI 49957 • Holz Frank GmbH & Co. KG
Tel +49 915183310 • info@holz-frank.com
www.holz-frank.com



Kühles Papier im Lederlook

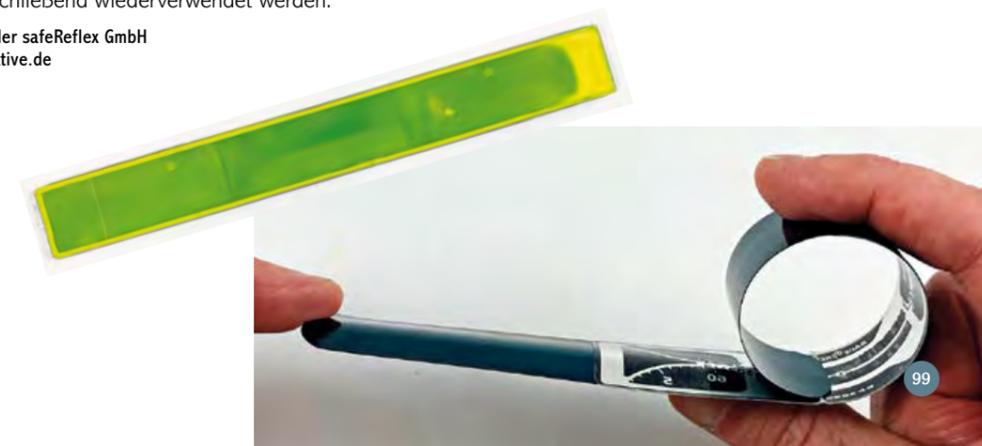
Exklusiv und zugleich funktional kommt die neue Papelin Kühltasche von IGRO daher. Die stylische und nachhaltige Kühltasche **aus waschbarem Papier** überzeugt mit ihrem lederartigen Look und ist dabei umweltfreundlich. Leicht zu reinigen, individuell bedruckbar und in jeder Größe erhältlich wird sie zu einem universellen Werbeträger für nahezu jeden Anlass.

PSI 40940 • IGRO Import und Großhandelsgesellschaft mbH
Tel +49 6432 91420 • info@igro.com
www.igro.com

RFID am Handgelenk

Die Abkürzung RFID steht für Radiofrequenz-Identifikation. Es ermöglicht kontaktloses Speichern und Auslesen von Daten **zum automatischen Identifizieren und Lokalisieren** von Gegenständen und Lebewesen. Möglich ist der Einsatz dieser Technik auch in Klack Bändern, Reflexbändern, Anhängern oder Stickern von reflAktive, einer Marke der safeReflex GmbH ab einer bestimmten Mindestgröße. Durch die Verwendung von RFID-Chips die auf dem Stahlkern unter der Folie angebracht werden können Klack Bänder zukünftig auch genutzt werden um z.B. bei Sportveranstaltungen oder anderen Vorhaben Teilnehmer oder Produkte zuzuordnen oder zu sortieren. Nach Beendigung des Events könne die wetterfesten Bänder manuell gereinigt und anschließend wiederverwendet werden.

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



Steigender Bedarf an CI Textilien

Eine Trendanalyse von Klam für das Jahr 2025 zeigt: Der Bedarf an hochwertigen und nachhaltigen Corporate Fashion-Textilien wird weiter steigen. GOTS-zertifizierte Bekleidung aus Bio-Baumwolle setzt nun **neue Maßstäbe für verantwortungsvolles Unternehmertum**. Gleichzeitig wird „Athleisure“-Arbeitskleidung, die Komfort und Funktionalität kombiniert, in vielen Branchen immer gefragter. Darüber hinaus stehen weitere individuelle Akzente wie Knöpfe, Reißverschlüsse oder Brusttaschen hoch im Kurs. Klam setzt dabei neue Maßstäbe für moderne Unternehmensbekleidung. Die individuelle und kostenlose Beratung des Klam Design- und Serviceteams hilft hier weiter.



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



Malen für kleine Tierfans

Das Themenmalbuch „Unsere Haustiere“ aus dem Verlag für Prävention Wilken ist komplett **auf junge Tierfreunde zugeschnitten**. Auf 16 Seiten tummeln sich Katzen, Meerschweinchen, Hunde und viele andere Tiere, die mit kleinen Infotexten und Zeichnungen vorgestellt werden. Sie alle warten darauf, mit bunten Farben zum Leben erweckt zu werden. Die liebevoll gestalteten Malvorlagen wecken die Kreativität und fördern Entspannung sowie innere Ruhe.

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

Sandwich to go

Die neue Sandwichbox aus Edelstahl mit Bambusdeckel von Dosenspezialist ist eine gute Lösung für nachhaltigen Lunch unterwegs. Mit einem Innenmaß von 120 × 120 × 45 Millimetern bietet sie genügend Platz für ein Sandwich und hält es frisch. Der **robuste Edelstahl** garantiert Langlebigkeit, während der Bambusdeckel nicht nur umweltfreundlich, sondern auch optisch ansprechend ist. Besonders praktisch: Der Deckel kann individuell mit einer Werbebotschaft graviert werden.

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





register on our site



www.eljte.com - info@eljte.it - +39 0523 593636
Via Giovanni Subacchi, 9-11 - 29121 Piacenza (PC) - Italy

Nachhaltig intelligent oder intelligent nachhaltig?

Nachhaltigkeit und Künstliche Intelligenz (KI) sind zwei Begriffe, die uns immer häufiger begegnen und auf dem Weg sind, feste Größen unseres Vokabulars zu werden. Und das aus gutem Grund: Beide Themen bieten uns die Chance, nicht nur effizienter, sondern vor allem klüger zu arbeiten – für die Zukunft unserer Branche, unserer Kunden und unserer Umwelt.

Nachhaltigkeit ist für mich weit mehr als nur ein Trend. Sie ist eine Verantwortung und zugleich eine langfristige Strategie. Es geht darum, heute kluge Entscheidungen zu treffen, um morgen stabiler und zukunftsfähiger zu sein – auch in unsicheren oder chaotischen Zeiten. Ob durch den Einsatz umweltschonender Materialien oder durch die Optimierung von Produktionsprozessen – jedes Detail zählt. Doch wie schaffen wir es, Nachhaltigkeit mit Effektivität zu vereinen? Dabei kann Künstliche Intelligenz eine große Stärke sein.

KI eröffnet uns neue Perspektiven. Sie ermöglicht es uns, große Datenmengen zu analysieren, Muster zu erkennen und schneller auf Veränderungen zu reagieren und sie auch herbeizuführen. Mit ihrer Hilfe entwickeln wir Lösungen, die nicht nur den Bedürfnissen unserer Kunden entsprechen, sondern auch den Anforderungen der Produktion gerecht werden. Plötzlich sehen wir Trends, bevor sie überhaupt am Markt ankommen. Und wir schaffen Produkte,

die Erwartungen nicht nur erfüllen, sondern übertreffen. Und das alles ohne unseren ökologischen Fußabdruck aus den Augen zu verlieren.

Was mich dabei besonders inspiriert, ist die Erkenntnis, dass wir nicht nur auf das Weltgeschehen oder Markt-

entwicklungen reagieren, sondern diese proaktiv gestalten können. Nicht ohne Grund sind diese zwei Themen deshalb auch auf der kommenden PSI im Januar 2025 sehr präsent.

Aber es sind nicht nur diese beiden Themen, die die Branche zur Zeit bewegen: Elektronische Rechnungen, digitalisierte Arbeitsabläufe, Sourcing mit KI, die Präsentation auf Homepages. Für all das finden sich Praxisanwendungen auf der PSI. Neue Produkte von internationalen Unternehmen, die noch nie gezeigt wurden, sind ein wichtiger Bestandteil für ein Sourcing mit möglichst vielen Alleinstellungsmerkmalen. Wo trifft man Kolleginnen und Kollegen zum Austausch von Erkenntnissen und Meinungen, und zwar von Flensburg bis Garmisch? Nur auf der PSI. Wo erfährt man von neuen Ideen oder gar Geschäftsmodellen? Wo sieht man in der Breite Trends, die einem sonst davon laufen könnten. Es ist immer die gleiche Antwort: auf der Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft in Europa – auf der PSI.

Jede Herausforderung ist eine Chance, uns zu verbessern, und jede Störung birgt das Potenzial für Innovation. So werden wir langfristig widerstands- und wettbewerbsfähiger. Lassen Sie uns diese Möglichkeit nutzen und Nachhaltigkeit und KI noch stärker in unsere Prozesse und Denkweisen integrieren – bereit, voneinander zu lernen, uns auszutauschen und gemeinsam weiter zu wachsen.

Gönnen Sie sich und Ihrem Unternehmen die Zeit auf der PSI – und bringen Sie bitte ausreichend Zeit mit. Die Entwicklung Ihres Unternehmens wird es Ihnen danken. Denn zu oft sehe ich Kolleginnen und Kollegen, die eiligen Schrittes durch die Hallen gehen, immer ein Auge auf der Uhr. Ich lade Sie ein zu mehr Ruhe, zu viel Aufmerksamkeit, zu neuen Erkenntnissen und letztlich zu mehr Messeerfolg.

Wir sehen uns - ich freue mich.

Ihre

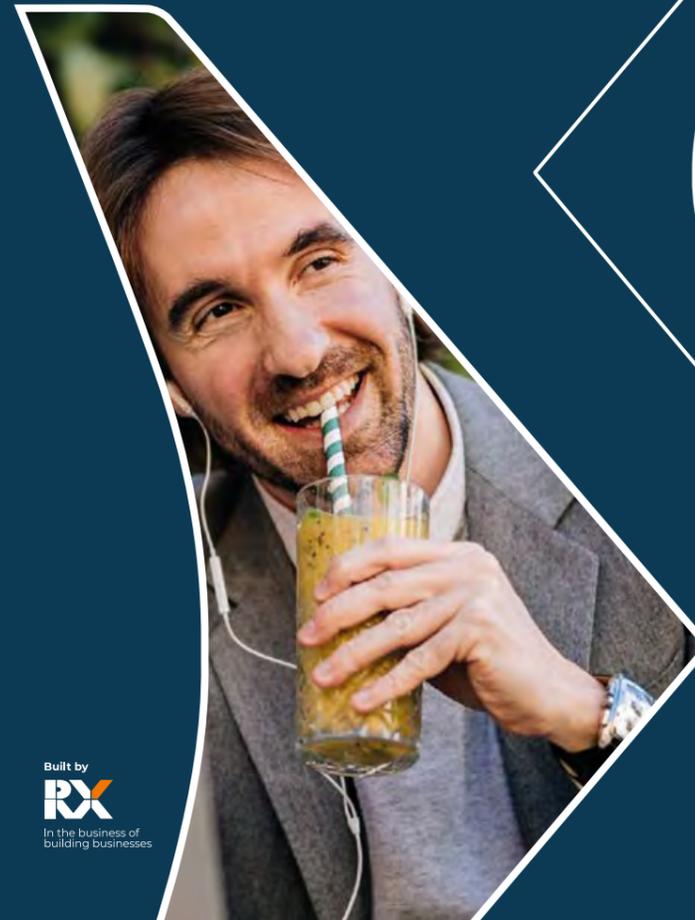


Petra Lassahn
Director PSI

Home is where **PSI** is.



WIR BEGRÜSSEN SIE AM STAND 11A05: ENERGIE TANKEN UND MIT UNS VERNETZEN



› PSI 2025 **STAND 11A05**

GUTSCHEIN FÜR IHREN SMOOTHIE

(GÜLTIG NUR SOLANGE DER VORRAT REICHT UND NUR WÄHREND DER PSI 2025, 7. BIS 9. JANUAR 2025)



Fitte Produkte

Werbeartikel im Bereich Fitness und Gesundheit bieten Unternehmen eine hervorragende Möglichkeit, ihre Marke positiv zu präsentieren. Funktionale Artikel wie Trinkflaschen, Fitnessbänder oder Sporthandtücher sind nicht nur praktisch, sondern unterstützen einen aktiven Lebensstil – ein Aspekt, der sich ideal mit modernen Markenwerten wie Vitalität, Nachhaltigkeit und Wohlbefinden verknüpfen lässt. Durch den täglichen Einsatz solcher Produkte bleibt die Marke langfristig im Bewusstsein der Zielgruppe. Besonders im Fitnessbereich sorgen individuell gestaltete Artikel für eine emotionale Bindung, die Vertrauen und Sympathie aufbaut. Ein weiterer Vorteil: Werbeartikel fördern das Engagement und können bei Fitness-Events oder Gesundheitskampagnen als gezielte Motivation eingesetzt werden. Unser zweites Produktthema zeigt Neuheiten aus den Bereichen „Ostern, Garten und Handwerk“.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe März 2025 des PSI Journals, die sich den Themengruppen „Tischkultur, Genuss to go, Haushalt“ sowie „Schreibwaren und Kalender“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens **24. Januar 2025** an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

PSI 2025: Jede Menge Inspirationen



Europas Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising startet in wenigen Tagen und eröffnet traditionsgemäß das neue Werbeartikeljahr. Vom 7. bis 9. Januar 2025 präsentiert sie in den Hallen 9 bis 11 der Messe Düsseldorf Klassiker, Neuheiten und Trends der gegenständlichen Werbung von und für die Profis der Branche, dazu jede Menge Inspiration, Experten-Know-how, Networking und Services. In der Februarausgabe ziehen wir eine erste Bilanz.

Merchandising mit enormem Potenzial



Die Wurzeln des Hamburger Familienunternehmens Berendsohn reichen bis 1833 zurück. Die Spezialisten für Werbeartikel im Direktvertrieb bietet seinen Kunden ganzheitliche Marketinglösungen. Aktuell erweitert Berendsohn Werbeartikel sein Portfolio um Merchandising für Großunternehmen. Wir sprachen mit CEO Astrid Schulte über ihre Meilensteine und Visionen für das Traditionsunternehmen.

Impressum



Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-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 (verantwortl.), Judy Frey, Hannah Schreck

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

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

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

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

ISSN-Nummer 1436-6193

Die mit Namen gekennzeichneten Beiträge geben nur die Auffassung des Verfassers wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und andere Unterlagen übernimmt der Verlag keine Haftung. Rücksendung erfolgt nur bei Rückporto (ebenfalls keine Haftung).

Für Mitglieder des PSI ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten.

RELX produziert gemäß RELX Sustainable Paper Policy

RX Germany

PSI

Das Who und
How der Branche
Mein PSI. Live.

7-9 JAN 2025

PSI ACADEMY

NUTZEN SIE DIE CHANCE, IHR WISSEN VOR ORT AUF DER PSI
ZU ERWEITERN UND BESUCHEN SIE DIE **PSI ACADEMY** IN
HALLE 11 STAND A80.

Top Content:

„STUNDE DER WAHRHEIT“
„KI ERFOLGREICH NUTZEN“
„THAT'S NEW! THAT'S HOT!“
... UND MEHR

Built by
RX
In the business of
building businesses

Advertising Car Sunshades

Manufacturer since 1987



COMPACT



JUMBO

SIDE WINDOW



Clipy®



POP UP FAN

WINTER



We have all models and sizes
Please ask us



info@clipy.com - www.clipy.com - Tel +34 913 605 650