PSI Journal International Magazine For Promotional Products March 2025 Volume 64

Tritanbox Triva Qualität MADE IN GERMANY. Geschmacks- und geruchsneutrales Tritan™. Silikondichtung für sicheren Verschluss. Praktische Trennschale zum rausnehmen. 100% recycelbar. BPA-frei und ohne gesundheitlich bedenkliche Weichmacher.



– Anzeige –



PSI Journal Internationales Magazin für Werbeartikel März 2025 64. Jahrgang

Düsseldorf · G-30212





Make the CHANGE. Be the CHANGE.

3 TYPES | 36 COLOURS TWIST BALLPOINT PEN MADE FROM RECYCLED **PET MATERIAL**

PET Pen CHANGE

PET Pen CHANGE

Write the CHANGE.



















Fakten schaffen

erbewirkung war noch nie so transparent wie heute. Programmatic Advertising ermöglicht durch Transparenz in Klicks, Views, Visits, Quelle, Events die direkte und präzise Ansprache von Zielgruppen. 87 Prozent der Marketer setzen heute schon KI in ihrer täg-

lichen Arbeit ein. Werbetreibende können in Echtzeit auf Performance-Daten zugreifen und Anpassungen vornehmen, um die Kampagnenleistung zu maximieren.

Selbst im Sportbusiness gibt es heute Medienanalysen, Social Media Monitoring, Event-Tracking und Brand Lift Studies. Klassische Medien wie Print oder Fernsehen arbeiten mit Reichweitenanalysen, Tracking-Methoden und umfangreicher Marktforschung. Alles Daten, die in Unternehmen dazu dienen, ihre Budgets- und Ressourcenzuweisung zu optimieren.

All diese Analysen und Tools sind stark im Aufwind. Was möglich ist, wird möglich gemacht. Die Zeiten von Bauchgefühl sind längst vorbei. Effizienz ist besonders in abschwingenden Märkten gefragt, denn Werbebudgets stehen in vielen Unternehmen unter verschärfter Beobachtung. Es wird gespart, geschoben und Preise wurden selten so sensibel gehandelt wie heute. Verständlich, wenn die Wirtschaften in ganz Europa – mit ein paar Ausnahmen – stagnieren, eher auf Talfahrt sind.

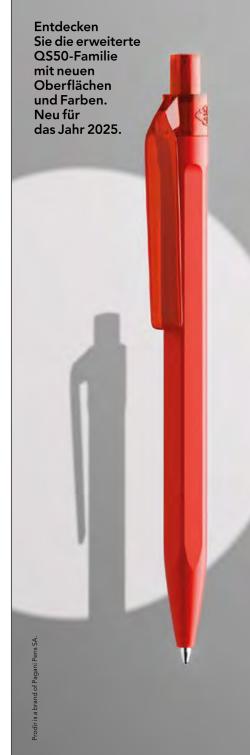
Wie kann da der Werbeartikel seien Platz in Werbespendings finden? Ja, wir wissen, die physische Präsenz dieses Werbemittels kann Markenbewusstsein und -image nachhaltiger stärken als Werbung, die vorbei rauscht und morgen vergessen ist. Haptische Werbung wirkt sehr gut Aber – und jetzt kommt es – wir müssen es auch beweisen. Besonders, wenn um uns herum nur noch Daten regieren. Die Werbeartikelwirtschaft muss sich aufmachen und wieder in Marktforschung und Wirkungsanalysen investieren. Das verlangt in diesen Zeiten mehr denn je der Wettbewerb mit anderen Werbeformen. Die Daten und Fakten, die wir haben, sind gut, sind aber auch angestaubt und reichen bei den heutigen Ansprüchen nicht aus.

Mit unseren bisherigen Erkenntnissen und Marktforschungen, und daran werden auch die Sozialen Medien nichts geändert haben, können wir sehr selbstbewusst in diese Analysen gehen. In seiner Wirkung ist der Werbeartikel nahezu unschlagbar - wir müssen es nur besser und wissenschaftlich genau präsentieren können. Verbände, die über wirtschaftliche Ressourcen verfügen, müssen in Europa in diesen Zeiten voran gehen. Wenn dies angeschoben wird, werden sich auch Unternehmen und andere Marktteilnehmer beteiligen. Es wird Zeit!

In diesem Sinne

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

Stone war erst der Anfang.



prodir

Personality pens.

Prodir Deutschland Hotline +49 6762 4069 0 Prodir Schweiz T +41 91 935 55 55 Prodir Österreich

EDITORIAL	
TRENDS & BRANDS	4
MARKTFORSCHUNG	Ó
PSI 2025 Markt der unbegrenzten Möglichkeiten	1(
PSI 2025 Stimmen und Impressionen	17
PSI 2025 Politik und Branche im Dialog	27
PSI 2025 Ehrung der PSI-Jubilare: Ein Zeichen für Zusammenhalt	 24
PRODUCT GUIDE Tischkultur, Genuss to go, Haushalt	28
BRANCHE Unternehmen, Ereignisse, Märkte PSI und GXN: Verbindungen und Synergien OMR Festival: Eine Bar als Bühne für haptische Werbung wmm 2025: Ein Tag voll Kreativität und Ideen	48 48 50 57
PRODUCT GUIDE Schreibwaren und Kalender	5
UNTERNEHMEN Daiber: Textile Vielfalt unter einem Label Werbemax: Sonderproduktion ausgezeichnet	68
PRODUCT GUIDE Innovative Produkte	 70
MEINUNG	7.
VORSCHAU – IMPRESSUM	7



Bruno – Der nachhaltige

Shopper mit Stil

Bruno ist die funktionale und nachhaltige Tasche für jeden Tag. Hergestellt aus 70 % recycelter Baumwolle und 30 % rPET, überzeugt sie durch hohen Tragekomfort und robustes Design. Mit ihren Maßen von 50 x 36 x 23 cm und Boden- sowie Seitenfalte bietet Bruno großzügigen Stauraum – perfekt für Einkäufe, Uni, Sport oder Reisen.

Dank kurzer und langer Henkel lässt sich die Tasche flexibel tragen. Mit einer Grammatur von 230 g/m² bleibt Bruno stabil und ist dennoch platzsparend verstaubar. In natürlichem Look ist sie ideal für Logos und Werbesprüche per Sieb- oder Transferdruck.

Bruno trägt die Zertifizierungen GRS und OEKO-TEX 100 – für nachhaltige Qualität, die begeistert!







www.misterbags.de





PSI 2025: Markt der unbegrenzten Möglichkeiten

Europas größte Messe für Werbeartikel, Incentives und Merchandising hat 2025 ihrem Namen alle Ehre gemacht: Hier gab es Produkte, Ideen und Lösungen für jede Marketingstrategie – live und als multisensorisches Erlebnis. Obendrein sorgte eine Fülle an Innovationen, die optimistische Stimmung und gute Laune einmal mehr für das typische PSI-Messefeeling.

Von der Küche bis unterwegs

Werbeartikel aus den Bereichen Tischkultur, Genuss to go und Haushalt bieten unschlagbare Vorteile fürs Marketing. Sie verbinden praktischen Nutzen mit emotionalem Mehrwert und hinterlassen bei Kunden einen bleibenden Eindruck. Sie kombinie-

ren Funktionalität mit langfristiger Werbewirkung und erreichen die Zielgruppe dort, wo es zählt: im täglichen Leben.



Eine Bar als Bühne für haptische Werbung

Mit einem einzigartigen Bar-Projekt auf dem OMR-Festival in Hamburg feiert die Werbeartikelbranche ihre Zusammenarbeit und demonstriert die geballte Power haptischer Werbung. Mittelpunkt ist die stylische Bar "The Hapticologist", die sich als "Center of Seven Senses" präsentiert.



Textile Vielfalt unter einem Label

Die Gustav Daiber GmbH fasst ab sofort alle Produkte ihrer beiden Eigenmarken JAMES & NICHOLSON und myrtle beach unter der neuen Mar-

ke Daiber zusammen und legt so den Fokus auf einen klaren, einheit lichen Markenauftritt. Qualität und Services bleiben dabei unverändert.









Nachhaltige Alltagshelfer

Kompakte Stromquelle im Kork-Kleid

Besonders handlich und kompakt präsentiert sich diese Solar-Energiequelle mit USB-C Anschluss. Das faltbare Solarpanel passt in jede Tasche und fängt auseinandergeklappt bei voller Sonnenexposition im Idealfall 5 Watt Leistung ein – das reicht locker zum Aufladen des Smartphones oder der Powerbank. Die ökologisch sinnvolle Energiequelle für Home, Office und Unterwegs präsentiert sich in strapazierfähigem Kork-Außenmaterial, das Öko-Anspruch unterstreicht. Spranz GmbH

www.spranz.de PSI 41462



Rommen Sonnenschein: Auf
diesen einfachen Nenner lässt sich die
wachsende Attraktivität von Werbeartikeln
mit Solarpanelen bringen. Die innovativen und
umweltfreundlichen Alltagshelfer haben in nahezu
jeden Lebensbereich Einzug gefunden. Ob SolarPowerbanks, Solar-Tischrechner, Solar-Lautsprecher
oder Solar-Gartenleuchten – Solar-Werbeartikel
bieten gleich mehrere entscheidende Vorteile. Sie sind
nachhaltiger und umweltschonender, da sie erneuerbare Energie nutzen und unterstreichen damit das
positive Image des werbenden Unternehmens. So
sind Werbeartikel mit der Kraft der Sonne eine
populäre Option für Unternehmen, die
ihre Werte und ihr Engagement für

Nachhaltigkeit kommunizie-

ren möchten.



Energie aus Sonne und Muskelkraft
Die LED-Akku-Lampe von Lumitoys
setzt nicht allein auf die Kraft der
Sonne, man kann sie auch über eine
Handkurbel nach dem Dynamo-Prinzip aufladen. Diese doppelt ökologische Form der Stromspeicherung ist
dann besonders hilfreich, wenn es
draußen wolkig ist und nicht optimal
geladen wird. Bunt und individuell
bedruckt ein Werbeartikel, der Sinn
macht.

Lumitoys GmbH www.lumitoys.de PSI 46095



Magnetische Powerreserve mit Strahlkraft

Die kompakte Powerbank von promoteus unterstützt kabelloses Laden und versorgt verschiedenste elektronische Geräte per USB mit frischer Energie. Der 5000-mAh-Lithium-Polymer-Akku der Klasse A sorgt für eine zuverlässige Stromversorgung. Als Anschlussmöglichkeiten stehen Micro-USB-, USB-C- und USB-A-Eingänge/-Ausgänge sowie kabelloses induktives Laden mit 5 Watt zur Verfügung. Außerdem hat die Powerbank eine leistungsstarke LED-Taschenlampe. Promoteus 1000KOZ, s.r.o.
www.promoteusgifts.com



5 OW

Pferdeapfel als Bio-Treibstoff

von ecobrands. Bei kaum einer anderen Marke trifft das so genau zu wie bei "Pferdeapfel". Erstaunlich ist insbesondere die Wirkung dieses Boosters oder Bio-Treibstoffs. Das Pflanzenwachstum funktioniert ohne Wenn und Aber, versprechen die Anbieter. Deshalb gibt es die Easy2Grow Garantie auf

alle Produkte der Linie. Kunden sollen sich nicht damit plagen, Pflanzen zum Keimen zu bringen, sondern einfach die Erfolge genießen, heißt es bei ecobrands.

ecobrands.promo



ecobrands respectful distribution gmbh PSI 60236

THE TANK THE TANK THE Kaum treffen die ersten wärmenden Sonnenstrahlen auf den Boden des Blumenbeetes, sehnt man sich nach bunten Blüten und wachsendem Grün. Werbeartikel, die diesem Bedürfnis im Frühjahr folgen, sind jetzt also besonders gefragt. Alle Produkte, die mit Garten und Pflanzen zu tun

Dabei denken wir nicht nur an reine Blumen- oder Kräutersamen, sondern gleichermaßen an Green Cards oder kleine Töpfchen mit Samen. Besonders beliebt: Samenbälle, die ganz einfach verteilt werden oder kleine Insektenhotels, die im Hinblick auf Bienenschutz besonders sinnvoll sind. Zum Thema passen auch Gartengeräte, Gartenschürzen, Solarlampen für den Außenbereich oder alles, was mit Outdoorvergnügen im Frühling zusammenhängt. Wichtig bei alledem: Sämtliche Artikel gehören in eine umweltfreundliche Verpackung und sollten weitgehend aus natürlichen Materialien bestehen bzw. recycelbar sein. rPET, Bio-Baumwolle, Hanf oder Jute sind da passende Kandidaten.

haben, erreichen gerade jetzt erhöhte Aufmerksamkeitswerte.

Eine Wiese für flotte Bienen

Trends & Brands

Blumig, sonnig und frisch präsentiert sich das kleine Tontöpfchen mit Erdtablette und Bienenwiesen-Samen von Multiflower. Die Banderole bietet auf der Vorderseite einen prominenten Platz für die Werbebotschaft. Direkt auf dem Tontöpfchen im Format $60 \times 50 \times 40$ Millimeter ist zudem ein Aufdruck im Tampondruck möglich. Die Gestaltung der Banderole wird ab 250 Stück angeboten.



Richtig lebendig wird das als Guerilla Gardening bekannte "wilde" Ausbringen von Samenkugeln mit den Flower-Balls von emotion factory, die Frühjahrszauber in die Gärten und Parks einziehen lassen. Egal ob als bunter Hingucker für Mensch oder Insekt, diese kleinen Kugeln, bestehend aus einer harmonischen Mischung von Wildblumensamen, Erde und Tonpulver, verwandeln freie Flächen im Handumdrehen in eine vielfältige Oase. Einfach werfen, warten und sich im blühenden Umfeld wohlfühlen. Mit einem farbenfrohen

Aufkleber kann eine Werbebotschaft perfekt platziert werden. Heri-Rigoni GmbH **Emotion-factory.com** PSI 4101









Dein Leben,

Bringe

in deine

Farbe

Welt!

NEU!

dein Stil

















































BIC® 4 COLOURS®

RAINBOW DECOR

Marktforschung



Auch der ZAW (Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft) hat vorläufige Zahlen zur Situation des deutschen Werbemarkts für das Jahr 2024 veröffentlicht. . Der Verband geht für 2024 von einem moderaten Wachstum der Werbewirtschaft auf insgesamt 50,21 Milliarden Euro aus, was einer Steigerung von 2,9 Prozent entspricht. Die Werbeinvestitionen sind demnach auf 38,36 Milliarden Euro (+3,73 Prozent) angestiegen, während die Netto-Werbeeinnahmen der Medien um 4,48 Prozent auf 27,03 Milliarden Euro anwachsen. Auffällig ist das überproportionale Wachstum der digitalen Werbeformen. Laut ZAW lassen sich diese vergleichsweise positiven Zahlen auf die werbewirtschaftlich besonderen Umstände des Jahres 2024 zurückführen (etwa "Supersportjahr", geringere Inflation) und dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Unsicherheiten im Markt enorm sind. (ZAW)

2024 war ein gutes Jahr für den deutschen Werbemarkt und auch 2025 wird aller Voraussicht nach ein gutes Jahr werden. Das ist die zentrale Aussage der Werbemarktprognose der Digital- und Mediaagentur JOM Group. In Zahlen: Die Netto-Werbeausgaben werden trotz der derzeit schwierigen konjunkturellen Lage um etwa 3 Prozent steigen. Für das kommende Jahr prognostizieren die Experten ein Wachstum um 3,2 Prozent auf ein Gesamtvorlumen von gut 30 Milliarden Euro. Als Wachstumstreiber erkennen sie die Trendthemen Video-Advertising und Retail Media. Außenwerbung ist laut JOM im abgelaufenen Jahr im zweistelligen Prozentbereich gewachsen und wird diesen Trend auch 2025 fortsetzen. Die Werbeausgaben für TV und die Einnahmen der Printmedien gingen weiter leicht zurück. (absatzwirtschaft)



81 Prozent der Empfänger nutzen Werbeartikel



Eine aktuelle Umfrage von YouGov für VistaPrint bestätigt, was schon zahlreiche Studien ergeben haben: Werbeartikel sind ausgesprochen beliebte und gern genutzte Marketing-Tools. 62 Prozent der Befragten gaben an, sich über Werbeartikel zu freuen und sogar 81 Prozent nutzen diese Produkte ganz selbstverständlich im Alltag. Die positive Resonanz von Empfängern auf die wirkungsvollen Sympathieträger, die Befragungsergebnisse wie diese widerspiegeln, können die Branche auch im neuen Jahr beflügeln.



PSIACADEMY AWARDS 2025

BEWERBEN SIE SICH JETZT!

NÄHERE INFORMATIONEN FINDEN SIE HIER:































PSI 2025

Markt der unbegrenzten Möglichkeiten

Europas größte Messe für Werbeartikel, Incentives und Merchandising hat 2025 ihrem erweiterten Namen alle Ehre gemacht: Hier gab es Produkte, Ideen und Lösungen für jede Marketingstrategie – live und als multisensorisches Erlebnis. Obendrein sorgten eine Fülle an Innovationen, die optimistische Stimmung und gute Laune einmal mehr für das typische PSI-Messefeeling.



ut gefüllte Hallen, angeregte Gespräche und fundierte Beratung – die PSI 2025 hat wieder einen kraftvollen und positiven Start ins neue Werbeartikeljahr markiert. Vielseitig und voller Highlights präsentierte sie sich als kommunikative und inspirierende Plattform der internationalen PSI-Community. Von Politik bis Party und dazwischen Innovationen, Networking, spannende Diskussionen und Learnings

– das breite Themenspektrum der PSI 2025 machte die Messe wieder zum Marktplatz der schier unbegrenzten Möglichkeiten. Aussteller aller Größenordnungen und Besucher aus aller Welt finden in der PSI ihre traditionelle Heimat. Auf den folgenden Seiten erzählen Aussteller, was sie der Branche bieten, zudem haben wir wieder besondere Momente eingefangen und Neues entdeckt.



"Werbeideen für's Wohlbefinden."

Bettina Püllenberg, Ipa Cosmetics

Was entspannt und dem Körper guttut, ist auch Balsam für die Seele. Die Hauptzutaten für Wohlfühlmomente haben wir am Stand von Ipa entdeckt. Dort gibt es ein beachtliches Sortiment nicht nur an Körper- und Gesichtspflege, sondern auch viele Tee- und Gewürzmischungen, die ihre wohltuende Wirkung von innen



entfalten - alles in werbewirksamen, kreativen Verpackungen und möglichst nachhaltig. Bettina Püllenberg stellte uns ihre jüngsten Ideen vor, etwa das Totes-Meer-Badesalz, ein reines Naturprodukt mit heilender und je nach Zusatz variierender Wirkung. "Unser neues Badesalz gibt es mit Rosenblüten, Ringelblumen, Lavendel oder Kamillenblüten, es duftet und kann auch als Peeling verwendet werden. Ob im wiederverschließbaren Beutel oder als flaches 35-Gramm-Päckchen als Mailingverstärker ist es ein Türöffner zum Beispiel für Sanitärbetriebe oder -großhandel", so Ipa-Geschäftsführerin Bettina Püllenberg. Auch Gewürze, Kräuter, Salz-Kräutermischungen und Tees sind in vielen Verpackungen, etwa auch Reagenzgläsern, zu haben und so für jeden Zweck anpassbar. Ein nützlicher Streuartikel, der von Reisenden garantiert genutzt wird: Das feste Duschgel, rein vegan, biologisch abbaubar, klein und doch sehr ergiebig. Auch wenn es am Stand noch viel zu sehen gab, nur noch ein letzter Tipp: Für die Minimühlen wurden neue Füllungen kreiert, die jetzt auch winzige Figürchen enthalten - kleine Hingucker mit großer Wirkung.

.....



Die Protagonisten der CHOICE-Gruppe am Gemeinschaftsstand (v.l.): Kathrin Stühmeyer-Halfar, Kai Gminder, Volker Griesel, Armin Halfar, Silke Eckstein, Jan Breuer und Christof Kunze.

CHOICE-Gruppe Erfolgreicher Auftakt ins neue Jahr

Beim Empfang der CHOICE-Gruppe auf der PSI 2025 begrüßte Armin Halfar die anwesenden Vertreter der Presse und sprach im Namen der Geschäftsführenden der Schwesterunternehmen Gustav Daiber, Fare, Halfar, mbw und SND Porzellan seinen Dank für die vertrauensvolle Zusammenarbeit aus. In den darauffolgenden Gesprächen äußerten sich die Unternehmensvertreter, darunter Kai Gminder und Christof Kunze von der Gustav Daiber GmbH, Kathrin Stühmeyer-Halfar und Armin Halfar von der Halfar System GmbH, Volker Griesel von der FARE – Guenther Fassbender GmbH, Silke Eckstein von der SND PorzellanManufaktur GmbH sowie Jan

Breuer von der mbw Vertriebsgesellschaft mbH, äußerst zufrieden mit dem Verlauf der Messe. Besonders betont wurde die Möglichkeit, wertvolle Kontakte zu knüpfen, die den Start ins Jahr 2025 zu einem gelungenen machten. Die positiven Rückmeldungen der Gruppen-Vertreter verdeutlichten die Bedeutung der PSI als wichtige internationale Plattform für Networking und Geschäftsentwicklung in der Branche.

"Als Hersteller sind wir schnell und flexibel."

Axel Weimar, Herka Frottier

Sie haben zwar das ganze Jahr Saison, aber im Sommer die Gelegenheit zum großen Auftritt: Die österreichischen Hamam-Tücher von Herka Frottier, die – wie sämtliche Artikel, die uns Axel Weimar und Thomas Pfeiffer am Messestand zeigen – direkt aus der eigenen Produktion des vielseitigen österreichischen Herstellers kommen. Ihre hochwertige Qualität mit Frottier, angenehmer Griff und moderner Look zeichnen die in vielen Ausführungen lieferbaren Tücher aus. "Zum Glück haben sich die Lieferketten wieder normalisiert, so dass unsere Rohstoffe wieder kurzfristig verfügbar sind. So können wir für alle Produkte wieder kurze Lieferzeiten von rund vier bis sechs

Wochen bieten", sagt Axel Weimar, Vertriebsleiter B2B Sonderanfertigungen Deutschland. Dank seiner Herstellerkompetenz kann Herka Sonderanfertigungen, etwa individuelle Jaquard-Einwebung, schon ab sehr kleinen Mengen realisieren, fügt Firmeninhaber Thomas Pfeiffer hinzu.



"Auch in diesem Jahr war es für unser Team ein starker Auftritt."

Hendrik Koemans, Inkcups Europa GmbH

Die PSI ist für Inkcups immer ein großartiger Start in das neue Jahr, und auch in diesem Jahr war es für unser Team ein starker Auftritt, der die Möglichkeit bot, bestehende Kunden und neue Interessenten zu treffen. Als Ausrüster der Branche können wir auf der PSI zeigen, wie unser Produktportfolio den Werbeartikelhändlern helfen kann, ihre Kunden besser zu bedienen, und wir können auf eine Reihe Erfolgsgeschichten verweisen, die wir in den vergangenen Jahren auf der Messe erlebt haben. So sah unser Kunde The Branding Lab letztes Jahr auf der PSI den zylindrischen Tintenstrahldrucker Helix ONE® in Aktion und entschied sich auf der Messe, das Gerät in seinen Betrieb aufzunehmen.

Auf der PSI 2025 feierte unser Nano Pin Curing sein Europadebüt und wurde von den Besuchern unseres Standes hervorra-



gend aufgenommen. Nano Pin Curing ermöglicht das Bedrucken von transparenten, zylindrischen Objekten, ohne dass ein UV-Sperrmittel erforderlich ist, was für Drucker von Getränken äußerst wünschenswert ist. Außerdem zeigten wir dieses Jahr eine Reihe unserer UV-Inkjet-Direktdrucklösungen zur PSI, darunter den XJET Switch, den Double Helix®, den Helix ONE® und den X5-T.

Was die Trends angeht, so hatten viele Produkte auf der PSI in diesem Jahr einen Hauch von High-End und Premium, da die Marken immer mehr versuchen, sich von der Masse abzuheben und etwas mit dem "Wow"-Faktor anzubieten. Auf der PSI haben wir gezeigt, wie unsere Direct-to-Object-Drucker für Artikel wie Premium-Spirituosenflaschen, Kerzenhalter, wiederverwendbare Trinkgefäße aus Edelstahl und vieles mehr verwendet werden können – alles ideale Artikel, die eine echte Verbindung herstellen.

Wenn man sich die Besucherzahlen an unserem Stand und die Aktivitäten in den PSI-Hallen im Allgemeinen anschaut, dann wird 2025 ein wunderbares Jahr für unsere Branche. Inkcups ist zwar ein Unternehmen mit Hauptsitz in den USA, aber unsere europäische Niederlassung (mit Sitz in Freudenberg, Deutschland) entwickelt sich

immer besser, was die Kunden und Interessenten, mit denen wir auf der Messe gesprochen haben, sowie unser wachsendes europäisches Team deutlich gezeigt haben.

Personalisiertes und individuelles Trinkgeschirr ist nach wie vor ein äußerst beliebter Markt, der weiter wächst, und die Möglichkeit, mit der Geschwindigkeit und Qualität der Inkcups Helix®-Modelle auf Anfrage zu drucken, ist im Werbebereich nach wie vor sehr begehrt, so dass wir davon ausgehen, dass das Interesse an diesen Geräten weiter steigen wird.

Auf der PSI haben wir dieses Jahr auch einen Schwerpunkt auf wiederverwendbare Taschen festgestellt. Der Inkcups XJET Switch ist eine bahnbrechende Technologie für die Taschendekoration, die eine nahtlose Produktion von lebendigen, hochwertigen Drucken direkt auf eine Reihe von Taschen ermöglicht, und wir haben mit vielen Unternehmen gesprochen, die diesen Trend nutzen wollten.

"Wir möchten die Welt ein bisschen besser machen."

Maximilian und Dagmar Kornhaas, Maxx Factory

Ein sympathisches und überaus kreatives Duo: Dagmar und Maximilian Kornhaas von Maxx Factory präsentierten ihre innovativen Produktideen, die sie mit natürlichen und nachhaltigen Materialien im eigenen Betrieb in Bayern umsetzen. Die ansteckend gute Laune von Mutter und Sohn und ihre Überzeugung, mit ihren

Produkten die Welt ein bisschen besser zu machen, zog viele Besucher an, die von den Kollektionen aus edlem Naturwollfilz oder Recyclingfilz (aus 100 Prozent recycelter Merinowolle), der waschbaren Leder-Alternative Papyr, PET Filz oder Upcycling rPET Filz begeistert waren. "Vom Schlüsselanhänger als perfekter Streuartikel über eine Vielfalt an Lunchboxen als hochwertige Präsente bis zu nachhaltigen Rucksäcken, Taschen, Laptophüllen und noch vieles mehr – da ist für jeden Einsatz etwas dabei", erklärt uns Maximilian Kornhaas und zeigt uns auch seine neuen flauschigen Beutel, Gürteltaschen und Wärmeflaschen aus Fluffy-Filz aus recycelten PET-Flaschen. Leuchtende oder pastellige Farben, ausgereiftes Design mit witzigen Details, hervorragende Qualität made in Germany zeichnen die funktionalen Produkte aus. Alles, was wir gesehen haben, zeugt von gutem Geschmack und Sinn für's Wesentliche. Kein Wunder, dass MAXX Factory heute nicht nur die Werbeartikel der Produktlinie promotionMAXX produziert. sondern mit seinen Marken filzMAXX und papyrMAXX auch hochwertige Designartikel und Wohnaccessoires für den Handel. Damit die Welt nicht nur besser, sondern auch schöner wird.



Kalfany Süße Werbung – BIC Graphic Vielfalt vereint auf der PSI

Dass die Werbeartikelwirtschaft ein enorme Vielfalt an multisenorischen "Hapticals" vereint, ist nirgends so sehr zu erleben wie auf Europas Leitmesse für Werbeartikel,



Incentives und Merchandising, der PSI. Hier finden die unterschiedlichsten Produktgruppen eine ideale Präsentationsbühne. Dass dies bei allem gesunden Wettbewerben meist sehr harmonisch vonstatten geht, war auch auf der diesjährigen Messe zu spüren. Man gönnt sich untereinander die Erfolge. Auf unserem Bild werben die knuddeligen Vertreter der "Bären Company" Kalfany Süße Werbung Arm in Arm mit dem Logo-Männchen des Spezialisten BIC Graphic, der auf der PSI sein werbestarkes Sortiment an Schreibgeräten, Feuerzeugen und Notizbüchern vorstellte.

"Design-Globen inspirieren nicht nur Weltenbummler."

Uschi Kindlein, Troika

Die ganze Welt täglich vor Augen - die Design Globen Kollektion von Troika bringt Reiseerinnerungen und -vorfreude in die Wohnung oder ins Büro und lädt ein, die Erde spielerisch zu erkunden und den nächsten Trip zu planen. Die Globen gibt es in vielen Variationen und Größen: Mit Relief, beleuchtet, bunt, mit verschiedenfarbigen Füßen und sogar aus Recycling-Kunststoff. "Unsere Design Globen inspirieren alle Reisefreudigen und setzen als formschöne Designobjekte außergewöhnliche Akzente in jedem Interieur, etwa auch als Lichtquelle oder Buchstütze", sagte Uschi Kindlein. "Sie sind wertvolle, langlebige Präsente für viele Zielgruppen, die auf viele Arten individualisiert werden können." Der neue, thematisch passend mit einem riesigen Bild der Erde gestaltete Messestand war beeindruckend und zog die Aufmerksamkeit schon von weitem auf sich.





"Die Nachfrage nach umweltfreundlichen Produkten steigt weiter."

Jacqueline Behr, tobra GmbH & Co. KG

Die PSI 2025 war für uns ein voller Erfolg und unterstreicht die zunehmende Bedeutung nachhaltiger Werbemittel "Made in Germany". Die Nachfrage nach umweltfreundlichen Produkten steigt weiter, was wir nicht nur durch die vielen konstruktiven Gespräche mit unseren langjährigen Kunden, sondern auch durch zahlreiche neue Kontakte auf der Messe gespürt haben. Besonders erfreulich: Erste Aufträge konnten wir direkt vor Ort abschließen, weitere folgten bereits in den ersten Tagen nach der Messe.

Im Fokus unseres Messeauftritts standen innovative, nachhaltige Produkte wie unsere torffreien Bio Seedballs, die wir



nun auch im Pergaminbeutel für Low-Budget-Projekte anbieten. Als Neuheit präsentierten wir einen FSC-zertifizierten Eierhalter in Form eines Osterhasen, der ebenso gut ankam wie unsere neuen Streuartikel - darunter Tic-Tac-Toe, Tangram und Magnet-Puzzle. Ein Highlight war auch unser Floweregg in einer passenden Osterverpackung.

Für 2025 sehen wir eine positive Entwicklung in der Werbeartikelbranche, getragen von den steigenden Ansprüchen an Nachhaltigkeit und Qualität. Themen wie Ressourcenschonung und innovative Produktkonzepte werden die Branche weiterhin prägen – und wir freuen uns, mit unseren Produkten dazu einen Beitrag zu leisten.

"Eigene Ideen quer durch die Küche."

Yonas Holtkamp, Mykraut

Was duftet da so appetitlich? Das fragten sich viele Besucher, die am Stand vom Mykraut in der Newcomer Area vorbeikamen. "Wir bieten dekorative, nachhaltige Gewürzmischungen in plastikfreien Verpackungen an", informiert Yonas Holtkamp. Was man da sehen und probieren konnte, waren allesamt eigene Produktideen und Rezepturen des jungen Unternehmens: Gewürze, Kräuter- und Fruchttoppings für Butterbrot, Salat oder Müsli – die nicht nur Hobbyköche inspirieren, sondern auch im Alltag viele Genussmomente bescheren.





"Wir fangen dort an, wo Kataloge aufhören."

Moritz Thamm, Know how International

,Was wir bieten, kann man nicht wirklich ausstellen: Denn wir kreieren Sonderanfertigungen, die gemeinsam mit dem Kunden neu entwickelt werden", erklärt uns Geschäftsführer Moritz Thamm die Kernkompetenz des Unternehmens. Am Messestand waren interessante Produktbeispiele zu sehen, die im Zuge verschiedener Projekte entstanden sind, etwa bewegliche Figuren, für die ein neues, besser bewegliches Skelett aus Kunststoff entwickelt wurde. Thamm und sein Team realisieren also komplett neue Ideen, gefertigt wird dort, wo für die spezielle Aufgabe die nötige Expertise vorhanden ist. Das klingt nicht nur interessant, sondern auch nach richtig viel Know how.

"Wir bieten Schirmkompetenz seit 35 Jahren."

Sönke Hinrichs, Inspirion

Dass die PSI Inspirion-Chef Sönke Hinrichs wieder Spaß machte, war nicht zu übersehen: "Unsere Produkte kommen gut an, wir treffen alte Freunde und knüpfen auch viele neue Kontakte. Es freut mich besonders, dass unsere Schirme noch immer so großes Interesse wecken. Denn Schirme sind der traditionelle Schwerpunkt in unserem Portfolio, mit Schirmen haben wir vor 35 Jahren angefangen", so Hinrichs. Deshalb widmet er diesem klassischen Produkt besondere Sorgfalt und hält ein breites Sortiment an Schirmen in gutem Preis-Leistungs-Verhältnis und hohen Lagerbeständen vor. Im Digitaldruck sieht er die Zukunft und hat Inspirion mit eigenen Druckereien bestens aufgestellt. Die Ecovadis-Zertifizierung in 2024 ist ein wichtiger Schritt Richtung Nachhaltigkeit.



Kultige Knautschfiguren Königlicher Blickfang

Ein wahrhaft königlicher Blickfang der besonderen Art bot sich Besuchern am Gemeinschaftsstand der CHOICE-Gruppe im Sektor des Unternehmens mbw. Ein überdimensionales Exemplar der kultigen und wandlungsfähigen Knautsch- und Anti-Stress-Figuren des Gute-Laune-Produkte-Spezialisten aus Deutschlands hohem Norden – seine Exzel-



lenz König Bert der Erste – animierte Interessenten zum Besuch der neuen Kollektion. Im Jahr 2025 begeht mbw sein 45-jähriges Bestehen. 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. Wie auch am Stand auf der PSI zu erleben, ist das Jubiläum nicht nur ein Rückblick. sondern auch ein Ausblick auf eine Zukunft voller kreativer Ideen und hochwertiger Produkte.

"Für uns persönlich war die Messe eine Inspiration."

Alexander und Dennis Dirscherl, CD-Lux GmbH

Die PSI war für uns ein voller Erfolg. Wir durften viele unserer Stammkunden begrüßen und konnten wertvolle neue Kontakte knüpfen, insbesondere auch im Exportbereich. Für uns persönlich war die Messe eine Inspiration und zugleich Möglichkeit zum Networken mit Kollegen, Freunden und Marktbegleitern. Nicht zuletzt war die PSI Party ein sehr gelungener Event für unser Team. Als einer der führenden Hersteller für individuelle Adventskalender bieten wir mittlerweile ein Vollsortiment an süßen Werbemitteln für das ganze Jahr. Für 2025 haben wir unser Programm an innovativen Produkten stark ausgebaut. Die PSI war daher die ideale Gelegenheit unsere Neuheiten einem breiten Publikum zu präsentieren. Wir haben von der Messe eine sehr positive und zuversichtliche Stimmung mitgenommen und freuen uns auf einen starken Start ins neue Jahr.



Mit unserem neuen Ganzjahresprogramm sind wir bereit für die Zukunft. Persönlich glauben wir, dass die Wahlen im Februar dem Markt guttun werden und eine für neue Aufbruchsstimmung und positive Vibes in der Wirtschaft sorgen werden. Wichtige Themen bleiben aus unserer Sicht weiterhin Nachhaltigkeit, Gesundheitstrends, Digitalisierung und Kl. Wir freuen uns auf ein erfolgreiches Jahr 2025 und wünschen auch unseren Händlern einen tollen Start.

Goldstar Rebranding: Mehr als ein neuer Look

Goldstar präsentierte auf der PSI seine neue Markenidentität. Wofür der Slogan "Simply better" steht, erklärte Global Field Marketing Manager Anna Purtselazde im Interview mit dem PSI Journal auf der PSI 2025. Wer Ihren Stand ansteuert, dem fällt sofort die neue Gestaltung und der fri-

sche Look auf. Was steckt dahinter?

Der neue Messestand gehört zum Gesamtkonzept unseres Rebranding-Prozesses: Er ist offen, hell und einladend und wirkt geradlinig und "clean". Damit spiegelt er unseren neuen Fokus auf Simplicity und Nachhaltigkeit wider, der unserem neuen Markenauftritt zugrunde liegt. So ermöglichen wir unseren Geschäftspart-

nern und Marken, intelligentere und wirkungsvollere Entscheidungen zu treffen.

Welche Aspekte umfasst das Rebranding insgesamt?

Wir haben unser Logo neugestaltet und unterstreichen damit unsere Markenidentität. Auch strategisch haben wir uns neu ausgerichtet und bieten eine noch breitere Produktpalette von sorgfältig entworfenen Produkten an, darunter Schreibgeräte, Trinkgefäße, Taschen und Schreibwaren. Bei der neuen Kollektion haben wir besonderen Wert auf Nachhaltigkeit gelegt und setzen auf Recyclingmaterialien und von der Natur inspirierte Farben.

Welche Ziele verbinden Sie mit dem Rebranding?

Zum einen möchten wir unseren vielen treuen Kunden neue und spannende Lösungen bieten. Die innovativen Produkte, die einfachen All-Inclusive-Preise, die außergewöhnlichen Veredlungslösungen und das Engagement für verbesserte ökologische Maßnahmen machen Goldstar zur vertrauenswürdigen Wahl für Vertriebspartner weltweit. Mit unserem Rebranding haben wir aber auch neue, junge und dynamische Zielgruppen im Visier, die besonderen Wert auf klares, junges Design und Nachhaltigkeit legen. Die PSI hat uns gezeigt, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben. Eine neue Ära hat begonnen!



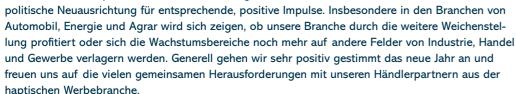


"Das Interesse an unseren Neuheiten war sehr groß." Stephan Horlebein, MAXIM Ceramics GmbH

Für uns war die PSI 2025 vergleichbar mit unserem letzten Auftritt in 2023, auch wenn die Anzahl der Kontakte etwas geringer war. Dafür hatten wir mehr qualitativ gute Gespräche sowie auch einige neue Kontakte. Auch wenn sich im Vergleich zu früheren Jahren nicht immer gleich direkte Geschäfte ergeben, so betrachten wir die PSI nach wie vor als einzige europäische Messeplattform, die die Möglichkeit bietet, sich auf dieser Ebene zu präsentieren.

Das Interesse an unseren Neuheiten war sehr groß, insbesondere auch bezüglich unserer vielfältigen Dekorationsmöglichkeiten in Kombination mit unseren diversen Einfärbetechniken. Die neuen Keramikbecher mit satinierter Oberfläche, wie z.B. die Modelle "Eden" oder "Smart Supreme" standen ebenso im Fokus, wie das erweiterte Portfolio des Artikels "Berg". Sehr gut angenommen wurde auch die Möglichkeit, alle Modelle aus unserem Kerzenportfolio "Candlesphere" optional auch als Windlicht, sprich ohne Sojawachsfüllung bekommen zu können. Wir versuchen immer, farbliche Trends mit unseren Neuheiten zu verbinden, was uns auch diesmal wieder gelungen sein dürfte.

Unter Einbeziehung der aktuellen wirtschaftlichen Lage auf nationaler Ebene und der weltpolitischen Entwicklung lässt sich eine verlässliche Prognose nur schwer definieren. Dennoch sind wir optimistisch, an unser erfolgreiches Jahr 2024 auch im Jahr 2025 mit viel Engagement wieder anknüpfen zu können. Hierbei sorgt sicherlich auch die





PSI Photo Corner Place to be

Dass die PSI Messe für europäische Branchenprofis ein absoluter "Place to be" ist, zeigt sich regelmäßig Anfang des Jahres in Düsseldorf. Um diese Präsenz auch angemessen im Bild festhalten zu können. haben die Organisatoren direkt im Eingangsbereich der Halle 9 unter dem Motto "Smile, snap, share - Your memories in focus!" eine von den Unternehmen Richartz und Troika mit gesponserte "PSI Photo Corner"-Präsentationsfläche aufstellen



lassen, den Besucher wie Aussteller fast pausenlos nutzten, um launige Schnappschüsse zu schießen, die vielfältig in sozialen Medien gepostet wurden.





"Individuelles Papierdesign in kleinsten Mengen."

Patrick Richter, Paper+Design tabletop

Als Design-Partner und Tochterunternehmen der bekannten Marke Duni ist Paper+Design langjähriger Aussteller auf der PSI – und auch dieses Jahr wieder zufrieden. "Wir bieten unseren Kunden ein breites Sortiment an individuell gestalteten Produkten rund um den gedeckten Tisch mit umfassendem Service von der Designberatung über die technische Umsetzung bis hin zur Lagerung. Ein eigenes Logo, Bilder, Texte oder ein individuell auf die Bedürfnisse des Kunden angepasstes Design aus unserer umfangreichen Designdatenbank - wer mit uns seine Vorstellungen umsetzen möchte, ist dank unserer langen Erfahrung in bes-

ten Händen, so Patrick Richter. Das Unternehmen arbeitet mit modernsten Drucktechniken und Digitaldruck und kann daher auch kleinste Mengen individuell gestalten. So gibt es persönliche Servietten schon ab drei Packungen. "Ein besonderer Hingucker mit hohem Aufmerksamkeitswert ist das nach eigenen Vorstellungen bedruckbare Toilettenpapier. Ein toller Gag - nützlich und werbestark."

.....







125 Jahre Klio: Jubiläums-Empfang auf der PSI

Zum Auftakt des Jubiläumsjahrs hatte Klio Eterna Kunden und Freunde am zweiten Messetag zu einem Empfang ins Community Café unmittelbar neben dem Messetand eingeladen. Geschäftsführer Michael Gleich, der selbst seit 40 Jahren dem Unternehmen angehört, begrüßte die Gäste und bedankte sich bei den langjährigen Kunden für ihre Loyalität und das Vertrauen in die Leistungskraft und Innovationskompetenz des traditionsreichen Schreibgeräteherstellers: "Wir sind stolz darauf, dass unsere Firmengeschichte bis ins Jahr 1900 zurückreicht und wir uns seither zu einem der führenden Schreibgerätehersteller Europas entwickelt haben. Ohne Sie, unsere Kunden und unsere Mitarbeiter, wären wir nicht da, wo wir heute stehen. Ich bedanke mich bei Ihnen allen für Ihre Treue und auch beim PSI, das uns als einem der ersten PSI-Mitglieder viele Türen geöffnet hat."

Neues Logo: Blick aufs Wesentliche

2025 wird für Klio-Eterna ein ganz besonderes Jahr, und das soll auch nach außen hin sichtbar werden: So wurde ein neues Logo entwickelt, das den Kugelschreiber wieder ins Design integriert - eine Herzensangelegenheit, denn schließlich dreht sich beim traditionsrechen Hersteller jeden Tag alles um Kugelschreiber. Das zeitgemäße Logo ziert bereits das Firmengebäude und ist auf der Website, dem neu gestalteten Messestand und im aktuellen Katalog in Einsatz.

Eigene Fertigung und Verantwortungsbewusstsein

Unter dem Stichwort "Mit Verantwortung die Geschichte von morgen schreiben" startet Klio gut gerüstet und in frischem Look ins Jubiläumsjahr, Eigene Minenfertigung, eigene große Spritzgussabteilung, Montage und Druck – bei Klio-Eterna wird noch alles im Haus gefertigt. Mit der zurzeit anspruchsvollsten Umweltzertifizierung EMAS unterstreicht das Unternehmen sein nachhaltiges Handeln auf allen Ebenen.



Der Empfang auf der PSI 2025 war ein weiterer Meilenstein in der 125-jährigen Geschichte von Klio Eterna, Geschäftsführer Michael Gleich bedankte sich bei den Kunden und seinem Team für ihre Loyalität.



"Jedes Jahr wächst die Nachfrage nach europäischer Produktion und strengen Umweltstandards."

Anna Nyhlin, TEKO TRYCK AB

Wir kommen insgesamt auf 220 Kontakte, davon sind 50 Prozent neu für uns. Wir nehmen auf der Messe keine Aufträge an, da alle von uns gedruckten Entwürfe von den Kunden unserer Kunden erstellt werden. Die PSI ist für uns die wichtigste Messe der Werbeartikelbranche. Mit Kunden in der ganzen Welt und einem Exportanteil von 85 Prozent ermöglicht uns die PSI den Kontakt zu vielen großen europäischen Werbeartikelhändlern. Wir hoffen, dass künftige PSI-Messen wieder das Niveau



von vor der Pandemie erreichen werden. Jedes Jahr wächst die Nachfrage nach europäischer Produktion und strengen Umweltstandards, was auf der diesjährigen Messe besonders deutlich wurde. Unsere Produktpalette - schwedische Geschirrtücher, Küchentücher und Velourstücher - passt perfekt in diese Thematik, sie sind umweltfreundlich, werden in Europa hergestellt und in Schweden bedruckt. Wir sehen einen positiven Trend in der Zukunft. Unsere Produkte erfüllen sowohl hohe Umweltstandards als auch die wachsende Marktnachfrage. Wir freuen uns auf die PSI 2026!

"Die Reichweite der PSI ist aktuell mit keiner anderen Messe vergleichbar."

Christiane Nemetz, elxact Internationale Werbemittel GmbH

Die PSI 2025 war für uns ein voller Erfolg. Unser Ziel für die Messe war, neue Kundenkontakte aus dem In- und Ausland zu knüpfen und das ist uns mit Bravour gelungen. An den ersten beiden Tagen wurden wir überrannt von Standbesuchern und haben über 500 Muster verteilt. Die Reichweite, die uns die PSI aktuell bietet, ist aktuell mit keiner anderen Messe vergleichbar. Im Fokus stand wieder unsere Würfelwelt mit den bekannten Zauberwürfel und Klappwürfel in vielen Varianten aus Eigenproduktion. Neu in unserem Portfolio sind Spielwürfel aus Holz die einzeln oder als Set produziert werden, Puzzlewürfel sowie normale Legepuzzle. Unsere Legepuzzle werden aus FSC- und PEFC zertifizierter 100 Prozent recycelter Pappe hergestellt. Wir haben auch wieder auf unser großes internationales Lieferantennetzwerk aufmerksam gemacht: Hierdurch ist es uns möglich, Sonderproduktion auch bei geringen Mengen zu realisieren und Werbeartikel zu produzieren, die nicht überall zu finden sind. Wir schauen für elxact positiv ins neue Jahr und sind gut aufgestellt. Ich denke das Jahr wird weltweit von vielen Veränderungen geprägt sein. Wir werden jedoch als kleines Unternehmen, mit unserer Agilität punkten können. Für



die Branche wird es ein weiteres Jahr mit vielen Herausforderungen – ob das nun die E-Rechnungen betrifft oder das neue Produktsicherheitsgesetz. Wir sind durch mein fundiertes Fachwissen im Bereich der Produkt Compliance gut auf alles vorbereitet!

Veredelung

Kugelschreiber ganz persönlich

Dass auf der PSI Messe nicht nur zahllose kreative "Hapticals" für jegliche Marketingzwecke zu finden sind, sondern auch die aktuellen Techniken präsentiert werden, wie Produkte auch wirkungsvoll veredelt und personalisiert werden können, macht die PSI zu einer ganzheitlichen Plattform der Werbeartikelindustrie. Zwar konzentrierten sich in Halle 11 auf der Fläche der "Sonderschau Veredelung" viele Spezialisten, doch gab es auch an zahlreichen Ständen viele Beispiele dafür, wie sich Produkte im Handumdrehen zu ganz persönlichen Werbegaben verwandeln lassen. Unser Bildbeispiel zeigt den Laserautomaten der uma Schreibgeräte Ullmann, an dem sich die Besucher Kugelschreiber mit der Aufschrift ihrer Wahl anfertigen lassen konnten.





"Für Secrid und Chipolo gewinnt die PSI an Bedeutung."

Jörg Schachten, Secrid c/o Corporate Gift Germany

Wir sind sehr zufrieden mit der PSI 2025. Trotz der durchgeführten Messen und Kundenbesuche der vergangenen zwei Jahre gab es viele neue Kontakte. Besonders zu erwähnen ist dabei das Ausland. Für Secrid und Chipolo gewinnt die PSI an Bedeutung. Daher wurde direkt für 2026 ein größerer Stand gebucht. Neben neuen Farben und Designs wurde zum ersten Mal parallel die Marke Chipolo mit ihren Item Finder für IOS und Android gezeigt. Auch diese fanden großen Anklang. Wenn man die Vielzahl der Messekontakte sieht, müsste man von eine sehr guten Jahr 2025 ausgehen. Es bleibt abzuwarten, wie sich die allgemeine Wirtschaft entwickelt.

"Hier sind Leute unterwegs, die ihr Handwerk verstehen."

Robin Stockschlaeder, WESTERWALD-BRAUEREI H. Schneider GmbH & Co. KG

Die PSI ist für uns stets ein Highlight direkt zu Jahresbeginn. Man merkt: Hier sind Leute unterwegs, die ihr Handwerk verstehen, die immer mit positiver Energie unterwegs sind und die Suche nach den neusten Trends antreibt. Wir sind als Handwerksbrauerei mit unseren 5I-Partyfässern im individuellen Design seit einigen Jahren in der Werbemittelbranche beheimatet und fühlen uns super wohl. Umso mehr freuen wir uns immer wieder über den Austausch, denn im Rahmen der PSI ergeben sich stets neue, branchenübergreifende Kontakte. Und wer einmal bei uns am Stand war, kommt eigentlich immer mindestens auch ein zweites Mal vorbei. Denn bei einem guten Hachenburger Bier lässt es sich bekanntlich am besten diskutieren. Wie erwähnt, konzentrieren wir uns seit einigen Jahren darauf, einzig unsere individuellen 5I-Partyfässer zu vermarkten. Das Produkt entwickelt sich stetig weiter, seit Mitte 2023 sind unsere Fässer beispielsweise aus nachhaltigem bluemint@-Steel von thyssenkrupp Rasselstein gefertigt und auch in puncto Design durchbrechen wir immer wieder neue Schallmauern. Diesen Fokus schätzen unsere Kunden und Geschäftspartner sehr, zudem unsere Flexibilität. Denn auch in puncto Abnahmemengen und Stückelung gehen wir immer wieder neue Wege, individuell abgestimmt auf die jeweiligen Kunden. Wir erwarten ein anhaltendes Umsatzwachstum in diesem Angebotssegment. Werte, die auch in unserer volldigitalisierten Arbeitswelt nicht an Gewicht verlieren. Im Gegenteil. Wir starten deshalb frohen Mutes ins Jahr 2025, auch in dem Wissen, dass wir hervorragende Werbemittelhändler als Partner haben, mit denen die Zusammenarbeit stets große Freude bereitet.



"Die meisten Händler sind optimistisch, ihre Ziele in diesem Jahr zu erreichen."

Uwe Thielsch, koziol »ideas for friends GmbH

Insgesamt sind wir rundum zufrieden mit der Resonanz. Zwar hatten wir etwas weniger Besucher als vergangenes Jahr am Stand, konnten dies aber durch qualitativ hochwertige Kontakte mehr als kompensieren. Und der dritte Tag lag deutlich über unseren Erwartungen. Viele Händler, zum Teil auch in Teamstärke, kamen mit ihren interessierten Industriekunden, die sich ausführlich haben beraten lassen. Erfreulich für uns war zu erfahren, dass in den Marketingbudgets keine Bedarfe gekappt werden und nach wie vor die Bereitschaft zu spüren ist, hochwertige Markenartikel einzusetzen, die lange und nachhaltig wirken. Neben Kunden- sind hier auch Mitarbeiterbindung und Onboarding aktuelle Themen. Trotz noch unsicherer Entwicklungen und Rahmenbedingungen signalisieren die meisten Händler Optimismus, ihre Ziele in diesem Jahr zu erreichen. Der Branche ist aber auch bewusst, dass hier gesteigerte Aktivitäten notwendig sind und jeder ein Stückchen mehr tun muss, um die Erwartungen zu erfüllen. Nach wie vor wichtig und gefragt sind "Made in Germany" und nachhaltige Werbeartikel aus nachhaltigen Materialien. Koziol erfreut sich in diesen Bereichen weiterhin großer Beliebtheit. Die Strahlkraft unserer Marke war auch auf dieser PSI deutlich zu spüren. Wir präsentieren farbenfrohe, vielfältig wie clever kombinierbare Produktkonzepte, die Lebensfreude signalisieren - gerade in Zeiten wie diesen von großer Bedeutung.





Politik und Branche im Dialog

Zur Eröffnung der PSI Messe ist es lieb gewonnene Tradition, Gäste aus der Politik einzuladen, ihnen die Werbeartikelbranche näherzubringen und vor Ort die Innovationsfähigkeit der Branche zu demonstrieren, aber auch aufzuzeigen, wo der Schuh drückt. Für die Eröffnung der PSI 2025 konnte Messeveranstalter RX Markus Herbrand, Mitglied des Deutschen Bundestages und FDP-Obmann des Finanzausschusses, hierfür gewinnen.

n einer lockeren Eröffnungsrunde diskutierten Peter Beichel, Geschäftsführer der Bensussen Deutsch & Associates GmbH. Kathrin Stühmeyer-Halfar, Geschäftsführerin der Halfar System GmbH, gemeinsam mit Petra Lassahn, Direktorin der PSI, und Markus Herbrand über die aktuellen Herausforderungen, die die Werbeartikelwirtschaft im Einzelnen und die deutsche Wirtschaft im Allgemeinen prägen.

Bürokratie als größte Herausforderung

Ein zentrales Thema der Diskussion waren die hohen bürokratischen Hürden, mit denen sich Unternehmer konfrontiert sehen. Stühmeyer-Halfar und Beichel betonten, dass insbesondere Einzelunternehmer sowie mittelständische Unternehmen unter dem wachsenden bürokratischen Aufwand leiden. "Die Bürokratie ist ein Wettbewerbsnachteil, den wir dringend abbauen müssen", so Stühmeyer-Halfar. Markus Herbrand erkannte diesen Befund rundherum an und äußerte sich selbstkritisch zu den Bemühungen in Bezug auf Bürokratieabbau: "Die nun scheidende Bundesregierung,

der auch meine Partei angehörte, hat es nicht geschafft, die ausufernde Bürokratie in den Griff zu bekommen. Es ist gängige Praxis, ständig neue Gesetze zu erlassen, ohne im Gegenzug bestehende Vorschriften entsprechend zu reduzieren. Das führt dazu, dass die Anforderungen an die Unternehmen stetig steigen." Herbrand machte deutlich, dass die nächste Bundesregierung gefordert sei, dies zu ändern. Und zudem europarechtliche Regelungen einfacher und pragmatischer in nationales Recht umzusetzen, als dies bislang der Fall gewesen sei. Trotz der drängen-

den Herausforderungen blickte der Politiker optimistisch in die Zukunft: "Mit engagierten Unternehmern und gut ausgebildeten Arbeitskräften hat Deutschland alle Chancen auf einen erneuten Wiederaufstieg als Wirtschaftsna-

Innovative Werbeartikel vorgestellt

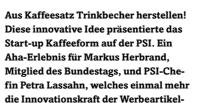
Im Anschluss an die Diskussion begab sich der Bundestagsabgeordnete mit Petra Lassahn auf einen Messerundgang, um einen Eindruck von innovativen Produkten und



Im Dialog: Peter Beichel, Geschäftsführer der Bensussen Deutsch & Associates GmbH, Kathrin Stühmeyer-Halfar, Geschäftsführerin der Halfar System GmbH, gemeinsam mit Petra Lassahn, Direktorin der PSI, und MdB Markus Herbrand bei der Eröffnung der PSI 2025.







wirtschaft demonstriert.



Tradition und Wertigkeit - dafür steht Victorinox. Dass dies auch wichtige Werte beim Einsatz von Werbeartikeln sind, davon überzeugte Marion Quast den Besucher aus der Politik.



Bei koziol diskutierten Markus Herbrand, Stephan Koziol und Uwe Thielsch über die Vorteile der Werkstoffs Kunststoff. Fazit: Ohne Kunststoff keine Nachhaltigkeit!

dem Unternehmergeist der ausstellenden Unternehmen zu gewinnen. Ein besonderes Highlight war der Stand des PSI-Neuausstellers Kaffeeform, dessen Gründer und CEO Julian Nachtigall Lechner mit seinen umweltfreundlichen Tassen und Bechern aus Kaffeesatz beeindruckte. Eine Idee, welche 2009 geboren wurde. Nach drei Jahren fand Produktdesigner Nachtigall Lechner die einzigartige Formel. Seitdem wurden über 400.000 aus recyceltem Kaffeesatz und nachwachsenden Rohstoffen hergestellte Tassen produziert und verkauft.

Unternehmergeist treibt Wirtschaft

Die nächste Station des Rundgangs führte zu koziol, wo Stephan Koziol, Geschäftsführer koziol und Uwe Thielsch, Sales Director koziol, den Gästen das Sortiment des langjährigen PSI-Ausstellers und bekannten Markenherstellers zeigten. Hierbei entwickelte sich ein tiefgründiger Dialog rund um das Für und Wider von Kunststoff als notwendiger Werkstoff. "Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern eine

Notwendigkeit", brachte es Stephan Koziol in einem leidenschaftlichen Plädoyer für den Kunststoff auf den Punkt. Abgerundet wurde der Rundgangmit einem Stopp bei Victorinox, wo Marion Quast, Head of Corporate Business, Markus Herbrand über die Herausforderungen im Werbeartikel-Business informierte. Die vielseitigen Produkte des Schweizer Traditionsunternehmens zeugen von Innovationskraft und Qualität, die nicht nur in der klassischen Werbung, sondern auch im Corporate Branding zum Einsatz kommen.

Die Diskussion schloss mit einem positiven Ausblick auf das neue Jahr. Die PSI 2025 zeigte, dass trotz bürokratischer Hürden der Unternehmergeist in der Werbeartikelwirtschaft lebendig und dynamisch bleibt – eine Botschaft, die sowohl aus der Politik als auch der Wirtschaft bekräftigt wurde.

Für die Mitglieder ist das PSI traditionelles Forum für bestehende und neue Kundenkontakte und die PSI Messe unverzichtbare Plattform für neue Produkte und Trends sowie Gradmesser fürs neue Werbeartikeliahr. Auch auf der jüngsten Messe Grund genug für das europäische Branchen-Netzwerk, die Jubilare unter den treuen Mitgliedern auszuzeichnen.

PSI ehrt Jubilare

Zeichen für Zusammenhalt



as PSI mit seinen rund 5.000 Mitgliedsfirmen ist das mit Abstand größte Netzwerk der europäischen Werbeartikelwirtschaft. Und die PSI Messe als

internationaler Schauplatz der Zusammenkunft,

in denen gemeinsame Ziele abgesteckt und neue haptische Werbekonzepte entworfen werden, gilt als "Herz der Branche", wie es RX Deutschland-Geschäftsführer Michael Köhler in seiner Begrüßung zur Feierstunde der Jubilarenehrung am Nachmittag des ersten Messetages formulierte. Denn gerade der persönliche Kontakt am Messestand lässt sich auch in Zeiten, die von digitaler Technologie und KI geprägt sind, durch nichts ersetzen und dafür ist die Branchenleitmesse bestes Beispiel.

Zeichen des Zusammenhalts

Mit seiner über 60-jährigen Geschichte schafft das PSI mit seinem Netzwerk diese Kontakte für ein gedeihliches Business, in dem es auch kräftig menschelt. So hat das PSI

sen die zahlreichen Hersteller. Lieferanten und Händler, die dem PSI seit vielen Jahren die Treue halten. Und diese "Zeichen des Zusammenhalts" (Köhler) wurden an diesem Nachmittag gebührend gewürdigt. Jahre Mitgliedschaft im PSI

5.430 Jahre PSI-Geschichte Anwesend und geehrt für 60

wurden die Senator GmbH, die

Hanbückers Werbung GmbH und

Die Zahlen allein beeindrucken und sind Ausweis für die zuvor erwähnten Aspekte: 2025 sind es insgesamt 140 Jubilare, die zusammen stolze 5.430 Jahre PSI-Geschichte repräsentieren.

trotz allem Wandel der Zeiten für seine

Mitglieder nichts an seiner Attraktivität

verloren - im Gegenteil, denn das

Netzwerk bewirkt auch ein besonde-

res Gemeinschaftsgefühl. Das bewei-

Sie alle haben zur Entwicklung der Branche beigetragen. Die Einladungen und Urkunden wurden vorab verschickt und die Liste der Jubilare unter anderem im PSI Journal veröffentlicht. Auch diese Liste lässt keinen Zweifel daran aufkommen, dass das PSI von Anfang an Unternehmen aus aller Welt zusammenbrachte.

Dank für Treue und Vertrauen

Zu ehren galt es Mitgliedschaften für 25, 30, 40, 50 und gar 60 Jahre. Natürlich konnten nicht alle ausgezeichneten Unternehmen mit Vertretern vor Ort im Forum der Halle 10 erscheinen. Nichtsdestoweniger groß war die Freude aller anwesenden Geehrten über die Treuenadeln, die PSI Direktorin Petra Lassahn und Michael Köhler den Re-

präsentanten der Jubilare überreichten und sich für die Treue und das Vertrauen der langjährigen Mitglieder bedankten. Vor den Auszeichnungen wurden Video-Clips abgespielt, die ausgewählte Ereignisse des Zeitgeschehens aus den Jubiläumsjahren zeigten.



Anerkennenden Applaus gab's aus dem Publikum für alle an diesem Nachmittag geehrten Jubilare.



Freude bei den Repräsentanten der Unternehmen CDH Computer Division Heinemann GmbH, Schorsch Hurler Werbemittel, TechnoTrade Import-Export GmbH und Römer Wein und Sekt GmbH für 30 Jahre Mitgliedschaft.

Verlagsleiter Bernd Dehn nahm die Urkunde für 50-jährige Mitgliedschaft der WALTER Medien GmbH aus Brackenheim entgegen, eingerahmt von RX Deutschland-Geschäftsführer Michael Köhler und PSI Direktorin Petra Lassahn.



Erinnerungen

Dino M. Wolter, **DINO GmbH**

Besonders gern erminere ich inner ersten PSI-Messen zurück – das muss im Jahr Besonders gern erinnere ich mich an eine meiner 1996 gewesen sein. Zu dieser Zeit war der Kugelschreiberproduzent rou-bill aus Bad Salzuflen noch mit einem großen Stand auf der Messe vertreten. Auf meinem Weg zum Ausgang kam ich am Stand von rou-bill vorbei, als mich ein junger Mann mit Zopf ansprach und einlud, noch einen Campari-Orange mit ihm zu trinken. Ich nahm die Einladung sehr gern an und setzte mich zu zahlreichen Ausstellern und Kunden die in einem Stuhlkreis zusammensaßen. Als Novize

> stellte ich mich vor. und so tranken wir bis spät in die Nacht Campari-Orange, vertieft in spannende und anregende Gespräche. In dieser illustren Runde wurden viele Anekdoten aus der Branche erzählt manche verrückt, andere herzerwärmend. An diesem Tag habe ich wunderbare Menschen kennengelernt, zu denen ich bis heute Kontakt habe. Doch noch wichtiger war: An diesem

Abend habe ich mich in die Branche verliebt. Jetzt, nach mehr als 30 Jahren, kann ich mit Überzeugung sagen, dass die Werbeartikler - egal ob Lieferanten oder Händler - alle "positiv wahnsinnig" sind . Und genau das macht diese Branche so besonders und einzigartig. Zum Schluss möchte ich Thomas Bölke danken, dass er mich damals so herzlich auf einen Campari-Orange eingeladen hat. Dieser Moment hat nicht nur meinen Blick auf die Branche geprägt, sondern war auch der Beginn vieler wunderbarer Freundschaften.

Roman Hasler,

bb trading werbeartikel ag

Wer erinnert sich noch an die Zeiten, als man stundenlang in den PSI-Katalogen blättern musste, um das beste Produkt zu finden, und Bestellungen per Fax verschickt wurden? Genau so begann 1983 unsere bb trading-Reise - dicke Register, viel Geduld und immer auf der Suche nach den besten Herstellern für unsere Kundenprojekte. Heute genügt



www.psi-network.de

ein Klick, und die digitale PSI Plattform liefert in Sekundenschnelle Ergebnisse. PSI hat uns seit Tag eins begleitet, und die starke Partnerschaft hat mitgeholfen, uns den Weg zum Erfolg zu ebnen. Nicht zuletzt dank dieses soliden Fundaments sind wir stetig gewachsen und dürfen uns heute stolz die Nr. 1 im Schweizer Werbeartikelmarkt nennen.

Peter Kaiser, Kaiser Promotion AG

Während eines Besuchs der Kaiser Promotion AG auf der PSI Werbeartikelmesse führte der Weg natürlich auch zum Stand von Elastoform (heute elasto), wo Schäfer Heinrich als Stargast für gute Stimmung sorgte. Der Stand war toll in Holz gehalten und Heinrichs Präsenz zog eine große Besuchermenge an. Mit seiner humorvollen Art und einem Ständchen sorgte er für Begeisterung, während die Besucher die Werbeartikel bestaunen konnten. Das Team der Kaiser Promotion AG nutzte die Gelegenheit für ein Gruppenfoto mit Heinrich. Am Abend ging es weiter zum Messe-Dinner, bei dem ein ganzes Schwein auf dem Grill zubereitet wurde. Die Mischung aus lockerem Messebesuch und ausgelassener Abendrunde machte diesen Tag zu einem unvergesslichen Erlebnis für das Team der Kaiser Promotion AG.

Rainer Heck, WDW

Als wir uns damals zur Selbstständigkeit endschieden, waren wir voller Tatendrang, aber noch kein Mitglied der PSI und des Netzwerkes. Die Lieferantensuche zu den gewünschten Artikeln erwies sich als schwierig und die Konditionen waren auch nicht immer die Besten. Es dauerte ein gutes halbes Jahr bis uns ein



Michael Köhler bei anschließenden Get-together mit Sebastion Römer (CEO Römer Wein und Sekt GmbH) und Daniel Jeschonowski (CEO Senator GmbH).

Lieferant auf die PSI hinwies und wir von der Messe hörten. Das war für uns das reinste Feuerwerk mit guten Netzwerken. Heute sind wir alte Hasen und können unsere Erfahrungen genießen.

Annika Schönebeck, Römer Wein und Sekt GmbH

Die Firma Römer Präsente war Mitte der 1990er Jahre noch ausschließlich in den Bereichen Wein und seinen Nebenprodukten (Grappa, Federweißer) unterwegs. 1995 kamen dann die Eheleute Jasensky zu uns an die Mosel, um Federweißer für ihren Weinhandel in Sankt Augustin abzuholen. Während Frau Jasensky den Weinladen betrieb, war Herr Jasensky damals bei einem Markenhersteller für Schreibgeräte in Köln zuständig für den Industriebereich, also den Verkauf von Werbeartikeln. Als Frank Jasensky unsere hochwertig dekorierten Weinflaschen mit Künstleretiketten, Direktbedruckung und Sandstrahlung sah, kamen wir bei einer gemeinsamen Weinprobe unseres Rieslings spontan auf die verschiedensten Geschäftsideen. Er erzählte unter anderem von einer Spezialmesse in Düsseldorf, die exklusiv Mitgliedern eines Werbeartikelverbundes zugänglich wäre. Da er jedoch im Ausstellerbeirat und unsere Produktwelt auf dieser Messe bisher noch nicht vertreten sei, könne er uns noch spontan als Aussteller Zugang verschaffen. So wurden wir kurzentschlossen Mitglied und sind es bis heute geblieben. Unser erster Messeauftritt bleibt uns dabei bis heute in Erinnerung, denn wir waren in keiner Weise adäquat darauf vorbereitet gewesen. Einige Austellerkollegen schmunzeln noch heute darüber, dass wir an unserem Stand die Nostalgie der allerersten PSI Messen hätten wieder aufleben lassen, denn während andere 1995 schon hochprofessionelle durchgeplante Standkonzepte präsentierten, stellte die Römer Wein & Sekt GmbH

auf Tapeziertischen aus und verteilte "Prospekte", die aus zusammengehefteten Farbkopien von selbst fotografierten Flaschen bestanden. Da wir aber reichlich eigene Weine und Rieslingsekte ausschenkten, fanden wir trotzdem große Beachtung unter den Besuchern und unsere Produkte waren schnell "in aller Munde". Insofern ist die Firmengeschichte der Römer Wein und Sekt GmbH bzw. der Marke "Römer Präsente" und der heutigen "RÖMERFAMILIE" eng mit der damaligen PSI verbunden: Ohne die Reichweite und Marktdurchdringung der

PSI wären wir heute nicht der bedeutendste Anbieter kulinarischer Werbepräsente in Deutschland. Wir freuen uns entsprechend auf noch viele weitere Jahre erfolgreicher Mitgliedschaft.

Alpenempfänge: Die Schweiz und Österreich zu Gast bei Senator



Zum Wohl auf gute Promoswiss-Partnerschaft.

in fester, ja schon fast ritueller und immer wieder launiger Programmpunkt im Rahmen diverser Stand-Events im Rahmen der PSI Messe ist der Apéro des

Verbandes der Schweizerischen Werbeartikelindustrie Promoswiss für seine Verbandsmitglieder und weiteren Messegästen. Ebenfalls bewährt sind die wechselnden Standgastgeber dieses Empfangs, in der Regel ein Unternehmen aus der Lieferantenschaft des Promoswiss. Diesmal gab sich das Team von Senator um Geschäftsführer Daniel Jeschonowski und Geschäftsleiterin und Prokuristin Judith Fröhlich die Ehre. Im Rahmen der Kampagne um Senators neustes Schreibgerät - den "Recycling-Klimafreund" Evoxx Polished Recycled LC, dessen Clip auch in glänzend Gold lackiert zu haben ist - war der Stand mit vielen golden glitzernden Accessoires gestaltet. Promoswiss-Präsident Urs Germann hieß die Gäste in seiner gewohnt humorvollen Art willkommen, nicht ohne auf die wichtigsten Termine seines Verbandes hinzuweisen: das Schweizer Messedoppel PromoSwissForum/ TOUCH, das am 24. und 25. September 2025 im nun schon traditionellen Ambiente der Umweltarena Spreitenbach nahe Zürich stattfindet. Tags zuvor bat die benachbarte alpenländische Branchenvereinigung, der Verband österreichischer Werbemittelhändler (VÖW) seine Gäste zum Empfang. Gastgeber hier war wiederum Senator. Auch dieses Zusammenkommen geriet zum launigen Get-together bei spritzigen Getränken und leckerem Fingerfood. Hier begrüßte Verbandspräsident Klaus Pohn die Unternehmensvertreter des VÖW und weitere Gäste aus dem Lieferantenkreis.



Gruppenbild mit Damen: Die VÖW-Händlerschaft am Senator-Stand.



VÖW-Prasident Klaus Pohn mit seinen Gastgebern: Senator Prokuristin Judith Fröhlich und Geschäftsführer Daniel Jeschonowski (v.l.).



Exponierte Begrüßung: Promoswiss-Präsident Urs Germann lädt ein.



Gruppenbild mit Herr: Schweizer Anmut mit spritzigen Getränken.



Werbeartikel aus den Bereichen dieser Rubrik bieten unschlagbare Vorteile fürs Marketing. Sie verbinden praktischen Nutzen mit emotionalem Mehrwert und hinterlassen bei Kunden einen bleibenden Eindruck.





Hochwertige Helfer

Mit den hochwertigen und zugleich werbestarken Holzprodukten aus dem Sortiment von Holz Frank setzen Kunden ein nachhaltiges Statement: Die hochwertigen Küchen- und Haushaltshelfer aus FSC®-zertifiziertem Kirsch-, Eichen- oder Nussbaumholz werden mit Bio-Leinöl veredelt. Zu den Klassikern zählen Pfannenwender, Kochlöffel, Honigheber und Co., die robust, langlebig und dank präziser Lasergravur oder 5C-Digitaldruck optimal individualisierbar sind. Damit erhält der Kunde ein Werbemittel, das Stil, Qualität und Umweltbewusstsein vereint – und täglich im Einsatz bleibt.

Platz für die Mahlzeit

Der Big Mug Premium RVS Lunch Pod ist ein haltbarer und eleganter Lebensmittelbehälter aus Edelstahl, in dem die Mahlzeiten stundenlang warm oder kühl gehalten werden können. Er ist für den täglichen Gebrauch gedacht, lässt sich leicht reinigen und macht Einwegverpackungen überflüssig. Mit seinem robusten Design bietet er eine nachhaltige Alternative für Mahlzeiten unterwegs. Sowohl der Deckel als auch die Kapsel können graviert werden, was die Box zu einem einzigartigen und persönlichen Geschenk oder Werbeartikel macht. Da das Produkt in kleinen Mengen erhältlich ist, eignet es sich ideal für das Corporate Branding.





NEU: Spielen & Wissen

Malbuch-Set



Upcycling-Set





Heri-Rigoni GmbH emotion factory



Würzige Botschafter

Wahrhaft würzige Werbebotschafter sind aktuell bei der Henosa-Plantanas Group erhältlich. Dabei dreht sich alles um Gewürze: Das Unternehmen aus dem baden-württembergischen Bellenberg im Illertal bietet eine Reihe interessanter, verschiedener Gewürze, die auch im wunderschönen Glas mit Korkenverschluss erhältlich sind. Ab einer Mindestabnahmemenge von 100 Stück hat der Kunde die Möglichkeit, dieses Werbemittel mit individuellem Etikett komplett selbst zu gestalten und die Sorte frei auszuwählen.

Highlight für Küchenchefs

Das Geschenkset von Römer Präsente ist perfekt für angehende und erfahrene Küchenchefs, die ihre Kochkünste auf ein neues Level heben möchten. Das Highlight im Set ist das exklusive Rominox® Tranchierbesteck Scolpi, bestehend aus einem präzisen Messer und einer robusten Fleischgabel. Die Kombination aus schlichtem Edelstahl und edlem Pfirsichholz verleiht dem Besteck eine elegante Ästhetik. Die handgefertigten Holzgriffe bieten einen angenehmen Griff, während die scharfe Klinge für besonders feine Schnitte sorgt. Im Set enthalten ist eine Flasche Nero d'Avola, ein köstlicher Rotwein, um Gerichten bei der Zubereitung die gewisse Raffinesse zu verleihen. Für den professionellen Look in der Küche ist auch eine schwarze Küchenschürze enthalten, welche Kleidung vor Spritzern und Flecken schützt. Geliefert in einem eleganten schwarzen Geschenkkarton mit einem stimmungsvollen Aufkleber, eignet es sich perfekt als Gabe für jeden Anlass.



Leckerer Frühstückssnack

Mit dem leckeren Müsli 2Go mit rund 30 Gramm Früchte-Müsli aus dem Sortiment von Multiflower startet der Genießer fit in den Tag. Eine kleine Portion Fitness, die auch noch äußerst werbewirksam daherkommt: Die umlaufende Banderole bietet viel Platz für eine Werbeaussage. Ab einer Mindestabnahmemenge von 250 Stück ist auch eine eigene Gestaltung der Banderole umsetzbar. Zu den Zutaten gehören Sultaninen, Hafer-Vollkornflocken, Weizen-Vollkornflocken, Roggen-Vollkornflocken, Bananen-

chips-Stücke, bestehend aus Bananen, Kokosnussöl und Zucker, Cornflakes, Leinsamen, Sonnenblumen- und Haselnusskerne sowie jeweils getrocknete Aprikosen-, Birnen-, Pfirsich-, Dattel-, Feigen-, Apfel- und Pflaumenstücke. Kann Spuren von Erdnüsseln, weiteren Schalenfrüchten, Milch- und Soja-Erzeugnissen, Sesamsamen, Kern-, Stein- und Schalenteile enthalten.

PSI 45974 • Multiflower GmbH
Tel +49 6226 92798-11
m.vargel@multiflower.de
www.multiflower.de



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

Prickelnder Trinkgenuss

Bunt, lecker, prickelnd: Dieses Buch von EMF, Edition Michael Fischer, bietet viele innovative Rezepte mit und ohne Alkohol. Darin präsentiert werden Drinks für jeden Anlass wie etwa Pink Gin mit Zuckerrand, Ginger Beer mit Zitrone oder Grapefruit-Eistee mit Thymian. Der Leser erhält spannende Rezepte rund um kreative und abwechslungsreiche Drink-Ideen für jeden Geschmack und jede Gelegenheit an die Hand, womit für überraschende und prickelnde Momente auch bei der Kundschaft gesorgt ist. Auf Wunsch platziert das EMF-Team ein Logo auf dem Cover und präsentiert ausgewählte Produkte des Kunden auf den Innenseiten. Die Ausstattung, das Design und den Inhalt bestimmt der Auftraggeber, womit sich ein Einsatz vom Streuartikel bis hin zum hochwertigen Produkt mit Hardcover inszenieren lässt.

Alles im Griff.

Mit dem Troika Cup-Uccino, zu 75 Prozent aus recyceltem Edelstahl hergestellt, bleiben Kaffee oder Tee länger heiß. Grund dafür ist die vakuumgezogene Doppelwandisolierung des ToGo-Bechers mit einem Fassungsvermögen von 300 Millilitern. Der lebensmittelechte Isolierbecher mit Deckel aus BPA-freiem Kunststoff ist nicht nur umweltfreundlich, sondern auch stilvoll und praktisch zugleich, erhältlich in drei verschiedenen Farben. Zudem verhindert der Deckel dank der Gummidichtung, dass der flüssige Inhalt überschwappt. Sowohl der Becher als auch der Deckel sind spülmaschinengeeignet. Der Thermobecher in Matt Schwarz eignet sich ideal für Cappuccino, Latte Macchiato, Kaffee und andere Heißgetränke.





PSI 60479 • Retulp Custom BV Tel +31 622586785 • customize@retulp.nl www.retulp.nl

Die Fridgebag Lunchbag ist eine beim niederländischen Werbeartikelspezialisten Retulp Custom erhältliche, nachhaltige Tasche, die aus recycelten Kühlschränken hergestellt wird. Sie hält Lebensmittel bis zu zehn Stunden kühl und ist leicht zu reinigen, sodass sie jeden Tag wieder verwendet werden kann. Damit werden Einweg-Plastiktüten für den Transport des Mittagessens überflüssig. Die Tasche hat eine Größe von 29 × 23 × 14 Zentimeter und ein Fassungsvermögen von neun Litern. Dieses Behältnis kann auch bei Abnahme kleinerer Mengen bedruckt werden und eignet sich daher perfekt als Firmengeschenk oder Werbeartikel. Damit ist sie eine praktische und umweltfreundliche Wahl für das tägliche Mittagessen. Sie ist leicht und dennoch robust, so dass sie problemlos überallhin mitgenommen werden kann.





Ökofreundliches Set

Ein ökologisches Schwammtuch und ein hochwertiges Geschirrtuch passen perfekt zusammen und vereinen sich im Angebot von marcolor zum nützlichen Küchenhelfer-Set. Dabei stehen Qualität und Individualität an erster Stelle: Sowohl das weiße Baumwoll-Geschirrtuch als auch das Schwammtuch werden in Deutschland produziert und veredelt. Die Schwammtücher bestehen zu 100 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen, nämlich aus Holz-Cellulose und Baumwolle, und sind neben Weiß in bis zu acht weiteren Grundfarben erhältlich. Die individuelle Bedruckung beider Tücher im Eigendesign erfolgt in der Eifel. Die dabei verwendeten Druckfarben sind wasserbasierend, vegan und palmölfrei. Außerdem wird die Konfektion mittels bedruckter Banderole aus Recyclingpapier von marcolor übernommen. Sonderwünsche, wie beispielsweise Anzahl und Falttechnik der Tücher oder die Größe und Position der Banderole, können hierbei individuell berücksichtigt werden. So entsteht ein hochwertiges Geschenkset mit einer Mindestabnahmemenge von 250 Sets.

Robust und langlebig

Der Lederuntersetzer Coaster von Gabriele Bühring und ihrem Team ist zu 100 Prozent handmade in Germany, verkörpert einen rauen und dennoch eleganten Stil, der Funktionalität und ästhetischen Anspruch perfekt miteinander vereint. Gestanzt aus hochwertigem, dickem Vollrindleder, bietet das stilvolle Produkt einen ausgezeichneten Schutz für empfindliche Oberflächen. Jedes Stück ist ein Unikat, das mit markanter Tiefenprägung das grob gefertigte Crafted-Design hervorragend ergänzt und wunderbar zu besonderen Gläsern passt. Ob als Set, in der Gastronomie oder am Arbeitsplatz: Coaster drückt rustikale Eleganz aus. Das robuste, langlebige Produkt ist zudem pflegeleicht und hält den Anforderungen des Alltags zuverlässig stand. Gabriele Bühring stellt diesen sowie viele weitere Untersetzer on Demand in Sonderanfertigung her.

Individuelle Anpassungen sind dabei leicht möglich. Die Werbeanbringung wird per Blindprägung

umgesetzt, die Verpackung erfolgt lose im Karton.

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









Versteckte Schärfe

Dieses Schneidebrett aus Holz aus dem Sortiment von Werbeartikelspezialist team-d Import-Export Warenvertriebs GmbH hat ein scharfes und vielseitiges Allroundmesser integriert. Eine sehr praktische Idee, womit der Anwender bei der Küchenarbeit das Schneidbrett und Schneidwerkzeug stets gleichzeitig zur Hand hat. Das Set ist perfekt für die Zubereitung kleiner Snacks, für den Camping-Ausflug und natürlich auch für die alltägliche Küchenarbeit. Das Brett misst zirka $30 \times 20 \times 1,5$ Zentimeter und das Küchenmesser verfügt über eine 13 Zentimeter lange, scharfe Klinge.

- Anzeige





www.psi-network.de



Frischer Nachschub

Der Tütenclip mit Befüller aus dem Produktsortiment von Condedi ist die perfekte Lösung, um Lebensmittel frisch zu halten und das Befüllen von Beuteln zu erleichtern. Die innovative Kombination aus Clip und Mechanismus zum Befüllen ermöglicht dem Anwender, Tüten schnell zu öffnen, aufzufüllen und anschließend wieder sicher zu verschließen. Erhältlich sind die praktischen Frischhalter in den modernen Farben Weiß und Anthrazit, womit der Tütenclip ideal in jede Küche passt und Ordnung in den Alltag bringt. Die Veredelung wird per Druck an verschiedenen Positionen umgesetzt. Auf dem Clip steht eine Werbefläche von maximal 30 mal 5 Millimetern zur Verfügung.



Öffnet Türen und Flaschen

Der innovative 2in1 Schlüsselanhänger mit Flaschenöffner von ants & friends ist durch Design- und Gebrauchsmuster geschützt. Mit seinem Doppelnutzen geht es über die Funktion eines simplen Accessoires hinaus. Neben seiner Hauptaufgabe, dem Zusammenhalter der wichtigsten Schlüssel, öffnet der kleine, eher unauffällige Kapselheber jedes Getränk mit Kronkorken mühelos. Für die Herstellung des Schlüsselbandes wurde Material aus recycelten PET-Flaschen verwendet. Das Tau ist nach Pantone entsprechend dem eigenen Corporate Design und in bis zu vier Farben lieferbar. Eine Lasergravur auf dem Metall-Flaschenöffner ist ebenso umsetzbar wie ein gravierter QR Code.

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

Grünes Osterfest

Der Easter Buddy von tobra, ein FSC®-zertifizierter Eierbecher aus Holz, überzeugte bereits auf der PSI Messe mit seinem charmanten Design. Dieses nachhaltige Produkt bringt Osterstimmung auf den Frühstückstisch und zeigt, wie Umweltschutz und Stil Hand in Hand gehen können. Tobra hat jedoch noch viel mehr zu bieten: Das umfangreiche Sortiment umfasst zahlreiche festliche Artikel, die ideal für Ostern sind – von dekorativen Accessoires bis hin zu kreativen Geschenkideen. Ein weiterer Pluspunkt ist die umweltfreundliche Verpackung des Easter Buddy, die den Nachhaltigkeitsgedanken konsequent unterstützt. Mit tobra wird Ostern nicht nur ein Fest der Freude, sondern auch der Verantwortung.





PSI Journal 3/2025 www.psi-network.de



Beliebte Fläschchen

Neu im Fruchtgummi-Sortiment von Kalfany Süße Werbung sind zwei Topseller der Bären Company®: Cola-Fläschchen, klassisch oder sauer mit Kirsche. Die beliebten Fruchtgummi-Cola-Fläschchen überzeugen seit Jahren durch ihren unverwechselbaren Geschmack und sind ein Dauerbrenner für Cola-Fans. Die aufregende Kombination aus fruchtiger Kirsche und süßer Cola, veredelt mit einem spritzig-sauren Mantel, sorgt für ein überraschendes Geschmackserlebnis. Die beiden Sorten, klassisch und sauer, sind ab sofort erhältlich in handlichen 18 Gramm – respektive 20 Gramm-Tütchen. Nach Druckfreigabe liefert der Süßwarenspezialist innerhalb von zirka 15 Arbeitstagen.





einer Robustheit, die sowohl im Alltag als auch bei besonderen Anlässen überzeugt.

www.psi-network.de

PSI 50967 • Römer Drinks Tel +49 6541 81290 info@roemer-drinks.de Fehler! Linkverweis ungültig

Frische für unterwegs

Der Latte Macchiato von Römer Drinks wird Freunden und Mitarbeitern garantiert den nötigen Erfrischungs-Boost liefern, der für einen langen Arbeitstag im Büro oder unterwegs benötigt wird. Das klassische Kaffeegetränk enthält teilentrahmte Milch, Magermilch und löslichen Kaffee in einem Mengenverhältnis von 45 Milligramm Koffein auf 100 Milliliter Flüssigeit. Die praktische 250 Milliliter Slimline-Dose offeriert eine ideale Werbefläche und ist ab einer Menge von 264 Dosen individuell mit einem Wunschmotiv gestaltbar. Dabei können Kunden beim Getränkespezialisten zwischen verschiedenen Etikettenvarianten wählen.



PSI 44531 • Indexa GmbH Tel +49 7136 9810-0 • info@indexa.de www.indexa.de



Botschaft bestens in Szene

Optimal für Kinderzimmer, Flur und Treppenhaus: Das LED-Nachtlicht NL04 lässt niemanden im Dunkeln stehen. Das sanfte und warmweiße Licht sorgt für Wohlbefinden und Sicherheit in jedem Zuhause. Dank integriertem Dämmerungssensor schaltet sich das Licht bei Dunkelheit automatisch ein und bei Tageslicht wieder aus. Das LED-Licht hat eine besonders lange Lebensdauer und kann einfach in eine Steckdose eingesteckt werden. Mit seinem flachen Design passt das Nachtlicht zu jedem Dekor. Das weiße Gehäuse und die transparente Leuchtfläche können mit einem individuellen Aufdruck versehen werden. So wird die Werbebotschaft bestens in Szene gesetzt.



Köstliche Leckerei

In der wettbewerbsintensiven Welt des Marketings ist ein

CreaLick Lutscher aus dem Sortiment von Anda Present bieten eine einzigartige und unvergessliche Möglichkeit, die Marke zu bewerben. Diese köstlichen Leckereien werden mit einer vollständig anpassbaren Verpackung mit

Hauch von Kreativität und Süße nötig, um aufzufallen.

Vollfarbdruck geliefert, um die eigene Marke in den

Mittelpunkt zu stellen. Die Lutscher eignen sich perfekt

für Messen, Firmengeschenke oder Werbeaktionen im Einzelhandel und verleihen jeder Marketingstrategie

eine spielerische und zugleich professionelle Note. Ihre Vielseitigkeit macht sie geeignet für den Einsatz in allen

Altersgruppen und sorgt dafür, dass eine Marke einen

bleibenden Eindruck hinterlässt.

Trendiges für Flüssiges

PSI Journal 3/2025

Die trendigen, im Firmenstandort im Allgäu kreierten und hergestellten Kunststoff-Bowls und Design-ISO2go-Becher aus dem Sortiment von Werbeartikelspezialist Adoma eignen sich perfekt für Indoor- und Outdoor-Einsätze. Erhältlich sind die Kunststoff-Bowls in zwei verschiedenen Größen. Die schönen Gefäße und der Design-ISO2go-Becher sind die perfekten Zutaten für einen modernen Lebensstil. Ob für die tägliche Mahlzeit unterwegs oder den morgendlichen Kaffee: Mit den praktischen Produkten der Allgäuer sind die Anwender bestens ausgestattet.

PSI 45753 • Anda Present Ltd.

export@andapresent.com www.andapresent.com

Tel +36 1 210 0758









PSI 43999 • Adoma GmbH Tel +49 7522 9716-37 • pm@adoma.de www.adoma.de

Dufte Deko

Die Duftzerstäuber von Invame sind nicht nur praktische Accessoires, sondern auch stilvolle Dekorationselemente für den Tisch. Mit ihrem eleganten Design und der großen Auswahl an Düften verleihen diese Diffusoren jedem Interieur einen einzigartigen Charakter. Die Personalisierung durch Aufdruck eines Logos oder eines beliebigen Motivs auf dem Flakon gibt dem Kunden die Möglichkeit, die Marke auf subtile Weise hervorzuheben. Wird der Diffusor in der Mitte des Tisches platziert, entsteht eine gemütliche Atmosphäre, die in idealer Weise für geschäftliche oder gesellschaftliche Treffen genutzt werden kann. Dank der sanften Farben der Invame-Diffusoren können diese leicht in die Gesamtdekoration integriert werden. Darüber hinaus können die richtigen Düfte die Stimmung erheblich beeinflussen: Beruhigende und erfrischende Aromen regen zu Gesprächen an und verstärken das Gefühl des Vergnügens, was sich auch auf das Marketingpotenzial und den Wiedererkennungswert der Marke durch ein richtig gewähltes Aroma auswirkt.







PSI Journal 3/2025 www.psi-network.de

PSI 60479 • Retulp Custom BV Tel +31 622586785 • customize@retulp.nl www.retulp.nl



Hält Leckeres nachhaltig frisch

Der faltbare Eco Lunchwrap von Retulp Custom aus den Niederlanden ist eine nachhaltige und wiederverwendbare Alternative zu Plastikverpackungen und -tüten. Das Produkt hält die Mahlzeit frisch, ist leicht zu reinigen und perfekt für den täglichen Gebrauch. Mit seinem flexiblen und faltbaren Design passt sich der Eco Lunchwrap an verschiedene Formen von Lebensmitteln an und ist somit ideal für Sandwiches, Snacks und mehr. Der Lunchwrap ist leicht und dennoch strapazierfähig, so dass er kompakt und leicht zu transportieren ist. Außerdem kann der pfiffige Küchenhelfer auch bei Bestellung von kleinen Mengen individuell bedruckt werden, was dieses Produkt zu einer guten Wahl für Firmengeschenke oder Werbezwecke macht. Eco Lunchwrap ist ein praktischer, umweltfreundlicher und stilvoller Weg, um Abfall zu vermeiden und gleichzeitig das Essen frisch zu halten.

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

Funktion mal fiinf

Der Küchenhelfer Global von Condedi setzt neue Maßstäbe in Sachen Funktionalität und Design. Dieses Multitool kombiniert fünf unverzichtbare Funktionen in einem praktischen Gerät: Der Flaschenöffner öffnet Lieblingsgetränke mühelos und stilvoll, ein Drehverschlussöffner beendet den Kampf mit festsitzenden Verschlüssen. Dritter im Bunde ist ein Dosenöffner, der präzise und einfach den Inhalt jeder Dose freilegt. Mit dem Konservenöffner gehören scharfe Kanten der Vergangenheit an und mit Entvakuumisierer lässt sich das Vakuum aus Gläsern und Verpackungen mühelos entfernen. Das ergonomische Design und die Farbvarianten in Schwarz-Weiß sowie Weiß-Grau machen Global zu einem unverzichtbaren Begleiter für jeden Haushalt. Eine Veredelung erfolgt per Druck.



Second Chance

Ein zweites Leben für alte Flaschen generiert der besondere Lampenschirm von Werbeartikelspezialist Lumitoys-GmbH, wobei aus Altglas ein stimmungsvoller Dekorationsartikel mit großem Nutzen wird. Die Handhabung ist denkbar einfach, lässt sich das pfiffige Produkt schließlich einfach auf den Flaschenhals aufstecken, anschließend einschalten und fertig ist die Bottle Lamp. Das Licht kann stufenlos gedimmt werden, verfügt über einen Touch Sensor und ist über USB aufladbar. Passend für alle Flaschen, ist sie auf Wunsch auch aus recyceltem Material lieferbar. Darüber hinaus bietet das Produkt eine große Druckfläche, wobei auch eine individuell bedruckte Verpackung umsetzbar ist.



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









Stilvolles Tischzubehör

Bedruckte Stoffservietten aus Halb-Leinen sind bei marcolor erhältlich. Stoffservietten aus Halb-Leinen verleihen jedem gedeckten Tisch das gewisse Extra. Die 40 mal 40 Zentimeter großen Stoffservietten sind zeitlos, elegant und laden zu einem gediegenen Mahl in besonderer Atmosphäre ein. Sie bestehen zu je 50 Prozent aus Leinen und Baumwolle und werden per Textilsiebdruck mit dem Wunschmotiv des Kunden versehen. Die Produktion der Textilien erfolgt innerhalb der EU, die hochwertige Bedruckung dann in der hauseigenen Druckerei. Die Stoffservietten sind waschbar und finden daher immer wieder ihren Weg zurück auf den festlich gedeckten Tisch. Abhängig vom Einsatzzweck lässt sich die Lieferung wahlweise in einer Einzelverpackung oder zu mehreren im Set realisieren. Die Mindestabnahmemenge beträgt 1.000 Stück und ist aufteilbar auf mehrere Druckmotive.





Beute für Schürzenjäger

Im Bereich der Haushaltswaren sind Schürzen ein unverzichtbares Accessoire, das nicht nur Funktionalität, sondern auch Stil vereint. Bei ZEGO gibt es hochwertige Schürzen, die unter anderem für die Gastronomiebranche entwickelt wurden. Aber auch Unternehmen, die auf der Suche nach effektiven Werbemitteln sind, können von diesen Schürzen profitieren. Die Textilien sind in verschiedenen Ausführungen erhältlich, beispielsweise als Latzschürzen oder auch als Bistroschürzen. Alle Modelle können in verschiedenen Veredelungsverfahren personalisiert werden. Ob klassisch mit einem Firmenlogo oder mit speziellen Claims für gezielte Werbezwecke: ZEGO Textilveredelungszentrum bietet flexible Lösungen, um eine Marke perfekt in Szene zu setzen. Diese praktischen und stilvollen Schürzen machen nicht nur in der Küche eine gute Figur, sondern sind auch hervorragende Geschenke für Mitarbeiter und Kunden.







PSI Journal 3/2025 www.psi-network.de www.psi-network.de PSI Journal 3/2025

Neuheiten in Glas

Um den wachsenden Ansprüchen der internationalen Getränkeindustrie gerecht zu werden, hat das Traditionsunternehmen Rastal das Gesamtportfolio weiter ausgebaut. Harmony Lines stellt eine moderne Weiterentwicklung des Flaggschiff-Designs Harmony der Marke Rastal dar. Das Ergebnis ist eine innovative Serienerweiterung, die den Bestseller Harmony auf eine moderne und eigenständige Weise neu interpretiert. Das optische Highlight ist die innenliegende Relief-Optik. Gleichzeitig bleibt die Außenseite des Glases für Firmenlogos bedruckbar. Die vertikalen Linien erzeugen interessante Lichtbrechungen, die den Blick des Betrachters zum Glas lenken und das Getränk ideal inszenieren. Die Serienerweiterung ist derzeit in drei Ausführungen erhältlich. Die beiden Stielgläser Harmony 35 und 53 Lines eignen sich perfekt zum Servieren von Weiß- und Rotweinen oder saisonalen Mixgetränken. Abgerundet wird die neue Serie durch die Becherform Harmony 40 Lines, welche beim Ausschank von Softdrinks, Cocktails und Wasser zum Einsatz kommt.



www.rastal-promotion.com

Nützlich und hochwertig

Die Igro GmbH lanciert bedruckte Baumwoll-Geschirrtücher als perfekte Werbeträger im Sektor. Die hochwertige Baumwolle ist besonders saugfähig und langlebig. Auch Sonderformate und -farben sind möglich. Die Baumwoll-Geschirrtücher sind Oeko-Tex zertifiziert und werden nachhaltig produziert. Mit einem vollflächigen Druck eines Logos oder Slogans bleibt die Marke dauerhaft im Fokus. Für Unternehmen lassen sich die Tücher als nachhaltiges Werbegeschenk einsetzen, um Kunden und Mitarbeiter zu erfreuen. Ob als Give-away auf Messen oder als Merchandise-Artikel für Fans: Die Geschirrtücher sind ein echter Hingucker. Ab 1.000 Stück bietet Igro Vollflächen-Druck an.



PSI 40940 • Igro GmbH Tel +49 6432 91420 • info@igro.com www.igro.com



www.team-d.de

Saubere Werbelösung

Auf Entdeckungsreise nach einer sauberen Werbelösung wird der Kunde in Form des kompakten Mini Kehr-Sets im Sortiment von team-d Import-Export Warenvertriebs fündig. Dieses praktische Set besteht aus einer praktischen, ergonomischen Schaufel aus recyceltem PP sowie aus einem handlichen Besen, gefertigt aus Bambus. Das Duo ist ideal gegen Krümel auf dem Esstisch, für den Schreibtisch, das Auto oder auch für Campingausflüge. Nachhaltig, praktisch und stilvoll, ist es ein Must Have für umweltbewusste Sauberkeitsliebhaber. Geliefert wird jeweils im Einzelkarton.

Maßgeschneiderte Box

Die maßgeschneiderte Branchen- und Themenbox "Hotel und Gastronomie" von mbw® bietet Werbemittelhändlern eine sorgfältig zusammengestellte Auswahl an Werbe- und Geschenkartikeln, die speziell auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants, Cafés und Cateringbetrieben abgestimmt sind. Zu den Vorteilen der Branchenund Themenboxen gehört die zielgruppengerechte Produktauswahl: Die Box enthält beliebte Geschenk- und Werbeartikel, die durch umfangreiche Recherchen und Branchenkenntnisse ausgewählt wurden, um den Geschmack der Zielgruppe exakt zu treffen. Weiterer Vorteil ist die einfache Bemusterung, wobei den Kunden anhand der Box kostengünstig und mühelos passende Muster präsentiert werden können, um so neue Umsätze zu generieren. Die Boxen können auch direkt und neutral an die Kunden versendet werden.





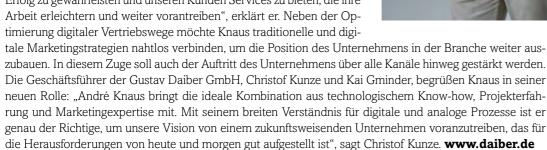
Daiber stärkt digitale Ausrichtung

Seit Januar 2025 ist André Knaus neuer Head of Marketing & Digital Operations bei der in Albstadt ansässigen Gustav Daiber GmbH. Mit

seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre, spezialisiert auf Marketing und Vertrieb, sowie einem

berufsbegleitenden Master in IT-Management bringt er ein tiefes Verständnis für die Schnittstelle zwischen Marketing, Technologie und Geschäftsprozessen mit. Seine langjährige Erfahrung in IT-gestützten Digitalisierungsprojekten bei einem international tätigen Automobilzulieferer qualifiziert Knaus zusätzlich für seine neue Rolle. Bereits seit 2022 hat er bei Daiber als Head of Digital Operations erfolgreich den E-Commerce und die Prozessoptimierung vorangetrieben.

Ein besonderes Anliegen von Knaus ist es, das Daiber-Markenbild weiter zu vereinheitlichen, das sich seit einiger Zeit in Überarbeitung befindet (ein Ergebnis daraus die kürzliche Markenumstellung auf Daiber). Der nächste Schwerpunkt soll für Knaus auf der Weiterentwicklung des Textilunternehmens als Corporate-Fashion-Plattform liegen, um Kunden durch innovative Angebote einen echten Mehrwert zu bieten – von der individuellen Produktgestaltung bis hin zu datengetriebenen Lösungen. "Fortlaufende Digitalisierung sehe ich nicht nur als Werkzeug, sondern als strategischen kaufmännischen Hebel, um unseren langfristigen Erfolg zu gewährleisten und unseren Kunden Services zu bieten, die ihre Arbeit erleichtern und weiter vorantreiben", erklärt er. Neben der Optimierung digitaler Vertriebswege möchte Knaus traditionelle und digi-







Frischer Wind im koziol Incentives-Team: Als neue Key Account Managerin verantwortet Leonie Jäger ab sofort die Betreuung der Key Accounts und Werbe-Partner in Belgien, den

koziol »ideas for friends

Niederlanden und Luxemburg. Leonie Jäger hat ihr Masterdiplom erfolgreich abgeschlossen und konnte begleitend zu ih-

rem Studium unter anderem bei Fressnapf und L'Oréal bereits erste Erfahrungen zu den Themen Verkaufsförderung, Promotion und Absatzsteigerung sammeln. "Wir freuen uns, dass wir mit Frau Jäger eine engagierte Mitarbeiterin gewinnen konnten, die unsere Handelspartner optimal bei ihren kreativen Projekten beraten und begleiten kann", so Uwe Thielsch, Leiter des koziol Incentives & Promotions-Teams.

Die koziol »ideas for friends GmbH wurde 1927 gegründet und ist weltweit bekannt für ihre originellen Designprodukte und preisgekrönten Sonderanfertigungen. Die Kollektion richtet sich an designorientierte und qualitätsbewusste Menschen, die funktionale Produkte mit eigenständigem Design suchen und schätzen. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Erbach/Odwald und produziert ausschließlich in Deutschland. Das Unternehmen garantiert höchste Qualität sowie umfassende ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit. Seit 2021 produziert koziol klimaneutral. **www.koziol-incentives.de**



Leonie Jag

Zum Tod von Herbert Rigoni

Die Heri-Rigoni GmbH aus dem Schwarzwald trauert um ihren Firmengründer Herbert Rigoni. Er gründete das Unternehmen am 1. Juni 1961 und führte es bis zur Übergabe an seine Söhne Armin und Michael im Jahr 2002.

Als Erfinder und Unternehmer entwickelte er 1961 den ersten Kugelschreiber mit Stempelfunktion – ein Meilenstein in der Geschichte des Unternehmens. Herbert Rigoni war ein leidenschaftlicher Tüftler und Mechaniker, der stets das Wohl seiner Mitarbeiter im Blick hatte. Zahlreiche Patente und Schutzrechte zeugen von seiner Innovationskraft. Bereits 1975 trat er dem PSI (Promotion Services Institute) bei und legte damit den Grundstein für die langjährige Zusammenarbeit mit der Werbeartikelbranche.

Seine Werte als Schwarzwälder Kaufmann hat er an seine Söhne und seinen Enkel Adrian weitergegeben – Werte, die auch heute noch im Unternehmen gelebt werden. Heute präsentiert sich das Unternehmen mit einem breiten Sortiment an Schreibgeräten mit Stempelfunktion sowie innovativen Werbeideen, die durch die "emotion factory" umgesetzt werden. Kreative Bereiche wie "Werben & Wachsen", "Streuartikel", "Spielen & Wissen", "Werbeartikel für Haustiere", "Osterboten" und "Weihnachts-Geschenke" bringen frischen Wind in jede Werbemaßnahme.

Mit seiner unternehmerischen Weitsicht und seinem unermüdlichen Einsatz hat Herbert Rigoni das Unternehmen maßgeblich geprägt. Sein Andenken wird in der Heri-Rigoni GmbH weiterbewahrt. Er starb am 3. Februar in seinem 87. Lebensjahr.

Internationales Vertriebsteam erweitert

Olivier Chabal verstärkt ab Januar 2025 als Sales Representative France das wachsende internationale Vertriebsteam der uma Schreibgeräte Ullmann GmbH. Der erfahrene Branchen- und Schreibgerätespezialist wird sich künftig um die Belange der französischen uma-Kunden kümmern. Durch Besuche auf lokalen Messen und bei Kunden wird er zudem den persönlichen Kontakt zu den Händlern intensivieren. "Wir sind sehr froh, einen absoluten Branchenkenner und Networker in unseren Reihen zu haben, der vor allem über langjährige persönliche Verbindungen die Marke uma

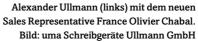
uma Schreibgeräte Ullmann

in Frankreich auf ein neues Level heben wird", so CEO Alexander Ullmann.

Mit neu konzipierten Verkaufshilfen, speziell für den französischsprachigen Markt, setzt uma auf noch mehr Service. Wie das Unternehmen mit-

teilt, freut sich Olivier Chabal auf die ersten persönlichen

Treffen mit den Kunden auf der im Januar startenden OTP-Tour quer durch Frankreich. Unterstützt wird er von Annalena Markolf, die aus den internationalen uma Exportteam heraus die Kundenkontakte pflegen wird. Weitere Informationen unter: www.uma-pen.com/fr





Schuelbe Promotion Service

tion Service GmbH

Besucher im Flug-

hafen Nürnberg.

erwartet seine

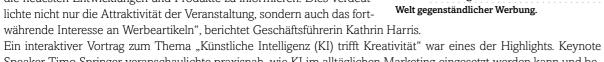
interessierten

"Take off" für frischen Werbestoff

Die WERBEARTIKELMESSE im Flughafen Nürnberg, organisiert von der Schuelbe Promotion Service GmbH, läutete das neue Jahr des Werbemittelspezialisten am 23. Januar 2025 mit einer beeindruckenden Präsentation von Innovationen und Trends der Branche ein. Mit 36 Ausstellern, die von hochwertigen Markenartikeln bis zu preiswerten Streuartikeln ein vielfältiges Angebot zeigten, bot die Messe ein breites Spektrum kreativer Inspirationen.

Die Besucherzahlen stiegen im Vergleich zur Vorjahresveranstaltung erneut spürbar an. "Zahlreiche Be-

sucher nutzten die inspirierende Atmosphäre des Flughafens, um sich über die neuesten Entwicklungen und Produkte zu informieren. Dies verdeutlichte nicht nur die Attraktivität der Veranstaltung, sondern auch das fort-



Speaker Timo Springer veranschaulichte praxisnah, wie KI im alltäglichen Marketing eingesetzt werden kann und bezog hierbei das Publikum auf clevere Weise mit ein. Ein weiterer Anziehungspunkt war die neu eingeführte "Connect Area", die zwischen dem Hauptbereich und der neuen "Newcomer Area" als lebendiger Treffpunkt diente. Hier konnten die Besucher bei Kaffee und Snacks in entspannter Atmosphäre Kontakte knüpfen und Ideen austauschen. Auch konnten sie sich hier zum Thema Werbeartikel Full Service und Merchandise Shop umfangreich beraten lassen. Brei-

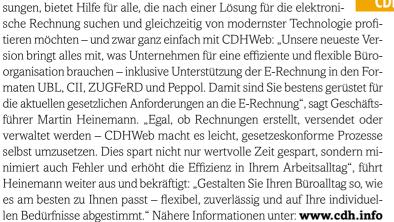
ten Anklang fanden auch die exklusiven Messe-Sonderaktionen, die dieses Jahr großer Vielfalt angeboten wurden - von cleveren Key-Tools in Werbekarte bis hin zu hochwertigen Schreibgeräten mit individuellem Druck.

36 Aussteller zeigten die Vielfalt der

Wie Kathrin Harris resümiert, erwies sich die WERBEARTIKELMESSE im Flughafen Nürnberg "nicht nur als Bühne für aktuelle Trends und Produkte, sondern auch als Plattform für innovative Ideen und nachhaltige Konzepte. Die durchweg positive Resonanz von Besuchern und Ausstellern unterstreicht ihre Bedeutung für die Werbeartikelbranche". www.schuelbe.de

E-Rechnung: Do it yourself

Die CDH Computer Division Heinemann GmbH, seit mehr als zwei Jahrzehnten Anbieter von verschiedenen branchenspezifischen Softwarelösungen, bietet Hilfe für alle, die nach einer Lösung für die elektronische Rechnung suchen und gleichzeitig von modernster Technologie profitieren möchten – und zwar ganz einfach mit CDHWeb: "Unsere neueste Version bringt alles mit, was Unternehmen für eine effiziente und flexible Büroorganisation brauchen - inklusive Unterstützung der E-Rechnung in den Formaten UBL, CII, ZUGFeRD und Peppol. Damit sind Sie bestens gerüstet für die aktuellen gesetzlichen Anforderungen an die E-Rechnung", sagt Geschäftsführer Martin Heinemann. "Egal, ob Rechnungen erstellt, versendet oder





Das Jahr 2025 begannt bei Kalfany Süße Werbung mit frischem Schwung. Die Spezialisten für süße Werbeartikel präsentieren sich mit einem neuen Markenauftritt und bereichern ihr Sortiment mit einer schokoladigen Innovation.

Kalfany Süße Werbung

Neuer Look – neue Schoko – neue Highlights



as neue Firmenlogo prangt in einem neuen und einheitlichen Look. Der neue Auftritt harmoniert perfekt mit den Eigenmarken Bären Company® und der neuen Schokoladenmarke Choco Company®.

Der Relaunch wurde erstmals auf der PSI 2025 der Branchenöffentlichkeit vorgestellt. "Ein stimmiger Ausdruck unserer Herstellerkompetenz und unserer Liebe zu frisch veredelten Süßwaren", kommentiert Kalfany Marketing Leiterin Jenny Mangold.





Modern und harmonisch: Die neuen Logos



Schokoladige Neuheiten für unwiderstehliche Botschaften

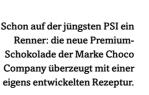
Mit der Einführung der neuen Schokoladenmarke Choco Company schlägt Kalfany ein neues Kapitel in seinem süßen Sortiment auf. Diese Premium-Schokolade überzeugt mit einer eigens und firmenintern entwickelten Vollmilchschokoladen-Rezeptur und wird in der IFS-zertifi-

.....

zierten Produktion des Unternehmens frisch gegossen. "Mit mindestens 35 Prozent Kakao – Fairtrade-Kakao mit Mengenausgleich – setzen wir auf hochwertige Zutaten und ein zart-schmelzendes Geschmackserlebnis, das Werbebotschaften unvergesslich macht. Ob individuelle Formen oder werbewirksame Verpackungen -Choco Company verbindet Genuss mit Kommunikation auf höchstem Niveau", erklärt Mangold.

Neu in Look und Feel: Der Wendekatalog

Der praktische Wendekatalog hilft Kalfany-Kunden, das ganze Jahr im Blick zu behalten. Darin enthalten sind das Ganzjahressortiment sowie die Highlights für Ostern und Weihnachten. Inspirationsquellen sind hier köstliche Fruchtgummi-Neukreationen, die durch kreative Geschmackskombinationen begeistern und nachhaltige Verpackungsmöglichkeiten, die jede Werbebotschaft aufwerten. Außerdem gibt es eine innovative Adventskalender-Idee mit den beliebten Kalfany-Teebären.





Rheinwalt GmbH übernimmt Thomas Heinz Werbemittel

Die Rheinwalt GmbH, ein seit 1995 erfolgreich etabliertes Familienunternehmen mit 35 Mitarbeitern im Bereich Werbemittel, Handelsware, Merchandise-Artikel und Unternehmensbekleidung, hat die Übernahme von Thomas Heinz Werbemittel zum 1. Januar 2025 bekannt gegeben.

Wie es in einer Mitteilung heißt, "wird durch diesen Schritt die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Kunden von Thomas Heinz Werbemittel nahtlos fortgeführt": Die langjährig bestehende Kundenbetreuung sowie der komplette Innendienst werden in die Rheinwalt GmbH integriert. Damit bleiben die gewohnten Abläufe und Ansprechpartner für alle Kunden unverändert bestehen.

"Wer aufhört, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein", sagt Rheinwalt-Geschäftsführer Simon Rheinwalt und ergänzt: "Mit der Übernahme erweitert unser Unternehmen sein Kundenportfolio und schafft neue Möglichkeiten, Kunden umfassend und individuell zu betreuen." Neben den genannten Produktgruppen bietet die Rheinwalt GmbH auch im Full-Service innovative E-Commerce-Lösungen und Logistikdienstleistungen an, die den aktuellen Bedürfnissen der Kunden gerecht werden. Zudem verfügt sie über eine eigene Grafik-, sowie Importabteilung. "Wir freuen uns darauf, die erfolgreiche Arbeit von Thomas Heinz Wer-

bemittel fortzusetzen und gemeinsam mit den übernommenen Teams neue Perspektiven zu schaffen", erklärt Simon Rheinwalt. Ab dem 1. Januar 2025 werden alle laufenden und zukünftigen Aufträge über die Rheinwalt GmbH abgewickelt. "Für Kunden bedeutet dies Kontinuität sowie den Zugang zu einem erweiterten Produkt- und Dienstleistungsportfolio", so Simon Rheinwalt weiter.

Die Rheinwalt GmbH mit Sitz in Neustadt an der Weinstraße wurde 1995 gegründet und hat sich seither als zuverlässiger Partner für Werbemittel, Unternehmensbekleidung, Merchandise-Artikel und innovative E-Commerce-Lösungen etabliert. Mit einem klaren Fokus auf Kundenorientierung und Qualität betreut das Unternehmen namhafte Unternehmen im gesamten Bundesgebiet. www.rheinwalt.eu

WOMBAT"



Kontinuität gesichert (v.l.): Simon Rheinwalt, Thomas Heinz, Thomas Rheinwalt

Strategische Partnerschaft mit britischen Marken

Wie das Unternehmen L-Shop-Team GmbH mitteilt, haben die drei britischen Premium-Bekleidungs-Marken

Asquith & Fox, TriDri und Wombat eine strategische Partnerschaft mit dem deutschen Online-Textil-Großhändler eingegangen, um ihr Vertriebsnetz in Europa zu erweitern.

Ab Januar 2025 wird L-SHOP-TEAM offizieller Ver-

L-Shop-Team GmbH triebspartner sein und damit die Verfügbarkeit dieser bekannten Marken neben den bestehenden exklusiven Vertriebspartnern Ralawise.com und Ralateam BV verbessern.

> Asquith & Fox bietet ein anspruchsvolles Sortiment an hochwertiger Freizeitbekleidung, die Stil und Professionalität nahtlos miteinander verbindet. TriDri ist bekannt für seine hochwertige Sportund Freizeitbekleidung, die aktiven Sportlern und Teams Komfort und Leistung bietet. Die Lifestyle-Mode von Wombat bietet lässige und vielseitige Styles, die sich perfekt für Freizeit und den Urlaub eignen.

Wie es weiter heißt, stellt die Zusammenarbeit mit L-SHOP-TEAM "einen wichtigen Meilenstein für diese Marken dar", da sie B2B-Kunden in der gesamten EU einen besseren Zugang zu ihren Kollektionen ermöglicht und so die wachsende Nachfrage nach hochwertiger, modischer Kleidung auf dem europäischen Markt bedient.

Weitere Informationen unter: www.l-shop-team.de • www.asquithandfox.com • www.tridriactive.com • www.wombatclothing.com

TOPS

Der Werbeartikelallrounder Inspirion präsentiert den neuen PromotionTops 2025-Katalog – größer, besser und vielseitiger denn je. Mithin "ein wertvolles Instrument, das dabei hilft, in einem dynamischen Marktumfeld erfolgreich zu sein".

Inspirion launcht PromotionTops 2025-Katalog

"Ultimatives Verkaufstool" erschienen



er PromotionTops 2025-Katalog steht für Innovation, Verlässlichkeit und Nachhaltigkeit – vereint in einem umfassenden Sortiment: Mit diesen Worten charakterisiert das norddeutsche Unternehmen

sein neues Verkaufstool.

Nachhaltigkeit an erster Stelle

Angesichts der steigenden Nachfrage nach umweltfreundlichen Lösungen bietet die neueste Ausgabe mehr nachhaltige Produkte als je zuvor. Die Artikel bestehen aus recycelten und natürlichen Materialien und schonen nicht nur die Umwelt, sondern passen auch perfekt zu den Werten moderner Verbraucher. Von faltbaren Trinkflaschen bis hin zu multifunktionalen Karten bietet der PromotionTops 2025-Katalog eine breite Auswahl an leichten, robusten und praktischen Produkten, die den Anforderungen eines schnellen Alltags gerecht werden. Ob für Arbeit, Reisen oder Freizeit – diese Artikel fügen sich mühelos in den täglichen Gebrauch ein. Wie Inspirion betont, erfüllen die sorgfältig ausgewählten Produkte höchste Qualitätsstandards und punkten mit Langlebigkeit sowie Funktionalität.

Zeitemäße Personalisierungsoptionen

Die gewünschte Markenbotschaft kann mit 15 Drucktechniken individuell gestaltet werden. Diese Techniken bieten die Möglichkeit, hochwertige, maßgeschneiderte Designs zu kreieren, die bei der Zielgruppe ankommen und deren Markenidentität unterstreichen. Dazu bietet der PromotionTops 2025-Katalog nicht nur großartige Produkte, sondern auch eine benutzerfreundliche und ansprechende Gestaltung. Dank der übersichtlichen Struktur sind die passenden Artikel für die gewünschten Anforderungen schnell gefunden.

Wichtige Produktkategorien

- > Umweltfreundliche Lösungen: Reisekaffeebecher, Powerbanks und Kugelschreiber aus recycelten Materialien, 100 % Bambusartikel wie Brettspiele.
- > Funktionale Gadgets: Tragbare Ladegeräte, Multitools und innovative Reiseaccessoires wie Nackenkissen oder faltbare Trinkflaschen
- > Individuell gestaltbare Favoriten: Decken, Küchenutensilien, Becher, klassische Regenschirme oder Rucksäcke – ideal für eine persönliche Markenbotschaft.

Jede Produktkategorie kombiniert Kreativität mit Praktikabilität und wurde gezielt entwickelt, um Kunden zu inspirieren und auszurüsten.





ASQUITH & FOX

Kooperation von PSI und Global Executive Network

Verbindungen und **Synergien**





Am Vorabend der PSI gaben PSI Direktorin Petra Lassahn und Michael Freter die Kooperation von PSI und Global Executive Network bekannt. Das wurde im internationalen Kreis in der Düsseldorfer "Weingarage" gefeiert. iele von denen, die in der nationalen und internationalen Wer-

beartikelwirtschaft Rang und Namen haben, trafen sich am Vorabend der PSI-Messe an einem exklusiven Ort in exklusiver Runde. Petra Lassahn für die PSI und Michael Fre-

ter für GXN, sein Netzwerk für Entscheidungsträger und Führungskräfte aus verschiedenen Ländern.

Ideale Ergänzung

Schon in ihren Begrüßungsworten hatten beide anklingen lassen, dass der Abend noch eine Überraschung bereithalte – wobei man nach der gemeinsamen Einladung schon ahnen konnte, wohin die Reise gehen werde, nämlich, in eine "gemeinsame" Zukunft. Petra Lassahn dazu: "Besonders freue ich mich über die Kooperation mit Dir, Micha-

el, und dem GXN. Denn wir teilen nicht nur ähnliche Werte, sondern ergänzen uns auch ideal in unseren Ansätzen und Perspektiven und schaffen Synergien." Michael Freter, ergänzte: "Angesichts der fortschreitenden Internationalisierung der Werbeartikelbranche ist es entscheidend, über den Tellerrand zu schauen und sich auf globaler Ebene auszutauschen." Gesprochene Worte, die sich beim geselligen Treff in der "Weingarage" stante pede in die Tat umsetzten. Nach vielen Umarmungen und manchem Bussi – man hatte sich lange nicht gesehen – beherrschten mehrerlei Sprachen die gemütliche Szene. Mit einem Glas Wein in der Hand lassen sich Probleme und mögliche Lösungen oft besser besprechen als bei Meetings im beruflichen Alltag. Neue Bekanntschaften wurde begründet, alte wiederbelebt und gefestigt, lebendiges Netzwerken eben.

Gemeinsam für eine internationale Branche

Petra Lassahn unterstrich in ihrer kurzen Ansprache auch, dass die europäische Perspektive auf der PSI Messe deutlich gestärkt sei. Viele internationale Verbände hätten sich committet, so auch die recht junge "European Association Corporation" (EAC), die erstmalig mit einem Gemeinschaftsstand auf der Messe vertreten sei. Lassahn unterstrich auch den neuen Subtitle der Messe: "Europäische Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising". Wichtig sei dies, weil durch diese erweiterte Positionierung gezeigt werde, dass die Messe noch viel Potential habe und stolz auf ihre Bedeutung sein dürfe, die weit über das klassische Geschäft mit Werbeartikeln hinausreiche. Zwischen PSI und GXN sollen künftig auch verstärkt gemeinsame Projekte aufgegriffen werden. Ein guter Start an einem inspirierenden Ort: in der "Weingarage" von Nicole Schloemer und Holger Blomeier in Düsseldorf.



For this, and any other questions... There is only one correct answer:



The only right way for the Iberian market

Mit einem einzigartigen Bar-Projekt auf dem OMR-Festival in Hamburg feiert die Werbeartikelbranche ihre Zusammenarbeit und demonstriert die geballte Power haptischer Werbung. Mittelpunkt ist die stylische Bar "The Hapticologist," die sich als "Center of Seven Senses" präsentiert.

Werbeartikelbranche auf dem OMR Festival

Eine Bar als Bühne für haptische Werbung

Unter der Regie von PSI-Direktorin Petra Lassahn, die als RX-Prokuristin auch den Bar Convent Berlin leitet, entsteht das spannende Bar-Projekt "The haptologist" auf dem OMR-Festival. Dort demonstriert die Werbeartikelbranche die Stärken Haptischer Werbung im Marketing.



Exklusive Merch-Kollektion

Natürlich demonstrieren die Werbeartikelprofis auch ihre Expertise in Sachen Werbung zum Anfassen. Eine exklusive Merch-Kollektion kann am Stand bewundert oder online über www.thehap.bar/shop bestellt werden. Jedes Teil ist dabei nicht nur ein stilvolles Accessoire, sondern auch ein Beweis für die Effektivität haptischer Werbung. Steven Baumgaertner, CEO von cyber-Wear und Mit-Initiator des Projekts, erklärt: "Wir möchten zeigen, wie relevant und zukunftsweisend haptische Werbung für modernes Marketing ist. Mit unserer Bar brechen wir Grenzen auf, mixen Kreativität, Nachhaltigkeit und Branding-Möglichkeiten zu einem Cocktail, der Marken genauso begeistert wie ihre Zielgruppen."

Branche zeigt ihre Stärken

Zusammen mit dem PSI hatte Baumgaertner die Branche aufgerufen, am OMR Festival teilzunehmen. Acht innovative Lieferanten und Hersteller (Halfar, Kalfany Süße Werbung, Karl Knauer, Mahlwerck, mbw, Prodir, Toppoint und uma) sowie drei kreative Werbeartikelagenturen (cyber-Wear, Global Brand Concepts und Kolibri) haben sich zusammengeschlossen, um der Marketingwelt die Vielseitigkeit und Stärke ihrer Marketingdisziplin näherzubringen. Zudem gibt es eine Masterclass mit dem Multisensorik-Experten Olaf Hartmann. Die Umsetzung des Barkonzepts liegt in den Händen von PSI-Direktorin Petra Lassahn, die auch den legendären Bar Convent Berlin leitet – eine echte Expertin, um Events zu inszenieren und Marken erlebbar zu machen. <

OMR-Festival: Mit zuletzt mehr als 67.000 Teilnehmern und rund 1000 Ausstellern zählen die Online Marketing Rockstars in Hamburg zu den größten Events der Online-Marketing- und Digitalbranche Europas.

er am 6. und 7. Mai 2025 auf dem OMR-Festival in Hamburg die Bar "The Hapticologist" besucht, taucht ein in ein multisensorisches Erlebnis. "The Center of Seven Senses" vereint die sieben Sinne und zeigt, wie haptische Werbung Marken und Zielgruppen auf allen Ebenen verbindet. Eine Gruppe von acht Lieferanten und Herstellern, drei Werbeartikelhändlern und den

auf allen Ebenen verbindet. Eine Gruppe von acht Lieferanten und Herstellern, drei Werbeartikelhändlern und den Branchenexperten von PSI und WA Media hat sich zusammengeschlossen, um haptische Werbung auf einem völlig neuen Level zu präsentieren. Hier trifft kreatives Marketing auf den einzigartigen Vibe einer echten Szene-Bar. "The Hapticologist" präsentiert einen unvergleichlichen Cocktail aus Sinneserlebnissen, Design und Brandingpower. Spitzen-Bartender kreieren ihre besten Signature Drinks, inspiriert von den sieben Sinnen. Dazu serviert ein erstklassiger Barista Kaffeespezialitäten, begleitet von vibrierenden Beats eines DJs.

www.thehap.bar



Werbemittelmesse München 2025

Ein Tag voll Kreativität und Ideen



den Besuchern der

26. Werbemittel-

messe München

usgerichtet von den fünf Werbemittelagenturen admixx GmbH, Bensussen Deutsch & Associates GmbH (BDA), Company 4 Marketing Services, Holfelder GmbH und der Hagemann-Gruppe bot die Veranstal-

tung im MOC der Messe München den Besuchern aus dem Industriekundenbereich zahlreiche Highlights, die nicht nur kreative Impulse setzten, sondern auch die unternehmerische Relevanz haptischer Werbung eindrucksvoll unterstrichen.

Zahlreiche Highlights

Unter anderem bekannt für die Erlebbarkeit der Werbeartikel, hatte die wmm auch dieses Jahr wieder viel zu bieten. Im Highlight- und Bestseller-Areal erhielten die Besucher einen Überblick über die neuesten und beliebtesten Produkte, während im Start-Up-Areal junge Unternehmen ihre Neuentwicklungen präsentierten. Im neuen Messekino wurden "Behind-The-Scenes" zu Herstellungs- und Veredelungstechniken gezeigt. Außerdem ga-





Check-Ir elmesse





ben 23 Aussteller ihre Premiere auf der wmm mit zum Teil völlig neuen Produkten. Besonders erwähnenswert war auch der Besuch einer Gruppe von Studierenden der LMU (Ludwig-Maximilian-Universität) München, die von GWW-Vorstand Frank Jansen und GWW-Ge-

schäftsführer Ralf Uwe Schneider über die Messe geführt wurden und dabei ausführliche Einblicke in die Branche erhielten.

Hohe Zustimmung

Die Rückmeldungen der 821 Besucher unterstreichen den Erfolg: 94 Prozent bewerteten die Vielfalt der ausgestellten Artikel als "sehr gut", während 91 Prozent die "hervorragende Qualität der persönlichen Beratung" an den Ständen hervorhoben. Auch die meisten Aussteller zeigten sich sehr zufrieden: 97 Prozent lobten die hohe Qualität der Besucher und nicht wenige der etablierten Werbeartikelhersteller verzeichneten Lead-Rekorde, wobei besonders Aktive zwischen 200 und 300 Anfragen registrierten. Damit erzielte die wmm nach Veranstalterangaben neue Rekord-Zahlen für eine von Agenturen geplante Ein-Tages-Messe in Deutschland.

Übergabe der Veranstaltungsleitung

Ausstellerabends war die offizielle Übergabe der Promo

Event GmbH an den langjährigen Mitarbeiter Sebastian Pfaffenzeller, der nun als geschäftsführender Gesellschafter und somit als Veranstalter der wmm die Nachfolge von Michael Hagemann antritt. Hagemann, der die Wer-

> bemittelmesse München über Jahrzehnte hinweg aufgebaut und geprägt hat, bleibt dem Projekt noch "ein bis zwei Jahre erhalten" und betonte, wie sehr ihm die Weiterführung dieses Projekts am Herzen liegt. Sebastian Pfaffenzeller bekräftigte in seiner Ansprache Engagement und Leidenschaft für die Veranstaltung. Stolz ist er auf die erste selbst verantwortete Edition der wmm: "Trotz vieler Veränderungen durch z.B. das neue Messekino oder ein effizienteres Checkin-System ist die Organisation top gelaufen. Auch haben wir unglaublich positives Feedback zur Gesprächsqualität auf der Messe erhalten. Ich glaube, wegen der Vielfalt der Themen und der enormen Verantwortung war das wohl der ,abgefahrenste' Tag meines Lebens."

Wertvolle Kontake, produktive Gespräche

Mit einem Tag voller kreativer Impulse, wertvoller Kontakte und produktiver Gespräche hat Veranstaltung nicht nur bewiesen, wie wichtig haptische Werbung als Teil moderner Marketingstrategien ist, sondern auch, dass die wmm ein Ort ist, an dem sich die Branche weiterentwickelt. Die Vorbereitungen für das nächste Jahr laufen bereits. Geplanter Termin ist der 15. Januar 2026.

Ein besonderer Moment des am Vortag stattfindenden

Staffel-Übergabe

bei der Promo

Event GmbH:

wmm-Griinder

Michael Hagemann

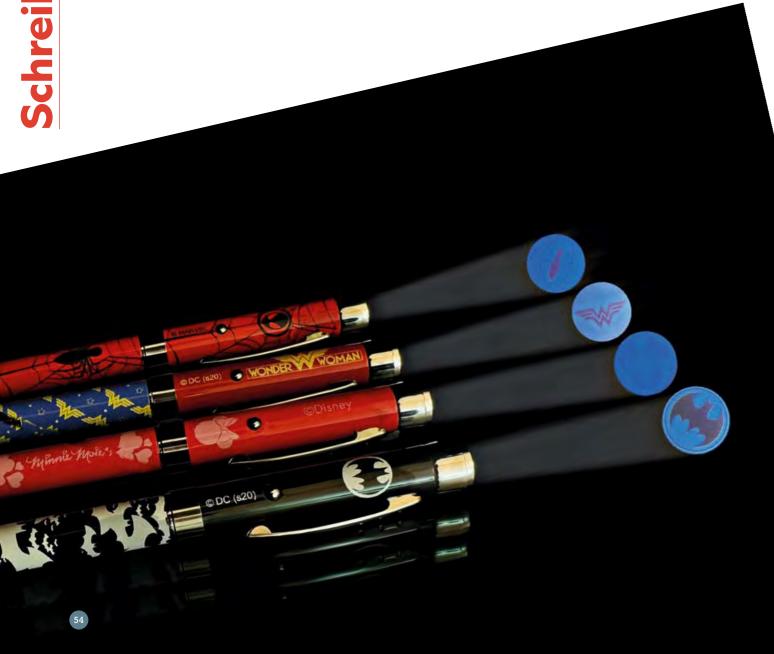
(rechts) überträgt

die Leitung an den

langjährigen Mit-

arbeiter Sebastian Pfaffenzeller.

Schreibwaren und Kalender zählen zu den **absoluten Evergreens** und damit zu den beliebtesten unter den Werbeartikeln – und doch präsentierten sie sich in immer neuen Varianten und vielfältigen Looks.





Kreativität in trendigen Farben

Das Kreativstempelkissen-Sortiment von Heri-Rigoni hat Zuwachs bekommen: Die neuen MAKE Stempelkissen bestechen durch ein elegantes weißes Gehäuse und eine sorgfältig ausgewählte Palette aus 14 modernen Farben in zwei praktischen Größen. Die wasserbasierten Pigmentfarben, die in Deutschland hergestellt werden, sorgen für eine beeindruckende Deckkraft und liefern exzellente Stempelabdrücke auf zahlreichen saugfähigen Oberflächen. Die sorgfältig zusammengestellte Farbpalette bietet eine große Auswahl an trendigen Tönen wie fancy grey, noble blue, shiny pink, calm blue und vielen anderen. Die Stempelkissen sind vielseitig für kreative Grußkarten, Firmenstempel, Bonusaktionen oder andere Anwendungen einsetzbar.

Klassiker schreiben Zukunft

Manchmal sind es die einfachen Dinge, die am meisten beeindrucken – wie beim Reidinger Bleistift. Dieser Werbeklassiker verbindet Nützliches mit Nachhaltigem und wird so zum echten Sympathieträger für verantwortungsbewusste Unternehmen. Ob Skizzen, Notizen oder Geistesblitze – Bleistifte sind für jeden Anlass, ob Schule, Beruf oder Freizeit, immer willkommen. Das Beste am Klassiker, so der Anbieter: Er schreibt nicht nur Geschichte, sondern auch Zukunft. Sie bestehen aus FSC® zertifiziertem Holz und werden klimafreundlich produziert. So punkten die Schreibgeräte aus der Natur bei Kunden und Umwelt.





Markenqualität Made in Germany

Kugelschreiber Slider Rave

Gehäuse aus *68% Recycling-Kunststoff. Neu erhältlich in drei frischen Farben.









www.schneiderpen-promotion.com

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

PSI Journal 3/2025

www.psi-network.de

Platz für die eigene Geschichte

Eine Sammlung von hochwertigen FSC-zertifizierten Notizbüchern stellt BIC Graphic Europe vor. Die BIC® Partner-Serie wird in Italien produziert und vereint klassisches Handwerk mit moderner Funktionalität. Jede Version ist vollständig anpassbar mittels Debossing, Heißprägung, Siebdruck und BritePix™. Die drei Versionen A5 Hardcover, A5 Softcover sowie FruitCover – ebenfalls ein A5 Softcover – bieten allesamt Platz für die persönlichen Geschichten des Nutzers. Alle Notizbücher verfügen über einen elastischen Verschluss, eine Stiftschlaufe und ein schwarzes Lesezeichen.

Werbeerlebnis mit Upgrade

Mit dem Premium-Fineliner STABILO dr!ver erhält das Werbeerlebnis jedes Kunden ein Upgrade. Optik wie Haptik beeindrucken auf Anhieb. Ein hochwertiges Schreiberlebnis garantiert häufige Nutzung und Präsenz auf dem Schreibtisch mit der Werbebotschaft im Blick. Der Premium Fineliner STABILO dr!ver mit seiner feinen, blauen Mine in 0.4 mm für intensives Schreiben überzeugt durch elegantes Design mit stabiler Kappe und Sichtfenster. Hoher Schreibkomfort ist durch die rutschfeste, weiche Gummigriffzone garantiert. Für die Fertigung des Stiftkörpers und der Kappe werden biobasierte, ISCC PLUS-zertifizierte Kunststoffe verwendet. Dies unterstreicht das Engagement des Unternehmens, verantwortungsvoll mit Blick auf Menschen und Umwelt zu handeln. Die markante Form des Schreibgerätes verhindert Wegrollen und die Werbung ist immer im Blick. Durch den praktischen Metallclip ist der Stift auch unterwegs schnell zur Hand. Eine Werbeanbringung ist mit mehrfarbigem Siebdruck auf dem Schaft des Fineliners möglich.





PSI 43416 • Schneider Schreibgeräte Gmb Tel +49 7729 8880 promotion@schneiderpen.com

Frische Farben für den Frühling

Schreibgeräte-Hersteller Schneider begeistert im Frühling mit drei neuen und knallig-frischen Farben. Der Druckkugelschreiber Slider Rave ist ab März 2025 zusätzlich zu den neun bereits bestehenden Standardfarben in Hellgrün, Orange und Pink erhältlich. Slider Rave ist der beliebteste Druckkugelschreiber in Deutschland und das aus gutem Grund. Die einzigartige und patentierte Viscoglide®-Technologie ergibt ein unvergleichlich sanftes Schreibgefühl, das Schreiben zum Vergnügen macht. Eine spezielle Fluid Paste sowie die Direct2Point-Schreibspitze sorgen für sofortiges Anschreiben ohne Aussetzer, ohne Patzer und ohne Verschmieren. Der Kugelschreiber ist mit seiner gummierten Oberfläche ein Meisterwerk der Ergonomie und garantiert eine angenehme und sichere Schreibhaltung ohne Ermüdung der Hand. Das Gehäuse besteht ab sofort zu 68 Prozent aus recyceltem Kunststoff. Die dokumentenechte Paste nach ISO 12757-2 ist lichtbeständig, wassertropfenfest, schnelltrocknend und wischfest. Der Slider Rave ist nachfüllbar und bietet somit eine nachhaltige Lösung für alle Schreibbedürfnisse. Der stabile Metallclip sorgt dafür, dass der Kugelschreiber immer griffbereit ist.

Ein Kalender blüht auf

Der CreaStick Seed Combo Date Kalender von ANDA Present ist ein stilvoller und nachhaltiger Weg, um eine Marke das ganze Jahr über im Fokus zu behalten. Als Teil der Go Green Kollektion des Unternehmens hilft dieser Kalender aus Saatgutpapier nicht nur bei der Organisation der täglichen Aufgaben, sondern fördert auch umweltbewusste Werte. Er lässt sich vollständig mit Logo und Design gestalten. Sein lebendiges und doch professionelles Erscheinungsbild macht ihn ideal für Schreibtische, Büros oder als Werbegeschenk für Veranstaltungen. Nach der Verwendung von CreaStick Seed Combo Date kann das Saatgutpapier eingepflanzt werden und verwandelt sich in eine schöne Erinnerung an das werbetreibende Unternehmen.

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



PSI 44546 • Athesia Kalenderverlag GmbH Tel +49 89 693378250 katharina.ader@athesia-verlag.de www.athesia-werbekalender.de

Kalender für Groß und Klein

Werbekalender gehören zu den absoluten Klassikern unter den haptischen Werbebotschaftern und erfreuen sich gleichbleibender Beliebtheit. So bleiben auch die Markenkalender von ATHESIA 365 Tage im Jahr im Blickfeld der Kunden. Für 2026 präsentiert der Verlag bei Weingarten "Jungle House" im Format 55 × 46 cm. Einzigartige Fotografien, die digital zu Kompositionen verwandelt wurden. Bei Heye ist "Die Maus" fester Bestandteil im Verlagsprogramm. Für 2026 neu mit einem Planer rund um den Umweltschutz, Ideen und Tipps für die ganze Familie. Alle Kalender kommen mit FSC-Zertifizierung und ausgewählte Titel mit finanziell unterstützten Klimaschutzprojekten. Die Werbeanbringung ist ab 50 Stück möglich.



Nachhaltigkeit trifft auf Stil

Der Holzkugelschreiber H3010 von Hauser vereint modernes Design, nachhaltige Materialien und ein besonders angenehmes Schreibgefühl, verspricht der Anbieter. Der Schaft besteht aus FSC®-zertifiziertem Birkenholz, während Clip und Spitze aus robustem Metall gefertigt sind. Cliphalter und Innengewinde bestehen aus recyceltem ABS-Kunststoff, der Drücker ist ebenfalls aus Birkenholz. Die hochwertige X20 M-Mine mit blauer Tinte "Made in Germany" garantiert ein präzises Schreiberlebnis. Das Modell H3010 bietet viel Raum für Individualisierung. Die Druckfläche auf dem Schaft ist etwa 65 × 10 Millimeter groß und eignet sich ideal für den Siebdruck.

Kleinster Event-Kalender der Welt

Der individuelle MINI-Blister-Kalender von Kalfany Süße Werbung bietet 24 süße Werbekontakte. So klein wie er ist, so attraktiv und smart ist er in jeder Hinsicht. Er ist befüllt mit Pulmoll-Pastillen (Limette-Minze, Orange-Kardamom, Beeren-Mix-Acai), zuckerfrei und zahnfreundlich sowie mit gesundem Vitamin C angereichert oder mit bunten Schokolinsen und außerdem mit bunten Skittles® erhältlich. Der kleine Renner im Blisterformat mit Aromaschutz macht stets allerbesten "Eindruck". Dazu besticht er außerdem durch seine Eignung zum Mailingversand sowie sein portogünstiges Format (ca. 113 × 77 Millimeter) und Gewicht.

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





50 Jahre Güteklasse A

Zur Feier seines 50-jährigen Bestehens hat der Schweizer Schreibgerätespezialist Prodir die erweiterte QS50-Schreibgerätesfamilie 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.







Filzunterlage als Statement

Eine Zeit, in der Nachhaltigkeit und ethisches Bewusstsein immer wichtiger werden, fordert Statements. So führt jetzt Römer Lifestyle eine ganz neue Produktreihe mit veganen Filzartikeln aus 100 Prozent recyceltem PET im Sortiment. Der Hersteller zeigt im neuen Katalog mehrere Taschen und Körbe sowie eine Schreibtischunterlage. Die große Unterlage ist in einem modernen, dunklen Anthrazit gehalten, passt zu jedem Schreibtisch und sie kommt mit einer praktischen Antirutschunterseite. Ein eingenähtes PU-Lederbadge bietet Platz für eine Gravur. Römer Lifestyle ist Mitglied der RömerFamilie und bietet ein breites Sortiment an Lifestyle-Werbeartikeln aus den Bereichen Raum & Ambiente, Kochen & Zubereiten, Travel & Outdoor, Tee, Kaffee & Wein und vieles mehr. Alle Artikel sind ab einem Stück erhältlich.



Smarte Zeichen setzen

Den Überblick behalten – das ist vielleicht die wichtigste Disziplin im (Büro-)Alltag. Und damit das mühelos gelingt, gibt es praktische Tools wie das neue, kompakte Haftset des Werbemittelspezialisten Karl Knauer. Es beinhaltet alles, was man für schnelle Notizen, das Hervorheben von Textpassagen oder das Organisieren wichtiger Dokumente braucht. Haftnotizzettel und kleine, farbige Markerstreifen sind aus FSC®-zertifizierten Materialien gefertigt. Das Haftset lässt sich individuell gestalten und bietet Raum für Logos, Slogans oder die direkte Kundenansprache.

Eleganz für höchste Ansprüche

Das Schreibgeräteetui Penna von Gabriele Bühring & Team vereint Eleganz und Funktionalität in einem besonderen Design. Hergestellt aus feinstem Nappaleder bietet dieses Etui optimalen Schutz für hochwertige Schreibgeräte. Der edle Glanz und die angenehme Haptik des Leders unterstreichen die Exklusivität und schaffen einen bleibenden Eindruck. Der integrierte Magnetverschluss garantiert eine sichere Aufbewahrung für zwei Stifte. Die Möglichkeit zur individuellen Anpassung eröffnet vielfältige Gestaltungsspielräume. Sei es die Prägung des Logos, spezifische Farbvarianten oder besondere Innenausstattungen – das Etui kann perfekt auf die Marke und den individuellen Bedarf zugeschnitten werden.

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





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

Präsenz für 365 Tage

Beliebte Klassiker zeigen: Früher war nicht alles besser, aber manches schon wirklich gut. Dies gilt für Kalender, die heute wie damals so gefragt sind, dass sie – trotz aller Digitalisierung – in fast jedem Haushalt und vielen Büros weiterhin zu finden sind. Die Karl Knauer KG aus dem Schwarzwald kennt den Grund: Kalender bieten Kunden einen echten Nutzen und Unternehmen eine Werbefläche, die zwölf Monate lang im Blick bleibt. Ein Musterbeispiel für solche Marketing-Dauerbrenner im kleinen, einfach und kostengünstig zu versendenden Format ist der extra flache Postkarten-Tischkalender, den Karl Knauer neu in sein Sortiment genommen hat. Jedes Monatsmotiv kann individuell gestaltet und an das Corporate Design des Unternehmens angepasst werden. Ob Fotos, Sprüche, Tipps oder Lieblings-Rezepte – alles ist möglich. Dank der Perforation werden die einzelnen Kalenderblätter im Handumdrehen zur Postkarte und können so die Werbebotschaft sogar noch weitertragen.

Beamer im Kugelschreiber

Mit den Kugelschreibern der Lumitoys-GmbH geht wohl jedem Anwender ein Licht auf, verspricht der Anbieter. Der neue Beamer Pen ist mit einer eingebauten Logo-Lampe ausgestattet, mit der das Logo des werbenden Unternehmens vergrößert auf Wand oder Schreibtisch projiziert werden kann. Das Gehäuse des Kulis kann komplett individuell gestaltet werden, aber auch ein einfarbiges Äußeres mit Druck ist möglich. Ein weiteres Highlight ist der Promo-Pen, bei dem das Logo ausgefräst und mittels LED einfarbig beleuchtet wird. Beide Kugelschreiber liegen gut in der Hand und vermitteln ein angenehmes Schreibgefühl. Für eine lange Nutzungsdauer sind Minen und Batterien austauschbar.





Tel +49 2331 3775450 • info@lumitoys.de www.lumitoys.de





Kreativer Begleiter – persönlicher Planer

Kalender, Tagebuch, Terminplaner, Notizbuch – dieses praktische Bullet Journal vereint alles Wichtige, um im Alltag den Überblick zu behalten. Viele der Seiten sind vorgestaltet und müssen nur noch befüllt werden: Wochenübersichten, To-do-Listen, Gewohnheitstracker und vieles mehr. Die Gestaltung des Covers und des Innenteils passt der EMF-Verlag (Edition Michael Fischer) gerne an die Wünsche und Zielgruppen der Kunden an. Zudem kann ein Logo auf dem Buchcover platziert werden. Umfang und Ausstattung des Journals richten sich ebenfalls individuell nach Kundenwunsch: Vom flexiblen Softcover bis zum Hardcover mit Lesebändchen sind viele Ausstattungsvarianten möglich.

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

Ihre Werbung Ihre Werbung Ihre Werbung Ihre Werbung Ihre Werbung

Tierisch gut kommunizieren

Mit dem Tischkalender "Tierische Ku(h)riositäten" setzen Werbende einen charmanten Akzent auf jedem Schreibtisch und Walter Medien jede Werbebotschaft gekonnt in Szene. Zwölf augenzwinkernde Monatsblätter vereinen clevere Wortspiele mit überraschenden Bildmotiven: Wenn der "QUAKsalber" Salben anrührt oder der der "UrlauBÄR" seine Auszeit genießt, zaubert dieser Kalender garantiert ein Lächeln auf die Gesichter des Kunden Kunstvolle mittels modernster

auf die Gesichter des Kunden. Kunstvolle, mittels modernster KI-Technologie erschaffene Illustrationen verleihen jedem Monat seinen einzigartigen Charakter.



Saubere Sache

Die handliche Bürste "Crumb Away" von Frank sorgt für eine gründliche Reinigung von Tastaturen und verlängert damit deren Lebensdauer. Staub und Krümel, die sich hartnäckig in den Zwischenräumen festsetzen, lassen sich mit der 95 × 25 Millimeter großen Spezialbürste mühelos entfernen. Der naturbelassene Holzkörper, gefertigt aus nachhaltig gewonnenem Buchenholz aus dem Schwarzwald, liegt angenehm in der Hand und ist mit reinen Naturborsten ausgestattet. Die Bürste bietet nicht nur eine funktionale Lösung für saubere Arbeitsplätze, sondern wird auch zu einem idealen Werbeträger. Logos und Werbebotschaften werden von Frank Bürsten in bis zu zwei Farben im eigenen Hause aufgedruckt.

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





Bewusst natürlich schreiben

Zuwachs in der Boa Familie gibt es beim Schreibgeräte Spezialisten Klio-Eterna. Der Boa matt eco + wood verbindet den beliebten Stift mit einem neuen, natürlichen Material. Die matte und geschmeidige Oberfläche wird kombiniert mit den glänzenden Elementen des Oberteils. Dies sorgt für eine moderne Optik. Das Schreibgerät ist in fünf neuen naturnahen Farben erhältlich und besteht aus nachwachsenden Rohstoffen, unter anderem aus Holzfaserabfall der regionalen Sägeindustrie. Durch diesen im Material sichtbaren Holzfaseranteil bekommt der Kugelschreiber seine besonders natürliche Optik. Die standardmäßige Silktech L Mine überzeugt mit beständigen 3000 Meter Schreiblänge.

Nachhaltig und praktisch

Nachhaltig, regional und hochwertig: Der Stiftebehälter von Holz Frank besteht aus heimischem Fichtenholz, wird in Deutschland gefertigt und überzeugt durch kurze Lieferwege sowie beste Qualität. Mit seinem zeitlosen Design fügt er sich ideal in jedes Büroambiente ein und bietet ausreichend Platz für Stifte, Schere & Co. Dank moderner 5C-Digitaldruck- oder Lasergravur-Verfahren wird aus diesem praktischen Accessoire ein Werbeträger, der täglich im Blickfeld der Kunden steht und jede Werbebotschaft wirkungsvoll transportiert.





für sich. Und Sie!

Werbeprodukte von
Karl Knauer sagen, wo es
langgeht. Denn sie sind
nicht erst seit heute aus
Karton und Papier, sondern
stehen seit jeher für Vielseitigkeit, Nachhaltigkeit
und Kreativität.



Mehr erfahren!

www.karlknauer.de



Sicherheit und Schutz analog

Das Unternehmen reflAktive ist seit Jahrzehnten für Sicherheit und Schutz im Straßenverkehr bekannt. Weniger populär ist jedoch das Engagement für Sicherheit und Schutz in vielen anderen Bereichen. Trotz fortschreitender Digitalisierung schätzen viele noch den guten, alten Taschenkalender als Back-Up, um sich schnell Termine zu notieren oder Notizen zu machen. Eine bewährte Methode sich vor Vergesslichkeit, Hackerangriffe oder Akkulehrstand abzusichern. Taschenkalenderhüllen mit oder ohne Einleger produziert reflAktive in vielen Farben und Materialien, bedruckt oder geprägt mit Werbebotschaften. Gleiches gilt auch bei Hüllen für Ausweise, KFZ-Scheine, Mutter-, Impfpässe oder Lottoscheine. Mousepads, Fahrtenbuch-, Kondolenzmappen sowie Umlaufhüllen runden das Portfolio ab.



Walnuss für Vielschreiber

Mit dem Multitasking-Bleistift Constuction endless walnut aus FSC-zertifiziertem Walnussholz stellt Troika Bleistift-Technik neu definiert vor. "Nie mehr Anspitzen" verspricht man, denn die nachhaltige Schreibspitze in HB sorgt für bis zu 20 Kilometer Schreiblänge. Sie ist zudem nachhaltig austausch- und radierbar. Ser Stift verfügt außerdem über ein Zentimeter-/Zoll-Lineal und eine 1:20- und 1:50-Skala. Das Gehäuse aus edlem FSC-zertifiziertem Walnussholz verleiht dem Stift eine warme, natürliche Haptik und macht ihn zu einem stilvollen Begleiter im Alltag.

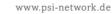
> PSI 46311 • TROIKA Germany GmbH Tel +49 2662 95110 • d.geimer@troika.de ttps://business.troika.de

Neuer Sinn für alten Kunststoff

Es ist in der heutigen Zeit für Unternehmen wichtiger denn je, sich für Ressourcen schonende und nachhaltige Werbeartikel einzusetzen. Eine Möglichkeit, dies zu tun, ist die Verwendung Kugelschreibers TOKIO von WS Werbeartikel, der aus 100 Prozent recyceltem ABS-Kunststoff hergestellt wird. Die Jumbomine von Maximo bietet ein angenehmes Schreibgefühl und eine lange Schreibleistung zum fairen Preis.

> PSI 45723 • WS Werbeartikel GmbH Tel +49 713595590 team@ws-werbeartikel.de www.MAXIMO.de









Liebe auf den ersten Wisch

Werbeartikel, die im Bereich Smartphones und Tablets zum Einsatz kommen, punkten auf ganzer Linie. Die Schmoozies® Displayreiniger der Marke MiniFeet® von mbw vereinen Nützlichkeit mit Charme und Werbewirksamkeit. Mit ihrer Mikrofaser-Unterseite reinigen sie glatte Oberflächen wie Handydisplays oder Bildschirme im Handumdrehen. Zusätzlich bieten sie die Möglichkeit, ein Logo oder einen Slogan auf der Werbefahne zu platzieren. Durch ihren praktischen Mehrwert eignen sich die Schmoozies® ideal als Gesprächsstarter, Give-aways oder Mitarbeitergeschenke.

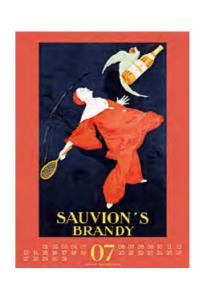
Cocktailbar an der Wand

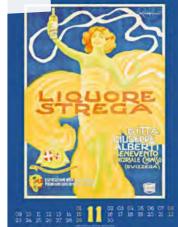
PSI Journal 3/2025

Der Kalender "Bar Time 2026" von Ackermann bringt mit zwölf stilvollen Werbeplakaten aus vergangenen Jahrzehnten die Glanzzeit der klassischen Cocktailbars direkt an Ihre Wand. Jedes Motiv versprüht den Charme nostalgischer Bar-Kultur und erinnert an glamouröse Abende voller Drinks, Freude und Ausgelassenheit. Ob in der Hausbar oder Küche – "Bar Time" ist ein echter Hingucker für Fans von Retro-Design, Bar-Atmosphäre und Cocktail-Kultur. Wie alle Ackermann-Kalender wird er ausschließlich in Deutschland auf Papier gedruckt, das aus vorbildlich bewirtschafteten, FSC®-zertifizierten Wäldern und anderen kontrollierten Quellen stammt. Transparente CO₂-Kompensation in Kooperation mit NatureOffice. Werbeeindrucke sind ab 50 Stück möglich.



PSI 40604 • Ackermann Kunstverlag Tel +49 89 4512549273 b2b@ackermann-kalender.de www.ackermann-kalender.de





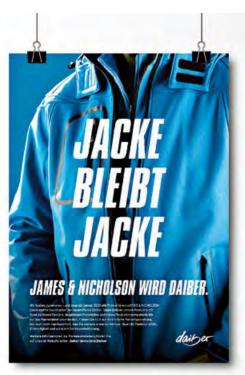


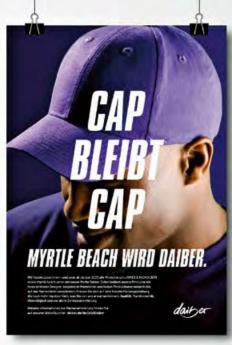


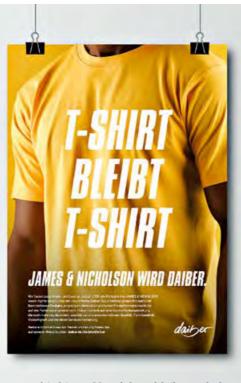
Von zwei auf eins: Die Gustav Daiber GmbH fasst ab sofort alle Produkte ihrer beiden Eigenmarken JAMES & NICHOLSON und myrtle beach unter der neuen Marke Daiber zusammen und legt so den Fokus auf einen klaren, einheitlichen Markenauftritt. Die Qualität, Funktionalität und Vielseitigkeit der Produkte und Services bleiben dabei unverändert.

Markenumstellung auf Daiber

Textile Vielfalt unter einem Label







Daiber präsentiert seinen neuen Markenauftritt und fasst alle Produkte von JAMES & NICHOL-SON und myrtle beach ab sofort unter einem Label zusammen: Daiber.

eit Januar 2025 vereint die Gustav Daiber GmbH alle Produkte ihrer erfolgreichen Eigenmarken JAMES & NICHOL-SON und myrtle beach unter der neuen Marke Daiber. Das bedeutet: Alle Neu-

produkte sowie Ware, die ab Jahresbeginn nachproduziert wird, tragen das Label "Daiber". Mit diesem Schritt setzt das Traditionsunternehmen auf einen klaren, einheitlichen Markenauftritt, ohne dabei sein bewährtes Produkt- und Serviceangebot zu verändern. Sowohl die Produkte mit ihrer Qualität, den zeitlosen Designs und der Farb- und Größenvielfalt als auch die ganzheitlichen Ser-

vices von Beratung bis hin zu Veredelung bleiben erhalten – lediglich das Markenlabel ändert sich. Begleitet von einer aufmerksamkeitsstarken Kampagne präsentierte Daiber seine geschärfte Strategie erstmals Anfang Januar auf Europas Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising, der PSI.

Qualität – Vielseitigkeit – Serviceorientierung

"Wir bei Daiber haben eine Erfolgsgeschichte, die mehr als 100 Jahre zurückreicht und von starken Werten geprägt ist. Mit unserem neuen Auftritt unterstreichen wir,







wofür der Name Daiber im Kern schon immer steht und was unsere Kunden von uns erwarten können: hohe Oualität und Produktionsstandards, Vielseitigkeit und vor allem Serviceorientierung – ab sofort gebündelt unter dem Markennamen Daiber", erklärt Kai Gminder, der das Unternehmen in vierter Familiengeneration gemeinsam mit Christof Kunze leitet.

Reduzierte Komplexität für Kunden und Partner

Ziel der Markenumstellung auf Daiber ist es, die Komplexität in der weltweiten Produktion, Logistik, im Handel und dem Vertrieb nachhaltig zu reduzieren und den Markenauftritt zu schärfen. So tritt Daiber bewusst in den Vordergrund und stellt durch Verwendung seines Unternehmensnamens als Produktmarke den Bezug seiner Lösungen zu seinem Hause sowie seiner Unternehmenshistorie als Dienstleister her. Damit ermöglicht es der Corporate-Fashion-Hersteller seinen Kunden, sich besser mit der Marke zu identifizieren und vereinfacht die Kundenansprache für seine Partner. "Unsere Vertriebsstrategie ist von der Markenumstellung unberührt. Wir richten uns weiterhin nicht direkt an Endkunden, sondern setzen auf die langjährige Zusammenarbeit mit unseren Partnern. Gemeinsam mit ihnen gestalten wir ausdrucksstarke textile Auftritte, die Identität stiften", betont Geschäftsführer Christof Kunze.

Aufmerksamkeitsstarke Kampagne

Begleitend zur Markenumstellung bringt Daiber seine geschärfte Strategie mit einer neuen Kommunikationskampagne zum Ausdruck. Die Kampagnenmotive zeigen unterschiedliche Bestseller-Produkte aus dem Hause Daiber im monochromen Look und symbolisieren das, was unter dem neuen Markenlabel weiter besteht: zeitlose Designs, langlebige Materialien und die gewohnt hohe Funktionalität sowie Produktvielfalt. Mit Claims wie "Jacke bleibt Jacke" und "Cap bleibt Cap" macht Daiber seinen Kunden und Partnern bewusst, dass sie sich auch weiterhin auf das verlassen können, wofür der Corporate-Fashion-Hersteller bislang mit seinen beiden Eigenmarken stand. Zur PSI-Messe 2025 wurde die Markenumstellung auf Daiber erstmals öffentlich bekannt gegeben. Die Besucher:innen hatten am Messestand von Daiber die Gelegenheit, den neuen Markenauftritt live zu erleben und die Neuheiten 2025 als erste Kollektion mit neuem Daiber-Label zu entdecken.



Alle Bilder: Gustav Daiber GmbH









Die in Amerang ansässige Werbemittelagentur werbemax GmbH wurde das zweite Jahr in Folge mit dem "German Marketing Award" ausgezeichnet. Die Jury wählte die Preisträger aus über 160 Einreichungen aus. werbemax konnte in der Kategorie "Werbeartikel" überzeugen.

Erfolgreiches Best-Practice-Beispiel

Ausgezeichnete Sonderproduktion



werbemax
Geschäftsführer
Christian Höfling
(2.v.l.) und Ideengeberin Karin Rick
(links) freuen sich
zusammen mit dem
Marketing-Team
von Wolfsblut über
die Auszeichnung

eim "German Marketing Award" stehen in der Kategorie "Werbeartikel" neben dem speziellen Produkt auch das Kommunikationsziel, die Ideengenerierung sowie die Umsetzung der Kampagne im Fo-

kus. Ausgezeichnet wurde eine individuelle Sonderproduktion für die Marke "Wolfsblut".

..Dinner for two"

Für "Wolfsblut", ein Premium-Hundefuttermarke aus Deutschland, wurde in diesem Jahr eine spezielle Onpack- bzw. Zugabe-Aktion von werbemax konzipiert. In Kooperation mit dem deutschen Markenhersteller koziol erfolgte eine Sonderanfertigung eines 2er-Set-Bowls (jeweils Schale mit Deckel) unter dem Motto "Für dich und deinen Vierbeiner". Gestaltet mit einem Knochenmotiv und Lieblingsessen für den Vierbeiner als Futteroder Wasserschale sowie im Pendant für Frauchen oder Herrchen eine Schale mit Herz-Motiv für Müsli, Jogurt oder Bowl. Das Schalenset wurde in Sonderfarbe produziert und in einer individuellen Geschenkkartonage verpackt. Die 2er-Sets wurden im Online-Shop wolfsblut. com als Zugabe zu speziellen Sorten beworben. Zudem erfolgte eine Kampagne auf den Social Media Kanälen, um seinen Hund und sich beim "Dinner for two" mit den Bowls zu fotografieren und zu posten.

Langlebig und nachhaltig

Auch die Nachhaltigkeit des Produkts stand besonders im Vordergrund. So wird die Mehrweg-Schale klimaneutral bei koziol im Odenwald produziert. Das Material ist 100 Prozent recycelbar, langlebig und frei von Schadstoffen. Die Schalen wurden mit der Botschaft "Lieblingsessen" und dem Wolf-Icon von Wolfsblut bedruckt. Auf Logos, QR-Code und Website wurde auf der praktischen Schale bewusst verzichtet. Hierfür wurde eine zusätzliche Sonderverpackung entwickelt, die alle Informationen zum Einsatz und Vorteile des Produkts für den Tierfreund kommunizierte. Die Jury des German Marketing Awards zeichnete werbemax mit 47 von 50 Punkten für die kreative Entwicklung aus. Die Produkt-Idee passe genau zur Zielgruppe, sie verbinde den Hund mit Frauchen/Herrchen und es sein gelungen, ein langlebiges, nachhaltiges Produkt, das inzwischen in Social-Media-Kanälen mit Selfies platziert wurde – heißt es in der Begründung der Jury.



Für die Schalen wurde eine zusätzliche Sonderverpackung entwickelt, die alle Informationen zum Einsatz und Vorteile des Produkts für den Tierfreund kommunizierte

Sechste Auszeichnung

Beim werbemax-Team freut man sich "sehr über diese Anerkennung und Auszeichnung". Die Award-Verleihung wurde zusammen mit dem Kunden gefeiert. Für werbemax ist der German Marketing Award bereits die sechste internationale Marketing-Auszeichnung. Bereits im Jahr 2008 erhielten die Ameranger Kreativen vom Branchenverband PSI die Auszeichnung "Campaign of the year" für ein Projekt für den Kunden Wacker Chemie AG. Bereits dreimal erfolgte die Auszeichnung mit dem "Promotional Gift Award". Im Jahr 2023 wurde ein Merchandise-Artikel für Roland Kaiser mit dem German Marketing Award geehrt. "Die nun sechste Prämierung mit einem Marketingpreis ist eine tolle Bestätigung für die kreative Leistungen unseres werbemax-Teams. Zusätzlich durfte wir uns auch über die wiederholte Auszeichnung mit dem TOP COMPANY Siegel des Arbeitgeber-Bewertungsportals kununu freuen", so werbemax Geschäftsführer Christian Höfling.

Kreativ rund um den Werbeartikel

Seit der Gründung 1991 schlägt das Herz der werbemax GmbH für dreidimensionale und haptische Werbung. werbemax sieht sich als Kreativagentur rund um Werbeartikel und -mittel. "Diese Werbeträger zielgenau und sinnvoll eingesetzt, erzielen eine sehr hohe, nachhaltige Werbewirkung beim Empfänger. Dies wurde bereits mehrmals durch Studien bewiesen", weiß Höfling. Marketingentscheider aus Unternehmen können im über 150 qm großen Showroom in Amerang Anregungen aus Neuheiten, Markenartikeln und Topsellern sammeln. Das werbemax-Team betreut mit 16 Mitarbeitern über 900 Kunden aus dem regionalen Mittelstand sowie nationale Industriekunden.





In Kooperation mit koziol entstand eine Sonderanfertigung eines 2er-Set-Bowls unter dem Motto "Für dich und deinen Vierbeiner", für den Hund als Futter- oder Wasserschale sowie als Pendant für Frauchen oder Herrchen eine Schale für Müsli, Jogurt oder Bowl.















Kreativ und sportlich werben

Bedruckte Tennisbälle mit einem Logo oder Claim haben einen festen Platz als Werbemittel, weiß man bei Albene. **Die breite Beliebtheit des Tennissports** und die visuelle Präsenz der Bälle in verschiedenen Umgebungen erregen Aufmerksamkeit. Hinzu kommt der praktische Nutzen, der die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Zielgruppe mit dem Produkt in Kontakt kommt und sich an die Marke erinnert. Bedruckte Tennisbälle können nicht nur bei Sportveranstaltungen, sondern auch bei Firmenfeiern, Messen oder als Teil von Werbekampagnen eingesetzt werden, was ihre Vielseitigkeit erhöht.

PSI 44533 • Albene GmbH Marketing Handel Tel +49 89 47078600 • info@albene.de www.albene.de





Schluss mit kalten Füßen

Zum 1. Januar 2025 hat Bosscher International, NL-Papendrecht, offiziell den Vertrieb der Marke SOXS für den internationalen Werbeartikelmarkt übernommen, teilt das Unternehmen mit. Man verspricht "nie wieder lästige kalte Füße". Socken aus Schafwolle werden derart behandelt, dass sie nicht mehr auf der Haut jucken. Durch die einzigartige Elastizität der Wolle haben SOXS eine perfekte Passform, durch die Einheitsgröße sind sie für fast jeden Träger geeignet. Sie halten im Winter warm und im Sommer kühl. Die Socken sind bereits ab 120 Stück bestellbar.

PSI 44755 • Bosscher International B.V.
Tel +31 10 2651168 • roxy@bosscher-international.com
www.bosscher-international.com



Minihäuschen mit großer Wirkung

Das Minigewächshaus von TDJ Stadtgärtner ist ein kreatives DIY-Anzuchtset, das Natur und Markenbotschaften verbindet. Das Set besteht aus dem Gewächshaus aus Papier, einem Hangtag, einer Anleitungskarte und einem Anzuchtbecher, der mit einem Tütchen Saatgut und einer Kokosquelltablette geliefert wird. Die gesamte Außenfläche des Papierhäuschens, das angebrachte Hangtag sowie die Anleitungskarte bieten **viel Platz für individuelle Designs** und kreative Botschaften. Dank der vielfältigen Saatgutauswahl – von bunten Blumen bis zu aromatischen Kräutern – lässt sich das Set auf jeden Geschmack und Anlass anpassen.



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







Wohlfühlfaktor für Zuhause

Zuhause ist es doch am Schönsten, oder? Wer sich eine Auszeit vom Alltag gönnt und die Seele in den eigenen vier Wänden baumeln lässt, ist mit der trendigen XXL Decke Feel von Römer Wellness gut bedient. Die 220 × 240 Zentimeter große Decke (Qualität: 275 g/m²) aus Jacquard-Flanell wird mit ihrem modernen Waffelmuster zum absoluten Hingucker im Wohnzimmer. Sie ist darüber hinaus zertifiziert nach STANDARD 100 von OEKO-TEX® und standardmäßig in den Farben grau und beige auf Lager. Ein Logo bringt der Textilspezialist durch einen edlen Stick auf der Decke an.

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

Unbeschwert durch die Welt

Die Funktionen des Reisegepäcks von Victorinox sind so vielseitig wie die Anforderungen moderner Geschäftsreisender. Ob für den kurzen Business-Trip, eine mehrtägige Konferenz oder eine **Kombination aus Arbeit und Erholung** – mit dem durchdachten Design und der Funktionalität von Victorinox ist man für jede Geschäftsreise perfekt ausgestattet. Die Mythic Kollektion setzt dabei neue Standards. Sie bietet Business-Taschen und Handgepäck in elf praktischen Varianten. Fine Personalisierung ist per Tampondruck auf der Taschenmesser-Schale möglich.



Saatgut pur ohne Plastiktüte

Von Sow Easy, einem der Pioniere auf dem Gebiet umweltfreundlicher Werbeartikel, kommt die plastikfreie Saatgutverpackung. Diese innovativen Pakete bieten werbenden Unternehmen die Möglichkeit, Nachhaltigkeit durch individuell gestaltbare und zu 100 Prozent recycelbare Saatgutpakete zu fördern. Angeboten werden verschiedene Größen aus Frischfaserzellstoff. Sie sind individuell gestaltbar und können vollfarbig digital bedruckt werden. Im Angebot ist eine große Auswahl an Samen. Das Produkt unterstreicht das Engagement von Sow Easy für umweltbewusste und innovative Lösungen auf dem Werbeartikelmarkt.

PSI 90034 • Sow Easy Tel +44 1 753644588 • hello@soweasy.com www.soweasy.com



Nachhaltigkeit für die ganze Familie

Nachhaltigkeit und Kreativität gehen Hand in Hand. Mit den Upcycling-Sets der emotion factory lernen Groß und Klein, wie aus alten Dingen mit einfachen Mitteln kreative Schätze entstehen können. Die Sets kombinieren Bastelfreude mit dem wichtigen Gedanken der Wiederverwendung und bringen den kreativen Umgang mit Alltagsgegenständen spielerisch näher. Herzstück der Sets ist ein 20-seitiges Heft, das mit **liebevoll gestalteten Illustrationen** und leicht verständlichen Anleitungen überzeugt. Hinzu kommen eine 6er-Buntstiftbox in Kartonverpackung und eine buchförmige Mappe, die alles sicher zusammenhält. Die Upcycling-Sets sind in drei spannenden Themenwelten erhältlich.

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









Wissen als Wettbewerbsvorteil: Die PSI Academy



ie PSI Messe 2025 hat gezeigt, dass unsere Werbeartikelbranche nicht nur innovativ, sondern auch lernbereit und zukunftsorientiert ist. Die lebendigen Diskussionen, die inspirierenden Produkte und vor allem die vielen Begegnungen haben verdeutlicht: Wissen ist der Schlüssel zum Fortschritt. Und genau hier setzen wir an.

Ich freue mich, dass wir im Sommer 2025 die PSI Academy wieder ins Leben rufen – mit einer klaren Vision, neuen Partnern, einer unabhängigen Jury und klaren, transparenten Kriterien für die Awards. Unsere Analysen haben bestätigt, was wir auf der Messe auch gespürt haben: Lieferanten, Händler sowie Industrie- und Gewerbekunden wünschen sich eine Plattform, die top-aktuelles Wissen bündelt, Best Practices teilt und außergewöhnliche Leistungen würdigt. Genau das wird die PSI Academy bieten.

Die neue PSI Academy ist mehr als eine klassische Lernplattform – sie ist DIE europäische Plattform für Fortbildung, Zertifizierung, Auszeichnungen und Networking und damit unser zentraler Branchentreff. Mit einem fundierten und konzentrierten Wissenstransfer unterstützt die PSI Academy die Werbeartikelbranche dabei, nachhaltige Entwicklungen aktiv voranzutreiben. Die PSI Academy ergänzt im halbjährlichen Wechsel die PSI Messe und wird als eigenständiges Event jährlich an wechselnden Standorten in Europa stattfinden. Von der PSI Academy Conference, die mit Vorträgen, Panels und Workshops zur Werbeartikelwirtschaft und Nachhaltigkeit neue Perspektiven eröffnet, über die PSI Academy Certification für nachhaltige Werbeartikel, die PSI Academy Awards, die herausragende nachhaltige Produkte, Unternehmen und Kampagnen auszeichnen bis hin zur PSI Academy Expo und der feierlichen PSI Academy Night – wir schaffen eine Bühne für Wissen, Qualität und Kreativität.

Ich bin überzeugt, dass dies ein großer Schritt in die Zukunft ist. Lassen Sie uns – Lieferanten, Händler, Industrie- und Gewerbekunden, Politik und Sponsoren – gemeinsam lernen, neue Perspektiven entdecken und die Werbeartikelbranche mit Wissen und Qualität weiter voranbringen. Ich freue mich darauf, mit Ihnen auf diese Reise zu gehen!

Ihre

Petra Lassahn
Director PSI



PSIACADEMY AWARDS 2025 BEWERBEN SIE SICH JETZT!

NÄHERE INFORMATIONEN FINDEN SIE HIER:









Treue Begleiter

Werbeartikel in den Bereichen Reise, Taschen und Leder bieten Unternehmen eine ideale Möglichkeit, ihre Marke stilvoll und nachhaltig zu präsentieren. Praktische Reisebegleiter wie Koffer/-anhänger oder Nackenkissen sorgen für Komfort unterwegs und machen die Marke unterwegs sichtbar. Auch Kulturbeutel oder Dokumentenmappen sind nützliche Begleiter, die für Ordnung sorgen und den Alltag erleichtern. Taschen, ob als Shopper, Rucksack oder Laptoptasche, sind unverzichtbare Alltagshelfer und garantieren eine hohe Werbewirkung durch ihre regelmäßige Nutzung. Besonders exklusiv wirken Lederartikel – ob in echt oder "vegan" – die durch ihre hochwertige Verarbeitung und Langlebigkeit das Markenimage auf elegante Weise unterstreichen. Lederaccessoires bieten zudem einen stilvollen Auftritt im Geschäftsalltag. Mit all diesen Artikeln verbinden Kunden Funktionalität, Qualität und Stil – und behalten sie langfristig in positiver Erinnerung. – Unser zweites Thema zeigt Produkte aus den Bereichen "Smart Living und Office Accessoires".

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Mai 2025 des PSI Journals, die sich den Themengruppen "Incentives und Merchandising" sowie "Fashion, Workwear, Caps und Accessoires" widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 21. März 2025 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

Neukonzeption auf Erfolgskurs



Vor fünf Jahren hat REFLECTS sein neues Multimarkenkonzept erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt. Wie sich die Neuausrichtung des Kölner Unternehmens und die Kooperation innerhalb der neuen REFLECTS Group mit dem Tochterunternehmen ADITAN und dem Partner MYRIX entwickelt hat, darüber berichten wir in der kommenden Ausgabe.

Unternehmen, Ereignisse, Märkte

An dieser Stelle halten wir Sie in kurzer prägnanter Form über aktuelle Entwicklungen, Geschehnisse und Neuigkeiten auf dem Laufenden und informieren über die Aktivitäten, Aktionen und personellen Veränderun-

gen der Mitgliedsunternehmen unseres Netzwerks. So zeichnet diese Rubrik ein buntes Bild von einer stets lebendigen und findungsreichen Branche.

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

Senior Sales Manager: Senija Menzel, seniia.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

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 Abdullaveva sevinc@istexpo.com

UK: Reed Exhibitions ISG UK

Daniel Cordock,

daniel.cordock@reedexpo.co.uk

Gestaltung: Edit Line GmbH, Mainz im Auftrag von PSI Promotional Product Service Institute

RX Deutschland GmbH

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

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

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

Druck: MEO MEDIA - MEINDERS & ELSTERMANN GmbH & Co. KG,

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





www.suesse-werbung.de











