

PSI JOURNAL

PSI Journal
Internationales Magazin
für Werbeartikel

April 2025
64. Jahrgang

– Anzeige –

GUT FÜR DEN KREISLAUF.

Der Shopper MONO ist optimal auf die Kreislaufwirtschaft vorbereitet. Er besteht komplett aus nur einem einzigen Material. Sortenrein und darum absolut recyclingfähig. Eine echte Innovation für alle, die Promotion und Verantwortung gerne zusammenbringen.



www.halfar.com


HALFAR
Starke Taschen.

Your Brand Ambassador



Brand an icon



Bestelle deinen für deine Marke!



Think BIC
www.bicgraphic.com

Düsseldorf · G-30212

PSI Journal
Internationales Magazin
für Werbeartikel

April 2025
64. Jahrgang

PSI JOURNAL

OMR-Festival

Die Branche sichtbar machen

Product Guide

Smart Living, Office Accessoires
Reisebegleiter, Taschen, Leder

K-M-Service

Mit frischem Schwung ins
Jubiläumsjahr

REFLECTS Group

Auf gutem Kurs



Erfolgsfaktor
Kundenorientierung
Immer **positiv**
bleiben

PSI

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

Exhibition
Centre
Düsseldorf

SAVE THE DATE

7 – 9 JAN 2026

MO | DI | MI | DO | FR | SA | SO

PSI



Editorial

Flagge zeigen

Die Werbeartikelwirtschaft beschäftigt sich häufig und gern mit sich selbst. Messen sind teilweise Closed Shops, auf Publikumsmessen zeigt sie sich kaum, Wirkungsstudien dringen allenfalls im direkten Kundenkontakt nach außen. Nur zur PSI berichten diverse Medien mit Reichweite über die Vielfalt und die vielen Vorteile, die dieses Marketing-Tool zu bieten hat. Das soll jetzt besser werden.

Haptik goes digital: Die Branche präsentiert sich auf dem OMR-Festival, der größten Fachmesse für Digitalwirtschaft, Medien und Marketing in Hamburg, genau gesagt sind es zusammen mit dem PSI 13 Partner, die dort auftreten werden. Das „Online Marketing Rockstars-Festival“ hat sich seit 2011 zur Businessmesse für Macher und Entscheider im Marketing entwickelt.

Am 6. und 7. Mai dieses Jahres wird die Stärke der haptischen Werbung dort hinaus in die Werbe-Welt getragen. Auf einem großen Stand mit Bar, tollen Getränken viel Empathie zeigen die mutigen Unternehmen der Branche, was der Werbeartikel kann. Ihre eigenen Marken und Unternehmensinteressen werden sie dabei zurückstellen. Im „Center of Seven Senses“ und unter der Überschrift „The Hapticologist“ werden sie Aufklärungsarbeit leisten und in der digitalen Welt lautstark die Werbetrommel für die haptische Werbung rühren (siehe Seite 26).

Was auf den ersten Blick wie ein Widerspruch aussieht, ist strategisch von bester Qualität. Wo sich alles trifft, was in der Werbe- und Marketingwelt Rang und Namen hat, da ist man mittendrin und wird für manchen Aha-Effekt sorgen. Auf dem eigenen Stand, aber auch bei den vielen Side Events oder beim Lunch in der Food-Halle wird es zahlreiche Gelegenheiten geben, Kontakte zu knüpfen, Argumente auszutauschen und neue Freunde für die „Werbung mit allen Sinnen“ zu gewinnen. Nur wer mittendrin ist, kann auch mittendrin zeigen, was er kann.

Die Branche kann froh und stolz darauf sein, dass diese Unternehmen sich zu diesem Auftritt entschlossen haben und dies auch selbst finanzieren. Wer Zeit, Lust und Laune hat und wen der Erfolg des Werbeartikels umtreibt, der sollte auch ein Ticket nach Hamburg und zum OMR lösen. In dieser Welt wird man erleben, wie die Marketing-Uhren der Zukunft ticken – so wird man auch leichter erkennen, wie sich der Werbeartikel für die Zukunft positionieren kann und muss. Die Botschaft dort lautet: Nur wer das Digitale mit erlebten Sinnen untermauert, wird dem Wettbewerb in der Markenbildung eine Nasenlänge voraus sein.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

Stone war erst der Anfang.

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



prodir®

Personality pens.
Swiss made.

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich
T +43 7205 69480

www.prodir.com
open.prodir.com

EDITORIAL	1
INHALT	2
FOKUS	
Erfolgsfaktor Kundenorientierung	4
PRODUCT GUIDE	
Smart Living, Office Accessoires	8
BRANCHE	
OMR-Festival	
Die Branche sichtbar machen	26
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	31
GWV: TREND Frühjahr und Start NEWSWEEK	36
PRODUCT GUIDE	
Reisebegleiter, Taschen, Leder	38
UNTERNEHMEN	
K-M-Service: Mit frischem Schwung ins Jubiläumsjahr	54
REFLECTS Group: Auf gutem Kurs	56
Die ARCHE: Hilfskonzept mit Win-win-Faktor	58
Plan Concept: Harmonie der „Hapticals“	60
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	64
MEINUNG	
	68
VORSCHAU – IMPRESSUM	
	72



Praktische Allrounder

Unsere neuen Zipper-Bags **Kim & Kylie** eignen sich hervorragend für Reisen, Kurztrips oder als praktischer Allrounder, um alle Ihre Gegenstände des Alltags zu verstauen.

Die Zipper-Bags sind aus 100 % Fairtrade-Baumwolle hergestellt und weisen eine hohe Grammatik von 390 g/m² auf. Die Fairtrade Baumwolle zeichnet sich durch nachhaltige Prozesse und faire Arbeitsbedingungen aus.

Die Canvas Baumwolle ist ein wahrer Handschmeichler, der Reißverschluss ist farblich abgestimmt und sowohl in Natur als auch in Schwarz verfügbar.

Kim hat die Maße 23 x 33 cm mit einer breiten Bodenfalte von ca. 11cm, **Kylie** hingegen hat die Maße von 18,5 x 27,5 cm und eine Bodenfalte von ca. 9 cm.



www.misterbags.de



Fokus: Immer positiv und konstruktiv bleiben **4**

Der Kunde ist anspruchsvoller geworden, nicht nur in Bezug auf Qualität und Lieferfähigkeit, sondern er möchte auch zunehmend kompetent und individuell beraten werden. Dies bedeutet zusätzliche Herausforderungen für Lieferanten wie für Händler, denn beide wollen ihren Kundenkreis bestens bedienen. Ein kleiner Kurs in „Kundenorientierung“.

OMR-Festival: Die Branche sichtbar machen **26**

Unter dem Brand „The Hapticologist“ präsentiert die Werbeartikelbranche auf dem OMR-Festival ein einzigartiges Bar-Konzept. Als „Center of Seven Senses“ wird diese coole Bar zur großartigen Bühne für die Branche, auf der Haptische Werbung erlebbar wird. Hier zeigt sich, wie unverzichtbar sie im Marketing-Mix ist.



Drei Spezialisten bündeln Kompetenzen **56**

Vor fünf Jahren hat REFLECTS sein neues Multimarketenkonzept erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Wie sich die Neuausrichtung des Kölner Unternehmens und die Kooperation mit dem Tochterunternehmen ADITAN und dem Partner MYRIX bislang entwickelt hat, lesen Sie auf diesen Seiten.



Harmonie der „Hapticals“ in der Philharmonie **60**

Es war für Plan Concept zwar die bereits 18. Werbemittelmesse. Doch gab es für die Kunden des den Essener Werbemittelspezialisten auch diesmal wieder zahlreiche Neuheiten haptisch zu erkunden. Außerdem sprachen wir mit Arian Reimann anlässlich seiner Berufung in die Geschäftsführung.



Der Kunde ist anspruchsvoller geworden, nicht nur in Bezug auf Qualität und Lieferfähigkeit, sondern er möchte auch zunehmend kompetent und individuell beraten werden. Dies bedeutet zusätzliche Herausforderungen für Lieferanten wie für Händler. Grund genug für uns, sie dabei zu unterstützen: Ein kleiner Kurs in „Kundenorientierung“, der Wunder wirken kann.

Erfolgsfaktor Kundenorientierung

Immer positiv bleiben

Kundenorientierung heißt der Grundsatz, der in vielen Unternehmensleitbildern als eine der wichtigsten Zielsetzungen formuliert ist. Kundenorientierung ist eine Kunst, die Kunst des Umgangs mit Kunden. Ein Profi versteht es, auch in schwierigen Situationen positive, konstruktive und lösungsorientierte Gespräche zu führen, die seine Kunden zufriedenstellen und die Beziehung zu ihnen festigen. Daran zu arbeiten, lohnt sich immer.

Emotionen bestimmen Entscheidungen

Die Neurowissenschaften bestätigen mit verschiedensten Forschungsergebnissen, was schon seit Jahrzehnten von Verkaufspromis behauptet wird: (Kauf-) Entscheidungen werden zu 90 Prozent auf emotionaler Ebene getroffen. Ebenso interessant: Informationen werden immer zusammen mit Emotionen im Gehirn gespeichert. Und das Wesentliche bei der Kommunikation geschieht zu 80 Prozent auf der nonverbalen Ebene. Unsere Kommunikation funktioniert nur zu 7 Prozent über Worte, zu 38 Prozent über die Stimme und zu mehr als 55 Prozent über die Körpersprache. Damit ist die Beziehung zum Kunden häufiger entscheidend als etwa der Preis des Produkts. Daher ist es für Unternehmen unerlässlich, die Instrumente der Kundenorientierung zu beherrschen. Das gilt insbesondere für Mitarbeiter mit Kundenkontakt, sei es im Verkauf, Verkaufssinnendienst, Service oder der Kundenberatung, Auftragsbearbeitung und Buchhaltung.

Nach der PSI ist die beste Zeit für Akquise und vertiefende Beratung. Kundenorientierung bedeutet für den Berater, dem Kunden genau zuzuhören und sich in seine Situation zu versetzen. Nur so kann man auf seine Wünsche wirklich eingehen.

Gute Produkte sind nicht alles

Das leuchtet ein – doch wie sieht die Praxis aus? Noch immer konzentrieren sich viele Lieferanten zu sehr auf das Produkt. Sie halten an der überholten Überzeugung fest, dass ein gutes Produkt, das stetig verbessert wird, der zentrale Erfolgsfaktor sei. Es ist zwar die Basis des Erfolgs, aber es kommen weitere Faktoren hinzu, die den Unternehmenserfolg bestimmen. Auch ein perfekt organisierter Vertrieb muss nicht unbedingt erfolgreich sein, wenn den so genannten Soft Skills zu wenig Aufmerksamkeit beigegeben wird. So wird gerade in Zeiten drastischer Ausgabenkürzungen zu wenig Wert auf Ausbildung und Verhaltenstraining des Sales-Personals für den Umgang mit Kunden gelegt. Ein Versäumnis, das manches Unternehmen teuer zu stehen kommt. Denn ein einmal durch unpassende Äußerungen, Unaufmerksamkeit, Unfreundlichkeit oder Schlampigkeit verprellter Kunde ist meist dauerhaft verloren. Erneut ein Vertrauensverhältnis aufzubauen, erfordert viel Aufwand und gelingt dennoch selten. Damit es nicht so weit kommt, haben wir eine Fülle konkreter, praxisbewährter Techniken, Verhaltensweisen und Methoden zusammengestellt – für all die Situationen, die Mitarbeiter jeder Abteilung im Kundenkontakt erleben.

Negative Botschaften, negative Wirkung

„Nein, das geht nicht. Das weiß ich nicht. Der Kollege ist nur bis 15 Uhr da, rufen Sie morgen noch einmal an. Das ist ausverkauft. Sie müssen schon wissen, was Sie wollen. Da müssen Sie schon mal selber schauen.“ Äußerungen wie diese kommen uns bekannt vor, ähnliches haben wir alle schon im Laden an der Ecke, aber ebenso von Verkäufern, Beratern oder gar auf Messen zu hören bekommen. Jeder kennt solche Antworten zur Genüge – und die Gefühle, die sie auslösen. Den Mitarbeitern, die diese Antworten geben, ist scheinbar überhaupt nicht bewusst, welche Wirkung sie auf ihre Kunden haben und welche Konsequenzen das für die Geschäftsbeziehung hat. Selbst der Anrufbeantworter ist auf Kundenabwehr programmiert: „Sie rufen außerhalb unserer Geschäftszeit an.“ Das klingt wie ein Vorwurf. Wer so kommuniziert, wertschätzt den Kunden nicht wirklich und hat konkreten Handlungsbedarf, dies schnellstmöglich zu ändern.

Unbewusste Abwehrreaktionen

Die Liste der Negativ-Beispiele ist noch viel länger. Warum wir so viele davon nennen? Sie können uns vor Augen führen, welche kontraproduktiven Äußerungen wir alle gelegentlich von uns geben, oftmals unbewusst und dennoch fatal in der Wirkung. „Schnell geht so was gar nicht. Da können wir gar nichts machen. Das kann nicht sein. Da müssen Sie sich schon gedulden. Das hätten Sie uns aber mitteilen müssen. Das hatten wir noch nie.“ Das alles sind



Hier ist die Stimmung angespannt, wie der Gesichtsausdruck der Kundenberaterin signalisiert. Wenn man bedenkt, dass 90 Prozent der Kaufentscheidungen auf emotionaler Ebene getroffen werden, dann stehen hier die Chancen für einen Abschluss nicht gut.

Die wichtigsten Tools der Kundenorientierung

Freundlichkeit: Negativen Gefühlen keine Chance geben

- Hallo, Herr Schön, dass Sie anrufen.
- Schön, dass Sie bei uns anfragen.
- Ja, gerne. Ist doch überhaupt kein Problem.
- Danke für Ihre Geduld.
- Ich rufe Sie gerne zurück.
- Ich helfe Ihnen gerne weiter.
- Schönen Tag noch / schönes Wochenende.

Lösungen: Lösungswege anbieten statt Schwierigkeiten zu betonen

- Ich erkundige mich und sage Ihnen Bescheid.
- Ich schaue mal, was ich für Sie tun kann.
- Wir werden eine Lösung für Sie finden.
- Das kriegen wir schon hin.
- Wir arbeiten schon an einer Lösung.
- Was ich in diesem Fall für Sie tun kann, ist ...
- Ich werde das Notwendige veranlassen.

Der Sache auf den Grund gehen: Respekt und Kooperationsbereitschaft signalisieren

- Was ist der Hintergrund Ihrer Frage?
- Wie meinen Sie das?
- Wie sehen Sie die Situation?
- Warum meinen Sie, dass das so passiert sein muss?
- Was ist der Hintergrund für Ihren Zweifel?
- Was hat Sie dazu veranlasst?
- Können Sie mir das genauer erklären?
- Was wollen Sie damit sagen?

>>

>> Äußerungen der Abwehr auf der ganzen Linie, die keine Spur von „Der Kunde steht im Mittelpunkt“ enthalten. Geschweige denn ein Gespür dafür, wie man eine Beziehung zum Anrufer aufbaut und aufrechterhält. Aber sicher gibt es noch drastischere Kunden-Abwehr-Reaktionen.

Schaden für Marke und Image

„Sie müssen schon wissen, was Sie wollen. Jetzt beruhigen Sie sich doch mal. Das habe ich Ihnen doch schon erklärt. Ja, so was weiß man doch, das ist doch bekannt. Ihr Vorgang ist im Moment nicht auffindbar.“ Die verheerenden Auswirkungen auf die Stimmung des Kunden und damit auf sein Kaufverhalten und seine Kaufbereitschaft werden oft selbst von Vorgesetzten und Geschäftsführern nicht wahrgenommen. Nicht selten sind auch Stress und Überforderung der Auslöser für überzogenes Verhalten. Aber auch ungünstige Umstände entschuldigen unangemessene Reaktionen nicht. Häufen sich die negativen Botschaften und wird unter Kunden oder in der Öffentlichkeit darüber gesprochen, kann sogar das Image des Unternehmens oder einer Marke Schaden nehmen. Beim Lesen solcher Antworten könnte man zu der Einschätzung kommen, dass es sehr aggressive Kunden oder Interessenten gewesen sein müssen, die diese heftigen Reaktionen ausgelöst haben. Doch das ist sehr selten der Fall: Wie die Praxis zeigt, geht es meistens um ganz gewöhnliche Fragen oder Anfragen im Tagesgeschäft wie zum Beispiel: „Was kostet denn ... bei Ihnen? Haben Sie auch ...? Sie haben mir eine falsche Rechnung geschickt. Wo bleibt meine Sendung? Ihr Kollege hatte mir... zugesagt.“ Einfache Fragen von Kunden, die zumindest höfliche Antworten erwarten dürfen. Wichtig ist, dass der Kunde in jedem Fall Servicebereitschaft und Entgegenkommen spürt.

Verbotene Worte und Wendungen

Oft und selbstverständlich verwendet, aber wenig positiv und überzeugend sind die folgenden Begriffe. Da sie den Eindruck von Unsicherheit vermitteln, sollten sie im Kundengespräch vermieden werden.

- müsste
- könnte
- dürfte
- darf
- ich glaube
- leider
- nicht
- wahrscheinlich
- vielleicht
- ich versuche

Fazit: Wendungen mit Konjunktiven wie „Ich könnte nachsehen...“ immer ersetzen durch klare Aussagen wie „Ich schaue nach ...“.

Perspektive des Kunden einnehmen

Wie stellen wir nun also den Kunden in den Mittelpunkt? Dazu müssen wir uns zunächst in seine Situation versetzen. Dann werden wir besser verstehen, wie wir ihn zufriedenstellen können. Dabei werden wir oft merken, dass es mit einer einfachen, freundlichen und sachlichen Information schon getan ist. Abwehr resultiert oftmals auch aus der Angst, zusätzlich etwas Aufwändiges oder Kom-

pliziertes leisten zu müssen, dem wir uns zeitlich oder sachlich nicht gewachsen fühlen. Doch statt Abwehrreaktionen ablaufen zu lassen, bleiben wir am besten zunächst einmal freundlich und finden in Ruhe heraus, was wirklich von uns erwartet wird. Dann können wir die Situation besser einschätzen und es geht uns alles viel einfacher von der Hand. Diese Haltung können wir üben, indem wir immer öfter *Sie* und *Ihre/Ihren* als *Ich* verwenden. Auch die simple Frage „Wie möchte ich selbst denn angesprochen werden?“ hilft in diesem Kontext weiter.

Kommunikationskompetenz aufbauen

Im Umgang mit Kunden brauchen wir also neben der Fachkompetenz auch Kommunikationskompetenz. Fakten und Informationen müssen so „übertragen“ werden, dass sie mit positiven Emotionen verknüpft beim Empfänger ankommen. Wenn wir uns in Erinnerung rufen, dass Kommunikation nur zu sieben Prozent über die Inhalte erfolgt, ist klar: Eine positive Einstellung und Freundlichkeit bilden die Nährlösung für Kundenorientierung. Dass gerade hier der Ton die Musik macht, ist nachvollziehbar: Durch die vielfältig variierbare Tonlage, Betonung, Dynamik, Intensität und Lautstärke ist die Stimme ein wichtiges Instrument, mit dem tatsächlich Stimmung gemacht werden kann. Erfahrene Kommunikatoren verstehen es, Kunden auf der Beziehungsebene zu erreichen und zu überzeugen, wobei Sachargumente ganz in den Hintergrund treten.

Kundenorientierung kann so einfach sein

Ein Blick in die Kundenorientierungs-Toolbox (s. Übersicht Seite XX) zeigt, mit welchen einfachen und wirkungsvollen Instrumenten Beziehungen zu pflegen sind. Manchmal sind es schon kleinste Nuancen in der Formulierung, die eine positive oder negative Grundstimmung auslösen können. Wie gehen wir aber damit um, wenn der Kunde mit falschen Behauptungen, Vorwürfen oder Aggression kommt? Auch dafür gibt es keine Lösung: Erst einmal nachfragen, um die Situation und das Anliegen des Gesprächspartners sowie die Hintergründe zu verstehen. Damit bringt man ihm den erwarteten Respekt entgegen und zeigt, dass man sein Anliegen ernst nimmt. Noch viel wichtiger: Damit macht man ihn bereit, sich kooperativ zu verhalten. Alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt sollten die Tools der Kundenorientierung beherrschen und sich laufend darin üben und verbessern. Denn es geht um permanente Qualitätsverbesserung – also etwas, das für Produkte als selbstverständlich gilt – um immer einen Tick besser zu sein als der Mitbewerber. <

„Geht nicht, gibt's nicht“ ist nicht nur eine Floskel: Auch wenn es nicht sofort eine Lösung oder das passende Produkt gibt, ist Ablehnung die schlechteste Idee. Statt dessen: Positiv bleiben und dem Kunden seine Möglichkeiten aufzeigen.



Freundlichkeit und Entgegenkommen öffnet auch am Telefon die Tür zum Kunden, denn Stimmungen spürt man auch dann, wenn man seinen Gesprächspartner nicht sieht.

Immer vom Positiven sprechen

Möglichst vermeiden, davon zu sprechen, was nicht möglich ist:

- weiß ich nicht
- kann ich nicht
- geht nicht
- ist nicht möglich

Dagegen sollten wir betonen, was im Moment möglich oder für's Erste machbar ist:

- das können wir tun
- das ist machbar
- das können wir veranlassen
- ich kümmere mich darum
- ich erkundige mich und rufe Sie dann gleich an

Wir lehnen nicht ab, sondern geben eine positive Antwort. So können wir abmildern, dass wir etwas – zumindest im Moment – nicht leisten können und signalisieren, dass wir in jedem Falle helfen wollen.

Armin Marks ist Trainer, Berater, systemischer Coach und Moderator in den Bereichen Kommunikation, Kooperation, Teamentwicklung, Kundenorientierung, Führung, Arbeitstechniken und Begleitung von Veränderungsprozessen. Über 35 Jahre Erfahrung in der Arbeit mit allen Mitarbeiter-Zielgruppen in Unternehmen und Organisationen einer Vielzahl von Branchen.



Äußerst smart vermitteln die Produkte dieser Rubrik ihre Werbebotschaften. Ob im häuslichen Umfeld oder im Büroambiente – diese Artikel **sind im steten Gebrauch** und rücken dadurch täglich ins Blickfeld.



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

Vielseitige Werbelösung

Der rPET GripCleaner® von Polyclean International vereint Funktionalität und Design und ist als Mousepad oder als Reinigungstuch für Brillen und Displays einsetzbar. Das Produkt reinigt effizient und bietet gleichzeitig eine ideale Möglichkeit, eine Marke ins Blickfeld zu rücken. Die spezielle Unterseite mit tausenden Micro-Dots sorgt für sicheren Halt auf verschiedenen Oberflächen. Gefertigt aus hochwertiger P-9000® Microfaser aus recycelten PET-Flaschen, überzeugt der GripCleaner® durch Langlebigkeit und hohe Qualität. Verpackt wird er in einem Pergaminbeutel aus natürlichen Rohstoffen und verantwortungsvoller Forstwirtschaft, der sich vollständig recyceln und bequem über das Altpapier entsorgen lässt. Der GripCleaner® lässt sich mit einer individuellen Werbebotschaft in Wort und Bild veredeln, hochwertig umgesetzt, schnell produziert und direkt aus Deutschland. Der Express-Service des Herstellers ermöglicht zudem kurzfristige Bestellungen, ideal für spontane Werbeaktionen und eilige Geschenke.

Perfekter Helfer

Ordnung und Smartness ins Office bringt das Werbe-Geschenkset Rund ums Büro von Römer Präsente: Dieses Geschenkset mit schwarzem Sizzle enthält einen praktischen Rominox® Kabel-Organizer für eine saubere Kabelführung mit fünf Halterungen in drei verschiedenen Breiten, einen Rominox® 3in1 Smartphone Ständer für alle gängigen Smartphones und Tablets, inklusive Audio-Verstärkerfunktion für den Smartphone Lautsprecher, sowie eine Drei-Viertel-Literflasche Rotwein Cabernet Sauvignon. Diese perfekte Kombination für den Schreibtisch zu Hause oder im Büro ist Teil des großen Sortiments an kulinarischen Werbegeschenken, welche bei Römer Präsente alle ab einem Stück erhältlich sind. Zahlreiche Veredelungen werden Inhouse abgewickelt, wodurch der Spezialist seine Aufträge schnell und zuverlässig abwickeln kann.



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

ef emotion
factory
Made by heri

NEU:
Spielen & Wissen

Pappbecher-Telefon



Kinderuhr



Memo-Spiel



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

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



Tagesaktueller Blickfang

Werbekalender gehören zu den absoluten Klassikern unter den haptischen Werbebotschaftern und erfreuen sich Jahr für Jahr größter Beliebtheit. Mit einem hochwertigen Marken Kalender von Athesia bleiben Werbende ganz sicher 365 Tage im Jahr im Blickfeld der Kundschaft. Für 2026 präsentiert der Verlag die Neuheit Cocktails der Marke Heye im Wandkalenderformat von 34 mal 44 Zentimeter. Der Kalender ist ein Blickfang in jeder Hausbar, für die Wand mit trendigen Kultgetränken illustriert. Jeden Monat gibt es ein Rezept zum Nachmischen. Der Kalender ist ein passendes, trendiges Produkt zum YouTube Kanal „Here For The Drinks“. Alle Kalender sind FSC-zertifiziert und auf Wunsch mit finanziell unterstütztem Klimaschutzprojekt lieferbar. Eine Werbeanbringung ist ab 50 Stück möglich.

Erinnerungen auf Steinpapier

Die Magie des löschbaren Steinpapiers lässt sich im Notizbuch von Moyu erleben, einem Erinnerungshelfer, der für die Ewigkeit gemacht ist. Es ist das perfekte Geschäftsgeschenk mit dem Anspruch, ein Zeichen der Nachhaltigkeit zu setzen und einen bleibenden Eindruck bei Mitarbeitern, Kunden und Partnern zu hinterlassen. Die Notizbücher werden aus 100 Prozent recycelbarem Steinpapier hergestellt, ohne die Verwendung von Baumholz, Wasser oder Bleichmitteln. Das Papier ist wasserfest und reißfest. Es lässt sich flüssig beschreiben und beim Löschen der Tinte werden keine Spuren hinterlassen. Die Seiten sind wiederbeschreibbar und halten etwa fünf Jahre. Das bedeutet, dass ein Moyu Notizbuch unzählige Einweg-Papierhefte ersetzt und hilft, Bäume und wertvolle Ressourcen zu sparen. Darüber hinaus pflanzt das Unternehmen aus den Niederlanden für jedes verkaufte Notizbuch einen Baum. Jedes Notizbuch enthält zudem einen Moyu-Stift, einen Stifthalter und ein Abwisch Tuch. Die Einbände lassen sich innen und außen vollständig in Farbe gestalten.

PSI 60439 • MOYU BV
Tel +31 621 962082 • hello@moyu.rocks
www.moyu-notebooks.com

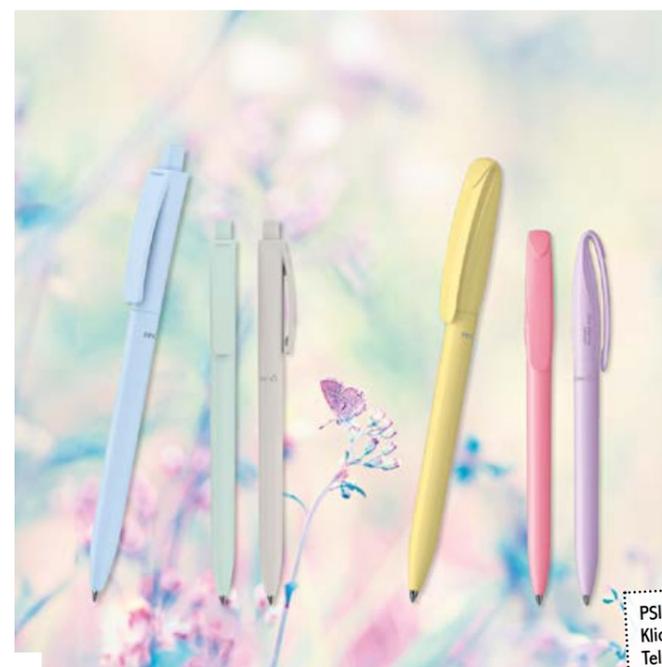


PSI 49957 • Holz Frank GmbH & Co. KG
Tel +49 9151 83310 • info@holz-frank.com
www.holz-frank.com



Individualisierbarer Serviettenring

Ein Werbepäsent mit Stil ist der Serviettenring von Holz Frank, hergestellt aus europäischem, FSC®-zertifiziertem Buchenholz, der durch natürliche Ästhetik und hohe Qualität überzeugt. Dank frei wählbarem Laserschnitt-Motiv und individueller Lasergravur wird jedes Stück zum unverwechselbaren Botschafter der werbenden Marke. Ob im Restaurant, bei feierlichen Anlässen oder als hochwertiges Give-away: Dieser Serviettenring verleiht jeder Tischdekoration einen eleganten Akzent und hinterlässt einen nachhaltigen Eindruck. Perfekt umsetzbar als unvergesslicher Werbeartikel.



Schreibgeräte in Pastelltönen

Die Schreibgeräte-Modelle Qube recycling und Boa matt recycling von Klio-Eterna sind nun standardmäßig zusätzlich zu den bisherigen 14 kräftigen Farben in sechs neuen zarten Pastelltönen lieferbar. Damit bietet der Hersteller nun eine der umfangreichsten Farbpaletten am Markt. Sowohl Gehäuse als auch Mechanik bestehen zu 100 Prozent aus recycelten Kunststoffen. Zur Kennzeichnung sind alle recycling Modelle mit dem Label „recyclingpen“ bedruckt. Die „Made in Germany“-Produkte werden unter Berücksichtigung ressourcenschonender und energieeffizienter Produktionstechniken mit Ökostrom am Standort Deutschland hergestellt. Zudem trägt Klio-Eterna das EMAS Zertifikat, welches die zukunftsorientierte Unternehmensführung unterstreicht. Ausgestattet mit der Klio-Eterna Silktech L-Mine und ihren beständigen 3.000 Metern Schreiblänge garantieren alle Schreibgeräte dauerhaften Schreibgenuss.

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

Stilvolle Akzente

Exklusive Schreibgeräte aus Holz setzen Akzente im Büro, stilvoll und nachhaltig. Die Schmuckstifte von Reidinger vereinen Eleganz mit Umweltbewusstsein: Verziert mit funkelnden Kristallen oder mit beeindruckender Krone, werden die Werbebotschafter zum unübersehbaren Blickfang auf dem Schreibtisch. Gefertigt aus dem natürlichen, nachwachsenden und FSC®-zertifizierten Rohstoff Holz sowie dem Climate Partner Label Finanzieller Klimabeitrag, stehen sie für Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein. Ob als repräsentatives Geschenk oder persönliches Statement am Schreibtisch: Ein Schmuckstift verbindet Stil, Qualität und Verantwortung in einem exklusiven Design. Im Online-Konfigurator des Herstellers entstehen mit wenigen Klicks die nützlichen Begleiter für Beruf und Freizeit individuell im unverwechselbaren Corporate Design.

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





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

PSI Journal 4/2025

www.psi-network.de

Fußmatten fürs Office

Egal ob in einem kleinen Büro oder einer Office-Gemeinschaft: Waschbare und individuell bedruckbare Logomatten dürfen dort nicht fehlen. So werden der Boden geschützt, Werbeflächen sinnvoll genutzt und Schmutz und Dreck draußen gehalten. Die Logomatten können mit kundeneigenen Logos, Bildmarken oder Slogans versehen und auch als Wegweiser oder Kennzeichnung von Büros eingesetzt werden. Verschmutzte Matten können unkompliziert in der Waschmaschine gewaschen werden. Vorteile der Made in Germany produzierten Produkte sind der Druck mit leuchtenden, beständigen Farben, die Realisierung individueller Maße und Sonderformen sowie der Einsatz von nachhaltigem, regeneriertem Econyl® Garn. Auch kurzfristige Ideen lassen sich realisieren, dies alles ab nur einem Stück.

Leuchtende Powerbank

Die MagGlow von MrDISC ist eine kompakte 5000mAh-Powerbank aus ABS mit MagSafe-Kompatibilität, die sicher am iPhone haftet. Das Highlight: ein individuell graviertes Logo-Design, das bei Aktivierung in einer frei wählbaren LED-Farbe leuchtet und für perfektes Werbung und Branding steht. Mit drei Ladeoptionen, Wireless bis 15W, USB-A sowie USB-C, bietet sie maximale Flexibilität. Das schlanke, schwarze Design und die digitale Ladestandanzeige machen sie zum perfekten Alltags-Begleiter. Ideal für Unternehmensgeschenke, Merchandise oder Promotion-Aktionen, ist das Produkt ab 100 Stück individuell gestaltbar. Zum Lieferumfang gehören die Powerbank und das Ladekabel, verpackt in einer weißen Faltschachtel.



PSI 20679
MrDISC, c/o Digistor Deutschland GmbH
Tel +49 40 675877-22 • info@mrdisc.de
www.mrdisc.de

SWEAT BLEIBT SWEAT

JAMES & NICHOLSON WIRD DAIBER.

Wir fassen zusammen – und zwar ab Januar 2025 alle Produkte von JAMES & NICHOLSON sowie myrtle beach unter der neuen Marke Daiber. Dabei bleiben unsere Produkte mit ihren zeitlosen Designs, langlebigen Materialien und hohen Produktionsstandards bis auf das Markenlabel unverändert. Freuen Sie sich auf eine frische Markengestaltung, die noch mehr repräsentiert, was Sie von uns erwarten können: Qualität, Funktionalität, Vielseitigkeit und vor allem Serviceorientierung.

Weitere Informationen zur Markenumstellung finden Sie auf unserer Website unter: daiber.de/de/jetztDaiber

Bezug über den qualifizierten Fachhandel

daiber

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



Moderner Pfadfinder

Metmaxx® Locate Tag SmartFind von Spranz ist ein smarter, nachhaltiger Schutz für persönliche Gegenstände: Denn der SmartFind-Tag ist ein kompakter, umweltfreundlicher Tracker, der ausgewählte Wertgegenstände weltweit über das Apple®-System präzise lokalisiert. Ob Schlüssel, Taschen oder Gepäck: Mit dem SmartFind-Tag bleiben die Habseligkeiten immer in Reichweite. Mit einer langlebigen Lithiumzelle hält er circa ein Jahr und ermöglicht einen schnellen Batteriewechsel. Seine kompakte Bauform und große Werbefläche machen das Produkt ideal als Werbeatikel. Einfach, zuverlässig und modern, kommt der smarte Alltagshelfer in recycelter Craft Paper Box beim Kunden an.

PSI 42487 • Reflects® GmbH
Tel +49 2234 99 00-513
j.cai@reflects.com
www.reflects.com

Praktische Alltagshelfer

Werbeatikel-Multispezialist Reflects® präsentiert unter der Marke RE98® Classics & Ideas eine Serie von handlichen Alltagshelfern mit Karabiner: die RE98-Daily Helper Serie. Diese umfasst Daily Helper Tool, Caddy und Parcel, aus extrem robustem Edelstahl hergestellt und durch eine farblich eloxierte Aluminiumscheibe verstärkt. Die praktischen Tools unterstützen beim Öffnen von Paketen, Lösen von Einkaufswagen oder kleineren Reparaturen. Alle drei Helfer vereinen praktische Funktionen mit hochwertigen Materialien in einem kompakten Design. Die mattschwarzen RE98 Daily Helper sind kompakt verpackt und das Tool mit den Funktionen ist im Inneren geschützt. In diesem Zustand ermöglicht der leicht bedienbare Clip-Karabiner eine einfache Befestigung an Taschen, Gürtelschlaufen oder am Schlüsselbund. Ausgestattet mit verschiedenen Schraubendrehern und einem Schraubenschlüssel, ist dieses Werkzeug eine handliche Lösung für unterwegs. Die RE98-Daily Helper sind mittels Lasergravur oder Tampondruck auf der mattschwarzen Außenfläche veredelbar. Eine wertige Geschenkverpackung ist bei allen Produkten inklusive.



Perfekt kombinierbar



Gelungene Kombination

Wie viel Funktion und Format darf es sein? Taschenexperte Halfar® bietet verschiedene Lösungen aus Filz fürs Büro: von der hyperfunktionalen Arbeitsplatztasche über ein praktisches Inlay bis zum kleinen Reißverschluss-Täschchen. Alles perfekt kombinierbar oder ideal einzeln zu nutzen. Perfekt für die Arbeit in Zug oder Café ist der Organizer Professional für Laptop, Kabel und Co. Denn die geräumige Tasche aus nachhaltigem Recycel-PES-Filz lässt sich samt Laptop aufklappen und schafft so einen Schreibtischplatz mit Sichtschutz. Auch A4-Unterlagen. Dank der breiten, längenverstellbaren Gurte ist die Tasche bequem zu tragen. Und er kann in punkto Funktionalität sogar noch aufsatteln – mit dem zusätzlichen Inlay Modernclassic. Mit vielen Fächern, elastischen Fixierschlaufen und individuell verstellbaren Ablagen organisiert es Schreibtischmaterialien oder anderes Kleinteiliges perfekt. Am Handgriff lässt es sich leicht aus Taschen herausheben oder auch eigenständig transportieren und aufstellen. Das Täschchen mit der praktischen Handschlaufe hält Karten, Ladekabel, Schreibwaren oder auch Lippenstift und Co. zusammen. Wie das Inlay ist sie eine ideale Ergänzung zu den großen Taschenlösungen oder lässt sich ganz unabhängig als einzelne Tasche gebrauchen.

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

Intelligente Stifte

Im Zeitalter der dynamischen technologischen Entwicklung ist das Konzept des Smart Living zu einem wichtigen Trend in vielen Bereichen des täglichen Lebens geworden. Dreampen bietet eine der neuesten innovativen Lösungen in diesem Bereich: Schreiber, die mit QR-Codes und Barcodes ausgestattet sind. Obwohl Stifte seit Urzeiten das grundlegende Schreibwerkzeug sind, eröffnet die Kombination mit modernen Technologien neue Möglichkeiten für die Übermittlung von Daten wie Links zu Websites, Dokumenten, Präsentationen oder Formularen. Barcodes etwa eignen sich zur schnellen Identifizierung von Produkten oder Dienstleistungen. Dreampen bietet die klassische Bedruckung einer Tube oder eines Clips und einen personalisierten Clip mit einem attraktiv dargestellten Barcode oder QR-Code. So wird ein Alltagsgegenstand nicht nur zu einem Arbeitsmittel, sondern auch zu einer Brücke in die digitale Welt.

PSI 45720 • Dreampen
Tel +48 68 4772232
sales@dreampen.com
www.dreampen.com



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



Schreiben mit Genuss

e+m hat sich mit seiner hochwertigen Sommelier Edition erfolgreich an die Genusswelt empfohlen. Nun legt die traditionsreiche Manufaktur nach und präsentiert die Schreibgeräte-Edition Pipe. Gemeinsam haben dieser Drehkugelschreiber und eine Tabakpfeife das Material. Für Pipe findet Bruyère Verwendung, das Holz der Wurzelknolle der Baumheide. Es ist sehr selten und kann nicht kultiviert werden, da es immer ein wildes Naturholz ist. Im Pfeifenbau ist es den ganz edlen Stücken vorbehalten, weil es äußerst langsam wächst und nur in kleinen Formaten verfügbar ist. Pfeifenraucher sind Genussmenschen, wobei die Haptik des Holzes ein entscheidender Bestandteil der Zeremonie ist. Mit der Schreibgeräte-Edition Pipe wird all das nun auch für Nichtraucher erlebbar, wobei auch Pfeife und Stift sich sehr gut vertragen: Unter Pfeifenrauchern gibt es erstaunlich viele Schriftsteller. Pipe ist in verschiedenen Holzoberflächen verfügbar. Pipe Rough ist die kernige Version, die durch ihre lebendige Oberfläche besticht.



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

Bruchssichere Thermotasse

Reflects® erweitert seine Produktfamilie myNizza um ein neues Eigendesign: die pulverbeschichtete Thermotasse Retumbler-myNizza Ceramic. Sie ist ideal fürs Büro und Zuhause. Besonderes Merkmal des bruchssicheren Gefäßes aus recyceltem Edelstahl ist eine keramische Innenbeschichtung. Durch die hochwertige Isolierung bleiben Getränke lange wohl temperiert. Kunden können optional einen transparenten Deckel für die in vier Farben verfügbare Tasse ergänzen und den Schieberverschluss aus 17 verschiedenen Farben konfigurieren, womit eine flexible Anpassung an das Kundendesign möglich wird. Die keramische Innenbeschichtung sorgt für einen unverfälschten Geschmack der Getränke und bietet eine ansprechende Optik. Zudem ist sie besonders leicht zu reinigen. Mit geschlossenem Deckel hält die doppelwandige Thermotasse Getränke bis zu 4 Stunden warm oder 24 Stunden kalt. Gegenüber der klassischen Keramiktasse mit unglasiertem Bodenrand verfügt diese Thermo-Version über einen Boden aus TPR-Kunststoff. Dieser schützt Untergründe vor Kratzern und bietet der Tasse stabilen Halt. Das Produkt kann per Tampondruck oder UV-Druck veredelt werden. Alle Komponenten des Artikels sind lagernd und werden vor Ort bei Reflects® veredelt. Eine Einzelverpackung ist inklusive.

PSI 42487 • Reflects® GmbH
Tel +49 2234 99 00-513
j.cai@reflects.com
www.reflects.com



Lichte Momente

Die Woodiframe LED-Lichttrophäe von Anda Present bringt jeden Raum oder jedes Büro zum Leuchten und erinnert an glorreiche Erfolge. Diese Trophäe wertet jeden Moment auf, der es wert ist, gefeiert zu werden, und lässt Errungenschaften heller und denkwürdiger erscheinen. Mit seinem eleganten Holzrahmen und dem auffälligen LED-Licht, steht dieses Produkt von Anda Present für Stil und moderne Eleganz. Als Teil der Be Creative-Kollektion kann es per Gravur oder Tampondruck individuell gestaltet werden, so dass jede Marke ins Rampenlicht gerückt wird. Mit der Woodiframe LED-Lichttrophäe wird jede Werbeleistung unvergesslich gemacht.



/ YOUR /
UMBRELLA



FARE® FILIGRAIN ONLY200

NEU Art. 5462

Leichtgewicht mit starken inneren Werten:
In gerade einmal 200 g steckt jede Menge
Qualität - von der Doppelausstattung über das
Windproof-PLUS-System bis hin zum
waterSAVE® Bezugsmaterial aus
recycelten Kunststoffen.

www.fare.de/de/news





Nie wieder Kabelsalat

Die praktischen 3in1-Ladekabel der Lumitoys-GmbH bringen das Logo zum leuchten. Bis zu drei Geräte können zeitgleich geladen werden, denn neben dem üblichen USB-Anschluss stehen auch noch Micro-USB, Lighting und USB-C zur Verfügung. Das Gehäuse ist aus Holz gefertigt und leistet einen optischen und zugleich ökologischen Beitrag. Das Haupt-USB-Kabel ist in zwei verschiedenen Längen erhältlich. Auf Wunsch ist die Verpackung in einem Geschenkeschuber möglich, der auch individuell bedruckt werden kann. Auch seinen bewährten Wireless Charger bietet der Hersteller jetzt auch aus Holz oder aus einer Kombination aus Holz und Tempered Glass. Das hintergrundbeleuchtete Logo wird entweder aus der Holzoberfläche ausgefräst oder auf das Glas aufgebracht, je nach Kundenwunsch entweder invers oder vollfarbig. So wird der in eckig oder rund erhältliche Wireless Charger zu einem absoluten Eyecatcher. Den Charger gibt es sowohl in runder als auch in eckiger Form, ebenso kann zwischen verschiedenen LED-Farben gewählt werden. Geliefert wird auf Wunsch in einer individuellen Geschenkverpackung.

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

Prima Laptop-Sticker

Exklusive Sticker aus 0,5 Millimeter starker Reinaluminiumfolie sorgen für einen Blickfang auf Laptop, Tablet, Bildschirm und Co. Mit dem Metallaufkleber von marcolor lassen sich Logos gekonnt in Szene setzen. In der eigenen Druckerei bringt der Hersteller die Laptop-Sticker mittels Plotter in die perfekte Wunschform. Eckig, rund oder als Kontursticker ausgeführt, bietet sich eine Vielzahl an Möglichkeiten an. Die Metallaufkleber werden im UV-Offset, Sieb- und Digitaldruck umgesetzt. Mit Hilfe des Digitaldrucks sind auch individuelle Namen, Barcodes oder QR-Codes realisierbar. Diese exklusive Folienausführung bietet eine perfekte Grundlage, um die Wertigkeit des Produkts zu unterstreichen oder ein Logo optisch aufzuwerten. Auf Basis der metallischen Aufkleberfolien stellt marcolor neben Laptop-Stickern auch eindrucksvolle Geräteaufkleber mit Service- und Wartungshinweisen sowie selbstklebende Typenschilder und vieles mehr her. Die Mindestmenge beträgt 500 Stück.

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



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



50 Jahre Güteklasse A

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



PSI 43817
TechnoTrade Import-Export GmbH
Tel +49 3375 216050
info@technotrade-berlin.de
www.technoline-berlin.de

Smarte Raumluftkontrolle

Hohe CO₂-Werte und schlechte Luftqualität werden oft unterschätzt. Dabei wirken sich diese Eigenschaften stark auf die Gesundheit und Leistungsfähigkeit aller im Raum befindlichen Personen aus. Der Luftgütemonitor WL 1025 von technoline bietet die perfekte Lösung, um stets den Überblick über die Luftqualität zu behalten und ein gesundes Arbeits- und Lebensumfeld zu gewährleisten. Das Produkt zeigt aktuelle CO₂-Messwerte sowie CO₂-Trendwerte an, um Veränderungen frühzeitig zu erkennen. Die 24-Stunden-Historie wird als Balkendiagramm dargestellt, um die Entwicklung der Luftqualität sichtbar zu machen. Wenn der CO₂-Wert einen kritischen Schwellenwert überschreitet, warnt die Alarm- und Ampelfunktion umgehend, sodass rechtzeitig Maßnahmen ergriffen werden können. Zudem bietet der Monitor eine Kalibriermöglichkeit für die CO₂-Messung. Die Innentemperatur- und -luftfeuchtigkeit mit maximalen und minimalen Werten, die Quarzzeit und ein einstellbarer Weckalarm machen diesen CO₂-Monitor vielseitig nutzbar. Mit einer persönlichen Werbeanbringung sorgt das Gerät für einen wahren Imagegewinn der werbenden Firma.

Mit Naschen überraschen

Gerade zu Ostern eignen sich die süßen Köstlichkeiten Kalfany Süße Werbung als willkommene Gabe. Attraktive Werbung verspricht zudem die Promo-Kissenverpackung, eine weiße Mini-Kartonage in Kissenform mit viel Werbefläche. Und das Beste: Innerhalb der Kissenverpackung wartet ein Genuss, der die Beschenkten mit Markenqualität überrascht. Die Promo-Kissenverpackungen sind auf Events, Messen, Veranstaltungen, an der Hotelbar oder an jedem POS ein attraktives Give-Away. Die Kissenverpackung wird nach IFS-Standards sortenrein mit Ferrero Küsschen Eiern, Lindt Lindor Mini-Eiern, Ferrero Rocher Eiern, Kinder Bueno Eiern, Lindt Lindor Lilliput Pralines, Knoppers Goodies oder dem Kuhbonbon Mix bestückt und rundum personalisiert.

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





PSI 49294 • Lamy B2B Distribution
Tel +49 40 228679400
lamy@exclusive-gifts.com
www.exclusive-gifts.com

Smarte Sonderedition

Lamy logo all black ist die B2B-Sonderedition exklusiv für Lamy-Business-Kunden, die einen stilvollen Kugelschreiber aus rostfreiem Edelstahl beinhaltet. Ausgeführt in Mattschwarz, kommen die pulverbeschichteten Schreibgeräte mit schwarzem Lamy-Emblem beim Kunden an. Der abgefederte Stahlclip mit Druckmechanik und die integrierte Clip-Drücker-Einheit sind markante Features, die den Unterschied im weiten Feld der Schreibgeräte ausmachen. Das schwarze Lamy Logo auf dem schwarzen Gehäuse wirkt edel und verströmt einen Touch von Understatement und Luxus.

Formschöne Osterüberraschung

Camilla XS sorgt für süße Ostern: Die Design-Gießkanne von Koziol, erhältlich exklusiv bei Multiflower erhältlich, kommt gefüllt mit Schokoladen-Eiern für das Osterfest beim Kunden an. Das Behältnis bietet viele Funktionen und ist ein willkommener auf dem Schreibtisch und der Fensterbank. Aus den Standardfarben können Weiß, Grün, Gelb oder Orange gewählt werden, Wunschfarben auf Anfrage. Die umlaufende Banderole dient als Werbeträger. Platz für einen werblichen Eindruck ist im Standardmotiv. Auch eine eigene Gestaltung der Banderole ist umsetzbar, jeweils ab 250 Stück. Ein Tampondruck direkt auf der Gießkanne ist ab 100 Stück möglich.

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

Immergrüne Displayreiniger

Die Schmoozies® Evergreenies® von mbw® sind die idealen Werbebotschafter, die niemals verwelken. Diese kleinen Displayreiniger mit weicher Mikrofaserunterseite sorgen für glasklare Bildschirme von Smartphones und Tablets. Eine Werbebotschaft erblüht durch ein Logo oder individuellen Slogan auf der Werbefahne. Die Evergreenies® bleiben immer frisch und grün. Mit sechs verschiedenen Charakteren bringen sie Abwechslung und Freude in den Alltag von Kunden und Mitarbeitern und eignen sich ideal als Give-away bei Messen, als Kundengeschenk oder Mitarbeiterprämie. Für alle ohne grünen Daumen sind sie die ideale Lösung, um Frische und Farbe ins Büro zu bringen.



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



PSI 49948 • Myrix GmbH
Tel +49 7240 61632-0
patrick.doering@myrix.de
www.myrix.de

Notizen mit gutem Gewissen

Die Myrix GmbH, Spezialist für individualisierbare Notizbücher und Kalender, präsentiert eine innovative und umweltfreundliche Notizbuch-Serie, die neuen Myrix® Silphie Books. Diese sind erhältlich als Soft- und Hardcover-Versionen, gefertigt aus nachhaltigem Silphie-Papier, welches aus Fasern der regionalen Silphie-Pflanze hergestellt wird und dadurch eine ökologische Alternative zu herkömmlichem Papier ist. Die Silphie-Fasern werden in Deutschland zur Förderung der Biodiversität angebaut. Insektenfreundlich und ökologisch effizient, überzeugt das Material durch eine natürliche Haptik und warme, erdige Farbnuancen, die jedem Notizbuch eine besondere, natürliche Optik verleihen. Die Produktion benötigt weniger Wasser und Energie, und das Material ist vollständig recycelbar. Die Silphie Books überzeugen als Kombination aus umweltbewusstem Produkt und individueller Gestaltung, optional zu haben mit Fadenheftung, Softcover oder Hardcover, individuellen Cover-Farben und verschiedensten Branding-Möglichkeiten. Weitere Anpassungen und Ausstattungen sind auf Anfrage möglich. Durch ihre hohe Qualität und Individualisierbarkeit eignen sie sich die Silphie Books perfekt als nachhaltige Kundenpräsentation, für Mitarbeiterereignisse oder als stilvolle Begleiter im Büroalltag. Die Mindestbestellmenge beträgt 250 Stück.

Saubere Angelegenheit

Der Smartphone- und Arbeitsplatz-Reiniger von Sanders Imagetools bringt neuen Glanz in den Büro-Alltag. Das Spray entfernt materialschonend Verschmutzungen von Smartphone und Tablet sowie allen anderen Oberflächen am Arbeitsplatz. Das Produkt ist bestens geeignet zur schnellen und unkomplizierten Reinigung von Maus, Tastatur, Telefon, Laptop und Tischplatte: Zu diesem Zweck ist der Reiniger einfach aufzusprühen und nach kurzer Einwirkzeit lediglich mit einem Tuch abzuwischen. Der Reiniger hinterlässt einen angenehmen, frischen Zitronenduft und einen matten Glanz. 20 Milliliter des Sprays sind in kurzer Lieferzeit ab 100 Stück, 50 Milliliter des Reinigers ab 250 Stück lieferbar. Das Spray ist immer mit individuellem Werbeaufdruck sowohl mit oder ohne Bumper erhältlich.

PSI 46551
Sanders Imagetools GmbH & Co. KG
Tel +49 9401 607980
welcome@imagetools.com
www.imagetools.com



Arpe®

Making, printing and designing sustainable products in **Barcelona**

Towels, cleaning cloths, glasses sleeves, cushions, travel packs, pouches, bags...

Certified
B
Corporation

info@arpe.es
arpe.es
MADE IN EUROPE

SGS SGS Oeko-TEX STANDARD 100 2017/2018 ATEX certified by INTERTEK 138475



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

Liebe auf den ersten Wisch

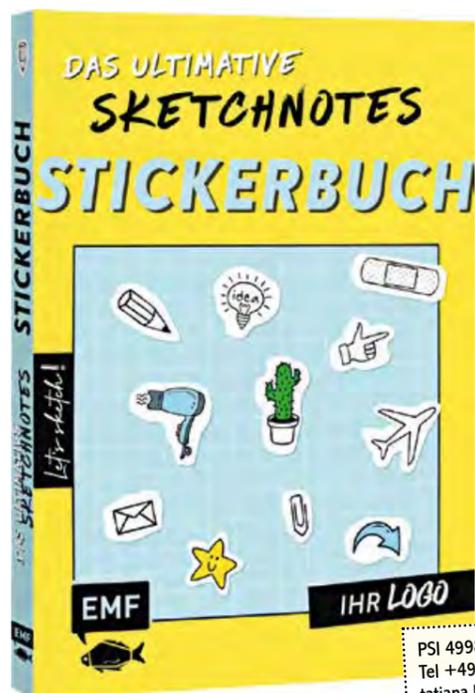
Smartphones und Tablets sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Die Schmoozies® Displayreiniger der Marke MiniFeet® aus dem Sortiment von mbw vereinen Nützlichkeit mit Charme und einer wirkungsvollen Werbebotschaft. Mit ihrer Mikrofaser-Unterseite reinigen sie glatte Oberflächen wie Handydisplays oder Bildschirme im Handumdrehen. Zusätzlich bieten sie die Möglichkeit, ein Logo oder einen Slogan auf der Werbefläche zu platzieren, um die gewünschte Botschaft nachhaltig in den Alltag der Nutzer zu integrieren. Durch ihren praktischen Mehrwert eignen sich die Schmoozies® ideal als Gesprächsstarter, Give-aways oder Mitarbeitergeschenke. So bleiben Unternehmen noch lange nach dem Gespräch im Gedächtnis.

Stilvoller Stifteköcher

Der Metmaxx® FutureChargeDeskHub aus dem Sortiment von Spranz ist die perfekte Kombination aus Stil, Funktionalität und Nachhaltigkeit. Hergestellt aus hochwertigem, recyceltem Aluminium, bietet dieser innovative Stifteköcher nicht nur eine große Werbefläche, die sich ideal für Gravuren eignet, sondern auch praktische Zusatzfunktionen für den Schreibtisch, das Zuhause oder das Büro. Ausgestattet mit verschiedenen Anschlüssen wie USB-A und USB-C, ermöglicht der Future Charge Desk Hub das gleichzeitige Laden und den Datentransfer aller Geräte. Das ausklappbare Wireless Ladepad mit fünf Watt Leistung hält das Mobiltelefon stets griffbereit und geladen, ohne lästige Kabel. Das Produkt wird inklusive einen Meter langes Kabel in einer Craft Paper Box ausgeliefert.



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



Optische Organisationshelfer

Die Sketchnotes aus dem Sortiment von Edition Michael Fischer sind kleine Helfer für alle Lebensbereiche, die nicht nur beim Organisieren, Planen, Veranschaulichen und Lernen nützlich sind, sondern auch jede Menge Spaß bringen. Die über 600 Sticker eignen sich nicht nur für jede Art von Kalender, sondern auch für Bullet Journals, zum Bestickern von Mappen, für Notizzettel und vieles mehr. In Bezug auf Umfang, Design und Ausstattung des Buchs passt der EMF-Verlag (Edition Michael Fischer) an die Vorstellungen und Wünsche des Kunden an. Zudem lässt sich ein Logo auf dem Buchcover platzieren.

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

mbw®

EVER GREENIES®



Kein Gießen!
Kein Verwelken!



LOGO

Bereits
ab 50 Stück
mit Ihrem
LOGO
bedruckbar!

DAS MUST-HAVE
FÜR JEDES BÜRO!

Die neuen Schmoozies® Evergreenies® –
immergrüne Displayreiniger mit Charakter.

Die perfekten Markenbotschafter! Bedruckt mit Logo
oder Slogan, sorgen sie für langfristige Werbeeffekte.
Dank der Mikrofaser-Unterseite reinigen sie mühelos
Handydisplays & Bildschirme.

Jetzt online alle Modelle entdecken!

mbw.sh

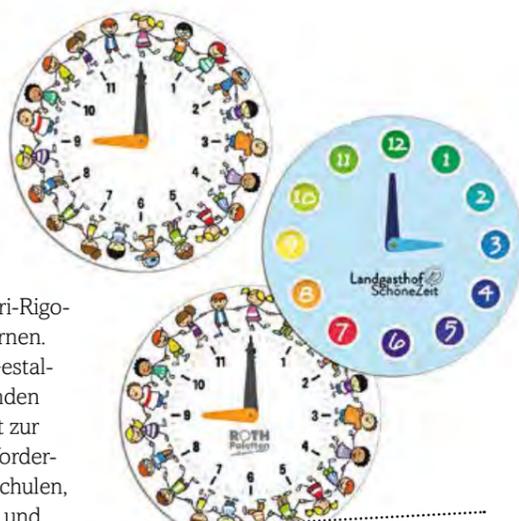




PSI 45723 • WS Werbeartikel GmbH
Tel +49 7135 95590
team@we-werbeartikel.de
www.maximo.de

Schreibstarker Ressourcenschoner

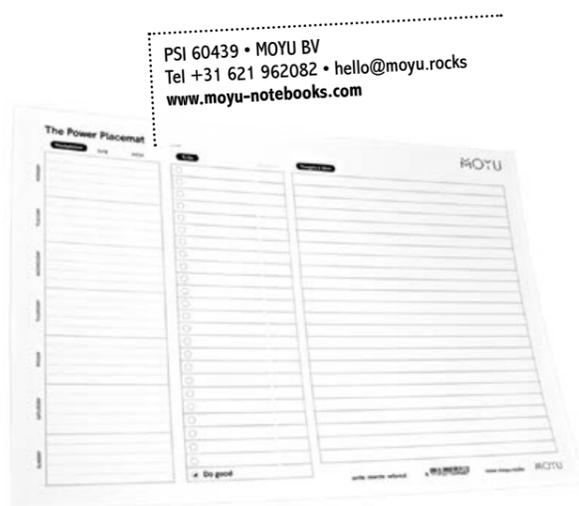
In der heutigen Zeit ist es für Unternehmen wichtiger denn je, sich für Ressourcen schonende und nachhaltige Werbeartikel einzusetzen. Eine Möglichkeit, dies zu tun, ist die Verwendung von dem Kugelschreiber Tokio von WS Werbeartikel. Das Schreibgerät wird zu 100 Prozent aus recyceltem ABS-Kunststoff hergestellt. Die Jumbomine von Maximo bietet ein angenehmes Schreibgefühl und eine lange Schreibleistung, alles zu einem fairen Preis. Um sich von den Qualitäten des Tokio zu überzeugen, können Kunden ein kostenloses Muster beim Hersteller anfordern.



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

Lern-Uhr für Kinder

Die neue Lern-Uhr für Kinder aus dem Sortiment von emotion factory Heri-Rigoni ist die ideale Möglichkeit, spielerisch und mit Freude die Uhrzeit zu erlernen. Hergestellt aus feinem weißem Karton, besticht sie durch eine liebevolle Gestaltung mit klaren Zahlen und ansprechendem Design, das Kindern hilft, Stunden und Minuten mühelos zu verstehen. Besonders attraktiv ist die Möglichkeit zur individuellen Gestaltung: Ab einer Bestellmenge von 500 Stück kann die Vorderseite der Uhr nach eigenen Wünschen personalisiert werden. Dies bietet Schulen, Kindergärten oder Unternehmen eine ideale Gelegenheit, eine einzigartige und lehrreiche Uhr für Kinder zu gestalten. In Standardgestaltung ist die Uhr auch ab Lager ab 250 Stück zu erhalten. Mit dieser innovativen Lern-Uhr, die Bildung und Kreativität kombiniert, wird das Ablesen der Uhrzeit zum Vergnügen.



PSI 60439 • MOYU BV
Tel +31 621 962082 • hello@moyu.rocks
www.moyu-notebooks.com

Starkes Platzdeckchen

Mit dem Power Placemat im A3-Format aus dem Sortiment von Moyu lässt sich die Planung auf die nächste Stufe bringen, ohne Frust beim Streichen von Fehlern. Diese lassen sich einfach ausradieren. Dieses Tischset ist zu 100 Prozent aus recycelbarem Steinpapier hergestellt, ohne das Holz von Bäumen, Wasser oder Bleichmittel zu verwenden. Das Papier ist wasser- und reißfest. Das Produkt fungiert als umweltfreundlicher Schreibtischbegleiter für Kollegen, die gerne schreiben, und bietet eine gute Möglichkeit, den Papiermüll im Büro zu reduzieren. Das Tischset kann mit einem eigenen Logo versehen werden. Auch eine völlig individuelle Gestaltung eines eigenen Tischsets ist umsetzbar.



PSI 49758 • Brand.it GmbH
Tel +49 30 555 735 993 • info@brand.it
www.brandit-protection.com/de

Starke Markenpräsenz

Jeden Tag greifen Mitarbeitende unzählige Male zu Smartphone, Tablet oder Laptop. Damit bietet sich eine perfekte Gelegenheit für eine nachhaltige Markenpräsenz: Brand.it bietet individuell gestaltbare Schutzhüllen an, die nicht nur zuverlässigen Schutz vor Kratzern und Stößen bieten, sondern auch als stilvolles Marketingmittel fungieren. Ob als individuelles Firmengeschenk, hochwertiges Kundenpräsent oder Teil der Corporate Identity: Die Premium-Hüllen des Werbeartikelspezialisten aus Berlin sorgen für eine dauerhafte Sichtbarkeit der Marke. Dank modernster Druckverfahren lassen sich Logos und Designs detailgetreu umsetzen und die Schutzhüllen so zum effektiven Markenbotschafter werden, ganz gleich ob im Büro, unterwegs oder im täglichen Gebrauch.

Kultfiguren mit Entspannungsfaktor

Herr Bert® und seine charmante Begleiterin Berta sind die idealen Sympathieträger für jede Gelegenheit. Erhältlich bei mbw, sind sie Teil einer aus über 80 Modellen bestehenden Vielfalt, zu haben als „Busy Bert“, „Super Bert“ oder „Dr. Bert“: für jeden also findet sich hier das passende Design. Diese knautschbaren Figuren aus elastischem Polyurethanschaum lieben es, gedrückt zu werden, und kehren immer in ihre ursprüngliche Form zurück: perfekt, um auch in stressigen Situationen für Entspannung zu sorgen. Die gute Laune, die sie verbreiten, ist ansteckend und macht sie zu idealen Werbeträgern. Logos oder Slogans lassen sich prominent am Bauch oder Rücken anbringen, wodurch die Kultfiguren nicht nur Herzen, sondern auch Marken in Erinnerung halten.



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



Unter dem Brand „The Hapticologist“ präsentiert die Werbeartikelbranche auf dem OMR-Festival ein einzigartiges Bar-Konzept. Als „Center of Seven Senses“ wird diese coole Bar zur großartigen Bühne für die Branche, auf der haptische Werbung erlebbar wird. Hier zeigt sich, wie unverzichtbar sie im Marketing-Mix ist.

The Center of Seven Senses auf dem OMR-Festival

Die Branche sichtbar machen



Die Hapticologist ist die coolste Bar der Welt – davon sind die acht Lieferanten und Hersteller Halfar, Kalfany Süße Werbung, Karl Knauer, Mahlwerck, mbw, Prodir, Toppoint und uma sowie die drei kreativen Werbeartikelagenturen cyber-Wear, Global Brand Concepts und Kolibri und die Branchenexperten von PSI und WA Media überzeugt. Die Bar wird als „The Center of Seven Senses“ am 6. und 7. Mai 2025 auf dem OMR-Festival in Hamburg haptische Werbung auf einem völlig neuen Level präsentieren. Die Umsetzung des einzigartigen Barkonzepts liegt in den Händen von PSI-Direktorin Petra Lassahn, die als RX-Prokuristin auch den legendären Bar Convent Berlin leitet. Petra Lassahn und einige der Teilnehmer erklären, wie die Werbeartikelbranche vom OMR-Festival profitieren kann.



Die Werbeartikelbranche auf dem OMR-Festival:

Drei Fragen an PSI-Direktorin Petra Lassahn

Auf dem OMR-Festival wird die Branche Werbeartikeln eine exklusive Bühne geben. Was hat PSI dazu bewogen, diese besondere Initiative aktiv zu unterstützen?

Das OMR-Festival zählt zu den größten Events des Online-Marketings und der Digitalbranche Europas – eine hochkarätige Plattform also, um den Werbeartikel als wichtige Säule im Marketing-Mix zu positionieren. Das muss PSI als Netzwerk für rund 5.000 Unternehmen der Werbeartikelwirtschaft einfach unterstützen! Denn es ist seit über sechs Jahrzehnten unsere „Mission“, sich für den Werbeartikel einzusetzen und die Branche zu fördern. Dabei ist die Präsenz auf dem OMR-Festival ein neuer und wichtiger Schritt, der unsere anderen Projekte zielführend ergänzt: Auch die PSI Academy und die PSI Academy Awards tragen dazu bei, den Werbeartikel als leistungsstarkes Marketingtool den Marketeers näherzubringen – auch unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit.

Insgesamt 13 Werbeartikel-Unternehmen und Partner repräsentieren die Branche in der Bar „The Hapticologist“. Mit Ihnen als Chefin des renommierten Bar Convents Berlin ist dieses einzigartige Barkonzept ja in besten Händen. Wie ist die Bar-Idee entstanden und welcher Anspruch steht dahinter?



Die Idee wurde letztes Jahr in Hong Kong geboren, als wir mit Händlern und Herstellern in einer von Barprofis des Bar Convent Berlin empfohlenen Bar einen Stopp eingelegt haben. Eine Bar steht für gute Drinks, aber in erster Linie für Kommunikation – ein ideales Umfeld, um bei einem Drink Marketingprofis zu treffen und über Marketingstrategien und Werbeartikel zu diskutieren. Dieser Gedanke war die Basis unseres Konzepts, das wir dann mit den Partnern weiter ausgearbeitet haben. Der Claim „The Center of Seven Senses“ sagt ganz klar, worauf es uns ankommt: Die multisensorische Dimension im Marketing ist entscheidend, um Marken spürbar zu machen und Erlebnisse zu schaffen, die im Gedächtnis bleiben.

Welche Erwartungen und Ziele verbinden Sie mit dem OMR-Festival?

Werbeartikel haben nachweislich ein großes Potenzial als wirkungsvolle Marketinginstrumente. Nun ist es Zeit, ihre Möglichkeiten kreativ in marketingrelevantem Kontext zu präsentieren. Ich könnte mir gut vorstellen, dass der Auftritt der Branche auf diesem prominenten, zukunftsorientierten Business-Event eine Signalwirkung entwickelt: Zum einen wird haptische Werbung als unentbehrliche Komponente im Marketing mit allen Sinnen erlebbar werden und damit in einem ganz anderen Licht als bisher gesehen werden. Zudem kann die Präsenz in Hamburg ein Ansporn für die Branche sein, stärker an die Öffentlichkeit zu gehen und die Kommunikation mit potenziellen Zielgruppen zu suchen. Wir sehen gute Chancen, dass das OMR-Festival ein Kontaktforum und Business-Booster für die Branche werden kann, die auf die Unterstützung des PSI als traditionelle Homepage zählen kann. <

„Haptische Werbung ist zentral im Marketing-Mix.“

Florian Seidenberg, Prodir

Als Marke, die sich intensiv mit der Wahrnehmung und Wirkung haptischer Erlebnisse beschäftigt, ist es für Prodir naheliegend, Teil dieses innovativen Konzepts zu sein. Die multisensorische Erfahrung spielt eine entscheidende Rolle in der Markenkommunikation – insbesondere in einer zunehmend digitalen Welt. „The Hapticologist“ bietet uns die ideale Plattform, um die Bedeutung hochwertiger, nachhaltiger Schreibgeräte als wirkungsvolle Touchpoints im Marketing zu präsentieren. Die Besucher können bei uns erleben, wie Design, Materialität und Schreibgefühl eine emotionale Verbindung zwischen Marke und Nutzer schaffen. Unsere Schreibgeräte stehen für Qualität, Langlebigkeit und Nachhaltigkeit – Eigenschaften, die im direkten Erleben spürbar werden. Zu-



dem zeigen wir, wie individualisierte Schreibgeräte gezielt eingesetzt werden können, um Markenbotschaften greifbar zu machen. Wir freuen uns auf den inspirierenden Austausch mit Marketingexperten, Agenturen und Unternehmen, die auf der Suche nach kreativen, haptischen Branding-Lösungen sind. Zudem sehen wir die Teilnahme als Chance, unser Netzwerk zu erweitern, wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung unserer Produkte und Dienstleistungen zu erhalten sowie – allem voran – als einer der Branchenvertreter die haptische Werbeform in ihrer wichtigen, ja zentralen Rolle im Marketingmix werbender Unternehmen erlebbar zu machen.

„Unser Ziel ist es, als starke Gemeinschaft aufzutreten.“

Steven Baumgaertner, Cyber Wear

Die Besucher erwartet ein außergewöhnliches Erlebnis: Von Bar-keepern, die exklusive Signature Cocktails kreieren, über unseren Resident DJ, der für die perfekte Stimmung sorgt, bis hin zu coolem Merch, das unsere Expertise im Bereich haptische Werbung repräsentiert. Die größte Herausforderung bei der Entwicklung dieses Konzepts war es, eine starke Dachmarke zu schaffen, die nicht die einzelnen Unternehmen oder Teilnehmer in den Vordergrund stellt, sondern das gemeinsame Ziel verfolgt: Sichtbarkeit für unsere Branche – die haptische Werbung. Unser Anspruch ist es, klar zu zeigen, dass wir als Branche ein unverzichtbarer Bestandteil des Marketing-Mixes sind und, gerade im Zeitalter der Digitalisierung, sogar an Bedeutung gewinnen. Wir setzen gezielt auf eine exklusive VIP-Ansprache im Vorfeld. Hierzu laden wir ausgewählte Top-Kunden zum Opening ein. Als Highlight haben



wir eine kreative VIP-Box entwickelt, die entweder als Einladung oder später als Teaser genutzt werden kann – perfekt, um unsere haptische Stärke auch nach der Messe wieder ins Gedächtnis zu rufen. Wir sprechen diese potenziellen Leads im Vorfeld ganz gezielt und persönlich an, um sicherzustellen, dass sie sich auf ein unvergessliches Erlebnis freuen dürfen. Neben den VIPs laden wir natürlich auch die gesamte Branche nach Hamburg ein. Unser Ziel ist es, als starke Gemeinschaft aufzutreten und die Relevanz unserer Branche im Marketing-Mix eindrucksvoll zu präsentieren. Vor Ort setzen wir dann

auf eine Kombination aus direkter Ansprache, starken visuellen Reizen und natürlich dem Erlebnisfaktor der Bar, um maximale Aufmerksamkeit zu erzeugen – und um zu zeigen, dass wir „The Center of Seven Senses“ sind.

„Wir präsentieren uns einem jungen Publikum.“

Boris Schwerdt, Global Brand Concepts

Im letzten Jahr haben wir das OMR-Festival besucht und waren beeindruckt von der Dynamik der Veranstaltung und der Gespräche, die wir dort führen konnten. Die Initiative von PSI, gemeinsam etwas für die Branche zu tun, indem wir dem jungen Publikum dort das Thema haptische Werbung näherbringen, hat uns überzeugt. Zudem halten wir es für wichtig, einen engen Austausch mit den Kollegen auf Lieferanten- und Händlerseite zu pflegen. Dass wir Branche, Produkte und unsere Dienstleistung einem jungen Publikum zu präsentieren können, das Werbemittel nur als Merch kennt, ist der wichtigste Aspekt – wenn der eine oder andere Lead durch die Aktion entsteht, wäre das ein positiver Nebeneffekt. Wir freuen uns, dass wir mit Ullrich Klenke, CMO der Telekom, einen Marketing-Fachmann gewinnen konnten, der im Rahmen der Masterclass von Olaf Hartmann zum Thema haptische Werbung eingebunden wird.



„Mit Haptischer Werbung kann man nur gewinnen.“

Karin Jagersberger, Kolibri

Wir sind dabei, weil wir leidenschaftlich an die Kraft von haptischer Werbung glauben. In einer zunehmend digitalen Welt sind sinnliche, greifbare Erlebnisse eine absolute Notwendigkeit. Haptische Werbung erzeugt und berührt unsere Emotionen und schafft damit einen mächtigen Türöffner zu echter Kundenbindung. Unser „Center of Seven Senses“ präsentiert sich als mitreißende Bar mit absoluten Profis – hinter und vor der Theke. Dort soll hautnah spürbar werden, wie sehr unsere Welt an Tiefe gewinnt, wenn wir all unsere Sinne bewusst nutzen. Wir wollen einen inspirierenden Ort schaffen, der zeigt: Wer mehr fühlt, erlebt mehr. Und wer auf haptische Werbung setzt, kann nur gewinnen! Unser Ziel ist es, erlebbar zu machen, wie viel sinnlicher, einprägsamer und wirkungsvoller die Welt wird, wenn wir sie nicht nur sehen, sondern auch fühlen, schmecken oder begreifen. Damit wollen wir eine neue, digitale Generation für haptische Werbung begeistern – Menschen, die den „Werbeartikel“ längst aus dem Blick verloren haben. Haptik schafft Verbindung – und genau diese möchten wir neu definieren.



„Den Mehrwert haptischer Werbung erlebbar machen.“

Jan Breuer, mbw

Ich bin überzeugt, dass haptische Werbung eine entscheidende Rolle im digitalen Marketing spielt. Mit „The Hapticologist“ setzen wir ein innovatives Zeichen und unterstreichen die Relevanz unserer Branche, indem wir sinnliche Erlebnisse in den Mittelpunkt rücken. Dies bietet die Chance, neue Impulse zu setzen und die Werbeartikelbranche auf einem zukunftsweisenden Weg zu positionieren. Unser Stand präsentiert sich als interaktives Bar-Lounge-Konzept, in dem Besucher unseren Signature-Drink und exquisiten Fingerfood genießen können und wo sie auch ein multisensorisches Erlebnis erwartet. Durch ansprechende Inszenierungen und persönliche Gespräche möchten wir den Mehrwert haptischer Werbung erlebbar machen. Ich erwarte, dass wir durch die Teilnahme an „The Hapticologist“ bzw. am OMR 2025 die Sichtbarkeit unserer Branche steigern und wertvolle Kontakte knüpfen können, die zu neuen Geschäftsmöglichkeiten führen. Der direkte Austausch mit Top-Entscheidungsträgern und innovativen Köpfen soll dabei helfen, frische Impulse für zukünftige Projekte zu gewinnen und Werbeartikel in den Fokus zu rücken.



„Wir werden vor allem Aufklärungsarbeit leisten.“

Alexander Ullmann, uma Schreibgeräte

Seit Jahren liefern uns Studien eindeutige Daten: Werbeartikel sind wirkungs- und reichweitenstark, sympathisch, langlebig und punkten mit einem hervorragenden Preis-Leistungsverhältnis. Immer mehr Unternehmen setzen auf diese hoch effektive Werbeform, die sich in jeder Hinsicht mit anderen Werbemitteln messen kann. Das OMR-Festival ist eine gute Gelegenheit, die Stärken haptischer Werbung in die Welt hinauszutragen. Da bietet sich diese angesagte Veranstaltung geradezu an. Das Publikum ist marketingaffin, versteht die Zusammenhänge und ist sicherlich getrieben von den neuen Medien. Wir finden die Idee gut, das Potenzial von Werbeartikeln im Zusammenspiel von Lieferanten, Händlern, Fachmedien und dem PSI dort zu demonstrieren – im Sinne der gesamten Werbeartikelbranche. Und da wir gerne mal machen, statt nur zu reden, sind wir in Hamburg dabei. Es war und ist uns wichtig herauszustellen, dass die teilnehmenden Unternehmen sich als „Eigenmarke“ zurücknehmen. Die haptische Werbung bzw. der Werbeartikel wie auch die Beratung bis hin

„Wir möchten begeistern, inspirieren, uns vernetzen.“

Luisa Sepp, Kalk Knauer

Wir bei Karl Knauer wissen: In einer digitalisierten Welt braucht es mehr als nur Klicks, um echte Markenbindungen zu schaffen – es braucht Erlebnisse, die man fühlen kann. Genau das bringen wir zum OMR-Festival 2025 mit! Unter dem Stichwort „The Hapticologist: The Center of Seven Senses“ zeigen wir zusammen mit weiteren sieben innovativen Lieferanten und kreativen Werbemittelagenturen, wie haptische Werbung Marken auf allen Ebenen erlebbar macht. Unser Stand in Halle A4, B01 wird ein echtes Sinneserlebnis: Signature-Drinks, erstklassiger Barista-Kaffee und DJ-Beats sorgen für die perfekte Festival-Atmosphäre. Dazu präsentieren wir eine exklusive Merch-Kollektion und unsere brandneue Premium-OMR-Box – die Must-have-Werbeartikel, die zeigen, wie sich Marken nachhaltig ins Gedächtnis brennen. Unsere Erwartungen an das OMR? Begeistern, vernetzen, inspirieren! Wir freuen uns darauf, mit Marketing-Profis in den Austausch zu gehen und gemeinsam die Zukunft des haptischen Marketings zu gestalten. Denn eines ist sicher: Werbeartikel sind mehr als nur Giveaways – sie sind der Schlüssel zu echten Markenerlebnissen.“



zum optimalen Werbeartikelmix wird unter der Marke „The hapticologist – the center of seven senses“ auftreten. Ja, das Schreibgerät wird als klassischer Werbeartikel einfach und schnell begriffen, aber wir werden weniger als Produktexperten auftreten, sondern vielmehr Aufklärungsarbeit leisten. Natürlich zeigen wir auch Best Practice Beispiele und überraschen sicher den ein oder anderen Entscheider mit den tatsächlichen Werbeeffekten eines Werbeartikels. Was ich als sehr positiv empfinde: Die Branche setzt ein Zeichen, dass es am Ende des Tages nur zusammen mit Lieferanten und Werbemittelberatern vorangeht: In Hamburg zeigen wir die täglich gelebte Zusammenarbeit bis hin zu den gemeinsamen Industriekunden. Ein Ziel haben wir jetzt schon erreicht: Wir schaffen Aufmerksamkeit für den Werbeartikel in einem neuen Umfeld bzw. in einem erweiterten Zielgruppenkreis.

„Wir zeigen, was möglich ist, wenn kooperiert wird.“

Armin Halfar, Halfar System

Das OMR-Festival ist uns zwar bekannt, wir waren aber bislang noch nicht dort. Die Idee, in diesem Jahr mit haptischen Werbeartikeln vor Ort zu sein, um gemeinsam mit tollen Kolleginnen und



Kollegen unsere Branche und unsere Unternehmen den Festivalbesuchern näher zu bringen, hat uns begeistert. Wir treten dort nicht als das Unternehmen Halfar auf, sondern gemeinsam mit unseren Lieferantenkollegen und drei sehr namhaften Werbeartikellagenturen. Die Produkte werden über eine abgestimmte Kollektion in den Gemeinschaftsstand integriert, um ein einheitliches und professionelles Bild zu erzeugen. Der gemeinschaftliche Auftritt dreier Werbeartikellagenturen mit acht Lieferanten ist ein Statement für unsere Branche und zeigt, was möglich ist, wenn kooperiert wird. Es ist erstmal ein Invest für unsere Branche und erst in zweiter Linie für uns. Natürlich erhoffen

wir uns eine gewisses Folgegeschäft, aber wir sind auch dort, um OMR kennenzulernen. Wir werden uns auch Zeit nehmen, um in der ein oder anderen Masterclass und vielen Gesprächen in die digitale Marketing-Welt einzutauchen.

„Deutlich auf Haptische Werbung verweisen.“

Tobias Köckert, Mahlwerck Porzellan

Wir finden die Idee gut, gemeinsam mit Kollegen ein Statement für den Werbeartikel zu setzen, der gern in seiner Werbewirksamkeit unterschätzt wird. OMR ist ein großes Ereignis und dort

wollen wir so deutlich wie möglich auf Haptische Werbung verweisen. Diese Messe wird sehr laut werden, darauf sind wir als Team wichtiger Marktteilnehmer bestmöglich vorbereitet. Wir können hier zeigen, dass in unserem Geschäft immer ein Sinn mehr dabei ist als bei allen anderen Werbeformen. Das müssen wir jetzt nutzbringend für uns und für die ganze Branche kommunizieren. Als Bestandteil des Teams „The Hapticologist“ vertreten wir den Bereich Porzellan und Tischkultur und werden einige tolle Produktbeispiele aus unserem Portfolio zeigen. Wir wollen und erwarten Aufmerksamkeit – für das Thema haptische Werbung an sich und natürlich für unser „Porzellan der Marken“. Und wir hoffen auf ergiebige Gespräche mit potenziellen Kunden.



Branche



The Hapticologist

Teilnehmende Unternehmen

cyber-Wear
Global Brand Concepts
Halfar System
Kalfany Süße Werbung
Karl Knauer
Kolibri
Mahlwerck
mbw
Prodir
Toppoint
uma

Medienpartner

PSI Journal
WA Media

PSI Academy: Neuer PSI-Branchentreff

Mit der PSI Academy launcht PSI einen vielseitigen Branchentreff, der Unternehmen fit für Business und Wettbewerb macht. Nun steht der Termin für die Auftaktveranstaltung fest: Die spannende Kombination aus Fortbildungs- und Networking-Event sowie dem Branchen-Highlight PSI Academy Awards startet am 11. September 2025 in Köln. Schauplatz ist der Gürzenich, die aus Fernsehsendungen und Karneval bekannte Festhalle in der Kölner Altstadt, die auf das 15. Jahrhundert zurückgeht. In diesem einzigartigen Ambiente trifft sich die europäische Werbeartikelbranche, um eine erfolgreiche Zukunft vorzubereiten: „Top-aktuelle

Start am 11. September 2025 in Köln

Vorträge, Diskussionen und Workshops zum Themenfeld Nachhaltigkeit sowie zu Fragestellungen, die die Branche bewegen, bieten Teilnehmern die Chance, den Wandel aktiv mitzugestalten. Die PSI Academy Awards setzen zudem ein klares Zeichen für Qualität und Innovation, denn sie würdigen Unternehmen, die mit nachhaltigen und zukunftsweisenden Lösungen vorangehen“, so PSI-Direktorin Petra Lassahn. „Ich freue mich sehr auf den persönlichen Austausch mit unseren Mitgliedern und Partnern in Köln bei der PSI Academy Conference und der PSI Academy Night, dem Gala-Abend, der den Event festlich abrundet und Preisträger und Nominierte der PSI Academy Awards auf die Bühne holt.“ Mehr zur PSI Academy im Newsletter PSI Business News und im PSI Journal.

SOXS Wollsocken bei Bosscher

Zum 1. Januar 2025 hat Bosscher International, NL-Papendrecht, offiziell den Exklusivvertrieb der Marke SOXS für den internationalen Werbeartikelmart übernommen, teilt das Unternehmen mit. Mit dem Sockensortiment verspricht man „nie wieder lästige kalte Füße“. Socken aus Schafwolle werden derart behandelt, dass sie nicht mehr auf der Haut jucken. Durch die spezielle Elastizität der Wolle haben SOXS eine perfekte Passform, durch die Einheitsgröße sind sie für fast jede Fußgröße geeignet. Die atmungsaktiven Wollsocken halten im Winter warm und im Sommer kühl. Bosscher International hat sich auf die Herstellung von Premium Wearables nach Maß spezialisiert. Das vielfältige Angebot umfasst außer Socken auch Weihnachtspullover, Fleecedecken, warmen Mützen, Schals, Handtüchern und vieles mehr. Informationen unter:

www.bosscher-international.com



WER wird zu Geiger

Seit dem 30. Januar 2025 ist die vormalige WER GmbH zur Geiger GmbH geworden. Die neue Firmierung des Werbemittelspezialisten mit Hauptsitz in Senden ist Teil der bereits Mitte vergangenen Jahres mit der Integration der WER GmbH in die Unternehmensgruppe des amerikanischen

Geiger

Werbeartikelhändlers Geiger aus Lewiston, Maine, USA eingeleiteten Entwicklung. Wie es aus Senden heißt, brin-

ge das amerikanische Familienunternehmen Geiger als der weltweit größte Anbieter für haptische Werbung viel Erfahrung und neue Möglichkeiten mit: „Unsere großartigen Kunden bieten wir dadurch einen noch besseren Service und ein deutlich breiteres Produkt- und Dienstleistungsportfolio.“

Unverändert für die Kunden der „neuen“ Geiger GmbH bleiben die gewohnten Ansprechpartner, die unter den gleichen Kontaktmöglichkeiten wie bisher erreichbar sind. Das Sendener Unternehmen wird weiterhin von den drei geschäftsführenden Gesellschaftern geleitet: Alex Heinecke verantwortet die Gesamtgeschäftsführung des Unternehmens als Managing Director. Marc Strickrodt ist als Director Finance für die kaufmännische Geschäftsführung verantwortlich und Geschäftsführer Mirco Häblich ist als Director Business Development für die Bereiche M&A, Lieferanten- und Partner-Betreuung zuständig. Neu ist das Logo. Außerdem werden im Laufe des Jahres alle E-Mail-Adressen umgestellt. Bis dahin bleiben die bestehenden aktiv. www.geigerpromo.de



Zum Tod von Hans Theodor Walter †

Die WALTER Medien GmbH trauert um ihren Seniorchef Hans Theodor Walter. Er verstarb am 13. Februar 2025 kurz vor Vollendung seines 92. Lebensjahres. Mit unermüdlichem persönlichem Einsatz hat er das Unternehmen aufgebaut und erfolgreich geführt. Gesellschafter, Geschäftsführung und Mitarbeitende verlieren einen von allen sehr geschätzten Seniorchef, dem das Wohl aller Mitarbeitenden immer am Herzen lag: „Wir schulden ihm unseren Dank für seine eindrucksvolle Lebensleistung und werden ihm ein ehrendes Andenken bewahren.“

Wie es in einer Mitteilung des Unternehmens lautet, war Hans Walter ein Kämpfer und Vollblutunternehmer. Seine Devise „Alles was sich bewegt wird von etwas bewegt“ hat er ernst genommen. Aus kleinsten Anfängen in einer Autogarage in Lauffen am Neckar, seinem Geburtsort, hat er ein Druck- und Verlagsunternehmen zu seiner heutigen Größe und regionalen Bedeutung aufgebaut. Seine Weitsicht, seine fachliche Begabung, sein Durchhaltevermögen und sein Fleiß waren die Wegbegleiter beim Auf- und Ausbau der WALTER Medien GmbH. Im Jahr 1949 war er die rechte Hand seines Vaters Theodor Walter, dem Firmengründer. Als 21-jähriger, mit seiner Volljährigkeit, wurde er im Jahr 1953 Alleininhaber der Druckerei Walter. 1963 gründete er den Kalenderverlag und im Jahr 1975 den Presseverlag für regionale Amts- und Anzeigenblätter. Die unternehmerische Weitsicht und Strategie waren sein Erfolgsrezept, soziale und wirtschaftliche Gesichtspunkte behielt er ebenbürtig im Blick.

Im Jahr 1992 nahm er seinen Schwiegersohn Dr. Ing. Eberhard Nehl ins Unternehmen auf. Hans Walter übergab die WALTER Medien GmbH im Jahr 2013 an seine Tochter und zog sich aus der Verantwortung zurück.

Heute wird das Unternehmen in nun bereits der vierten Generation durch seine Enkelin Eva-Christine Nehl geführt, die sein Lebenswerk mit großem Respekt und in seinem Sinne fortsetzen wird.

Neuer Vice President of European Sales

Luis Calado ist neuer Vice President für den europäischen Vertrieb des Werbeartikelanbieters Goldstar mit Hauptsitz in Dublin, Irland. Er agiert für Goldstar fortan vom Standort Lissabon/Portugal aus. „Mit fast einem Jahrzehnt Branchenexpertise, seiner Leidenschaft für nachhaltige Produkte und einer Erfolgsbilanz in dynamischer Führung ist Luis Calado die perfekte Wahl, um unser europäisches Vertriebsteam in eine aufregende neue Ära zu führen“, heißt es in einer Mitteilung des Unternehmens.

„Nachhaltigkeit war während meiner gesamten beruflichen Laufbahn ein zentrales Thema, und ich fühle mich besonders von Goldstars Ansatz für verantwortungsvolle Produktbeschaffung und Herstellungspraktiken angesprochen. Ich freue mich darauf, diese Mentalität in ein Unternehmen einzubringen, das sich bereits auf einem vielversprechenden Weg befindet“, sagt Luis Calado und ergänzt: „Ich möchte hier als Zuhörer auftreten. Das Team, unsere Vertriebspartner und die Bedürfnisse der vielfältigen Märkte Europas zu verstehen, ist meine oberste Priorität.“ Luis Calado freut sich auch darauf, die Stärken der nordamerikanischen und europäischen Goldstar-Teams zu nutzen:

„Europa ist bei Innovationen führend, insbesondere bei der Produktentwicklung und den Initiativen der Kreislaufwirtschaft, während Nordamerika sich durch Preisstrategien und Kundenservice auszeichnet. Durch die Kombination dieser Stärken können wir ein nahtloses und verbessertes Erlebnis für unsere Vertriebspartner schaffen.“

„Luis ist eine außergewöhnliche Führungspersönlichkeit mit der Vision, der Energie und dem Fachwissen, die wir für die Weiterentwicklung von Goldstar Europe benötigen“, sagt Heather Smartt, Global Head von Goldstar.

Goldstar ist ein weltweit agierender Anbieter von Werbeartikeln und bietet eine breite Produktpalette an, darunter Schreibgeräte, Trinkgefäße, Taschen und Schreibwaren mit einem neuen Fokus auf Simplicity und Nachhaltigkeit.

Mehr unter: www.simplygoldstar.com



Goldstar

Luis Calado

Jörg Helmers neuer Sales Executive DACH

Premium Square Europe BV, niederländischer Anbieter kreativer, funktionaler und nachhaltiger Produkte, verstärkt sein Team mit Jörg Helmers als Sales Executive DACH. „Mit seiner umfassenden Erfahrung im Bereich Vertrieb und internationale Märkte ist Jörg Helmers der ideale Kandidat, um unsere Aktivitäten im deutschsprachigen Raum weiter auszubauen“, so Arthur Strijbos, CEO von Premium Square Europe.

Jörg Helmers bringt einen langjährigen Erfahrungsschatz aus verschiedenen Vertriebs- und Geschäftsentwicklungsfunktionen mit, in denen er seine Fähigkeit unter Beweis gestellt hat, Marktchancen zu erkennen und erfolgreiche Strategien umzusetzen. Wie es in einer Nachricht des niederländischen Unternehmens mit Sitz Moordrecht heißt, wird sich Helmers in seiner neuen Rolle darauf konzentrieren, „die Position von Premium Square auf dem DACH-Markt zu stärken, den Kundenstamm zu erweitern und nachhaltiges Wachstum zu generieren“.

„Seine Expertise und internationale Erfahrung passen perfekt zu unserem Ziel, die Position von Premium Square in der DACH-Region weiter zu stärken. Wir freuen uns auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit und die neuen Möglichkeiten, die er mitbringen wird“, so Arthur Strijbos weiter. Näheres zum Unternehmen unter: www.premium-square.com



Jörg Helmers

Premium Square Europe

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 Kunden-

betreuung 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 Rhein-



KP Plattner

Der Firmensitz der KP Plattner GmbH in Innsbruck.

walt 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 Werbemittel fortzusetzen und gemeinsam mit den übernommenen Teams neue Perspektiven zu schaffen“, erklärt Simon Rhein-

walt weiter. 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 Rhein-

walt 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



Philipp Plattner übernimmt die alleinige Führung des Familienunternehmens.

Vertriebsteam mit Branchenexperten verstärkt

Der Branchenexperte Uwe Horstmann verstärkt die ZOGI Europe GmbH seit Anfang dieses Jahres als neuer Verkaufsleiter im Außendienst für die Region Nord. Wie es in einer Mitteilung des Unternehmens lautet, bringt „mit über 30 Jahren Erfahrung in der Werbemittelbranche nicht nur umfangreiche Expertise und ein starkes Netzwerk mit, sondern wird für seine Korrektheit und Kompetenz weit über die Branche hinaus geschätzt“. Er übernimmt bei ZOGI vorwiegend die Postleitzahlengebiete 0 bis 5, sowie weitere Verantwortung für Key Accounts. „Sein Fokus liegt auf der intensiven Pflege und dem Ausbau des bestehenden Kundenstamms, der Erschließung neuer Potenziale und der Entwicklung innovativer Vertriebskonzepte. Darüber hinaus wird er Sonderprojekte begleiten und in enger Zusammenarbeit mit unseren Händlerpartnern individuelle Sourcing-Lösungen erarbeiten. Wir freuen uns sehr, einen solchen Profi bei uns an Bord zu haben“, so die ZOGI-Geschäftsführer Jörg Herzog und Kay Eichenberger. www.zogi.biz



Uwe Horstmann

ZOGI Europe GmbH

Kooperation auf Europäebene

Die beiden niederländischen Unternehmen BrandCharger und Giving Europe gehen eine Partnerschaft für den europäischen Markt ein. Wie es in einer Mitteilung heißt, handelt es sich dabei um eine „Symbiose aus inspirierendem Design und persönlichem Service, die perfekte Synergien schafft, um in der europäischen Werbeartikelbranche erfolgreich zu sein“. Die Partnerschaft wurde auf der PSI Messe 2025 offiziell vorgestellt.

Die Produkte von BrandCharger werden im Werk in Boleslawiec, Polen, gelagert und bedruckt. Mit einer Fläche von 21.000 Quadratmetern garantiert dies eine schnelle und qualitativ hochwertige Lieferung der Produkte. Das Unternehmen bietet 18 moderne Drucktechniken und verfügt über mehr als 125 Maschinen. Wie es weiter heißt, werden „mehr als 40 Produkte aus dem preisgekrönten BrandCharger-Sortiment von Beginn an erhältlich sein“.

BrandCharger ist bekannt für seine hochwertigen, mehrfach ausgezeichneten Designprodukte bekannt. Das Unternehmen ist in Asien, dem Nahen Osten, Europa und den USA vertreten. Das Firmenmotto „Design to inspire“ steht für gleichwohl schöne wie funktionale Produkte. Giving Europe ist ein europäischer Branchenplayer. Seit über 20 Jahren entwickelt das Unternehmen Produkte, die einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Das Motto „We take care“ spiegelt das Engagement des Unternehmens wider, seinen Kunden, die es als Partner betrachtet, zuverlässiges Fachwissen, hohe Qualität und Service zu bieten. In nächster Zeit werden sich Giving Europe und BrandCharger auf allen Messen und bei Kundenbesuchen gemeinsam präsentieren.

Ethan Ung, Chief Commercial Officer, BrandCharger: „Mit unseren Produkten fehlte uns nur noch die Lagerhaltung und die Möglichkeit, in Europa schnell zu veredeln und zu liefern. Mit dieser Partnerschaft sind wir endlich in der Lage, den europäischen Markt auf die bestmögliche Weise zu bedienen, indem wir nah am Kunden sind.“ Arno van Helden, CEO, Giving Europe: „Mit den BrandCharger-Produkten ergänzen wir unser Sortiment um eine High-End-Kollektion, in der wir viele Möglichkeiten für weiteres Wachstum in unserer Branche sehen.“

www.givingeurope.com • www.brandcharger.com



BrandCharger / Giving Europe

Stellten die neue Kooperation von Giving Europe und BrandCharger erstmals auf der PSI 2025 vor (v.l.): Ethan Ung, James Ung, Adrie van Helden und Arno van Helden am Stand von Giving Europe.

Onboarding mal zwei

Am Valentinstag gab es bei der Werbemittelagentur Hagemann GmbH in Eichenau etwas zu feiern. Die Auszubildenden Jakob Hagemann und Zana Kumasin sind nun offiziell ausgebildet und werden weiter bei der Unternehmensgruppe beschäftigt sein. Die beiden haben die letzten 2,5 Jahre viele Erfahrungen gesammelt, Jakob als Kaufmann für Marketing Kommunikation und Zana als Industriekauffrau. In dieser Zeit haben sie alle Abteilungen durchlaufen und konnten so die komplette Breite der Tätigkeiten der Werbeartikelbranche kennenlernen. Im November 2024 haben sie ihre dreiteiligen schriftlichen Prüfungen an zwei Tagen absolviert. Mit erfolgreichem Bestehen der darauf folgenden mündlichen Prüfungen wurde die Ausbildung abgeschlossen. So gab es erstmals bei Hagemann die Situation, dass zwei Azubis zeitgleich ausgebildet wurden und auch übernommen wurden. Dies wurde mit einem passenden „Onboarding“ zusammen mit allen Mitarbeitenden zelebriert. www.werbemittelagentur-hagemann.de

Werbemittelagentur Hagemann

Gute Laune beim Onboarding der beiden Azubis (v.l.): Gertrud und Michael Hagemann von der Geschäftsführung, Jakob Hagemann und Zana Kumasin.

Bild: Werbemittelagentur Hagemann GmbH



Der Gesamtverband der Werbearbeitel-Wirtschaft e.V. (GWW) hat seine jährlichen Messeveranstaltungen am 12. Februar mit der TREND Frühjahr eingeläutet. Gleich am Folgetag startete auch die traditionelle NEWSWEEK ihren Kurs durch die deutschen Lande.

GWW: TREND Frühjahr und Start NEWSWEEK

Reger Zuspruch beim NEWSWEEK-Auftakt

Branche



Austragungsort der TREND Frühjahr und des NEWSWEEK-Auftakts war die Halle 10 der Messe Stuttgart.

Austragungsort der TREND Frühjahr und des ersten NEWSWEEK-Termins war diesmal erstmals das Messegelände Stuttgart, wo beide GWW-Formate in Kooperation mit der Messe Stuttgart unter dem Dach der EXPO 4.0 zeitgleich mit den Messen wetec („Internationale Fachmesse für Werbetechnik, Digitaldruck, Lichtwerbung & Digital Signage“) und TecStyle Vision („Europas Leitmesse für Textilveredlung und Promotion“) stattfanden.

NEWSWEEK generiert großes Besucherinteresse

Wie üblich handelt es sich bei der GWW-TREND um eine Closed-Shop-Messe ausschließlich für Werbearbeitelhändler und -berater. Laut Veranstalter besuchten an diesem 12. Februar 396 Berater die Paul Horn Halle, den Austragungsort beider GWW-Events. Der tags darauf Auftakt zur diesjährigen GWW NEWSWEEK-Serie, bei der Werbemittelhändler ihre Industriekunden als Gäste begrüßen, gestaltete sich für den Verband erfolgreich. Zehn Werbe-



mittelberater präsentierten sich mit kreativen und teils aufwändigen Standbauten. Der GWW registrierte an diesem Tag 716 Besucher, die sich über Neuheiten und aktuelle Trends der gegenständlichen Werbung informierten und deren Wirksamkeit buchstäblich ‚begreifen‘ konnten.

Engagement der Berater

„Die Berater im Südwesten haben die TREND gut angenommen, Besucher aus Österreich und der Schweiz haben ebenfalls den Weg zu uns gefunden. Die NEWSWEEK hingegen lebt vom Engagement der Berater und das war in diesem Jahr enorm und führte zu dem großen Erfolg des Formats“, zieht GWW-Geschäftsführer Ralf Samuel am Ende dieses Messedoppels eine positive Zwischenbilanz. Schon eine Woche später am 19. Februar gastierte die NEWSWEEK im Cruise Center Steinwerder in Hamburg, wo laut GWW 30 Werbemittelberater – darunter sechs mit eigenen Countern – 600 Industriekunden begrüßen konnten. Weiter ging es am 12. März in Wuppertal und am 25. März in Frankfurt. Die beiden letzten Stationen der Tour im Mai sind Dresden (13.05.) und Berlin (14.05.).

Neue Satzung wird angenommen

Den beiden ersten Messetagen vorausgegangen war die Mitgliederversammlung des GWW, deren einziger Tagesordnungspunkt die nochmalige Abstimmung über die Neufassung der Verbandssatzung war. Diese wurde – nach der bei der ersten Abstimmung am 23. September vergangenen Jahres verfehlten – nun mit der erforderlichen Mehrheit von 63 zu 11 Stimmen der anwesenden oder durch Vollmacht vertretenen Mitglieder angenommen und regelt u.a. die Vergütung des Vorstandes neu. Kernpunkte allerdings bleiben bestehen, darunter auch die Sonderrolle des PSI. <

GUT FÜR DEN KREISLAUF

Shopper MONO



JUST 1 MATERIAL
100% RECYCLABLE



HALFAR
Starke Taschen.

Halfar System GmbH
Telefon: +49 (0) 521 / 98 244-0
info@halfar.com / www.halfar.com

- Anzeige -



PSI 46613
ZEGO Textilveredelungszentrum GmbH
Tel +49 6021 590920 • info@zego-tvz.de
www.zego-tvz.de

Reisebegleiter auf dem Fahrrad

Mit dem Fahrrad-Rucksack TRYCYCLE aus dem Haus des ZEGO Textilveredelungszentrums kommt ein idealer (Reise) Begleiter ins Haus. Ob auf dem Weg zur Arbeit, einer ausgedehnten Radtour oder dem schnellen City-Trip bietet er mit einem Volumen von 30 Litern genügend Platz für alle wichtigen Utensilien. Hergestellt aus wasserabweisendem Material und ausgestattet mit reflektierenden Elementen ist er sowohl stilvoll als auch funktional. Dank der Veredelungsmöglichkeiten mit Logo oder individuellen Designs bleibt die Marke in Erinnerung.

Cooler Klima im Auto

Nachhaltigkeit ist für Clipy ein wichtiger Aspekt und so werden auch die Auto-Sonnenschirme mit einem hohen Anteil an recycelbaren Materialien hergestellt und sind extrem langlebig. Einer der beliebtesten Schutzschirme für die Frontscheibe im PKW, der Compact, besteht aus Pappe. Der faltbare und kleine Sonnenschirm mit einer Kunststoffbefestigung ist in verschiedenen Farben lieferbar und misst 130 x 70 cm. Er lässt sich auf 33 x 13 x 3 cm zusammenfalten. Der Schirm kann ab 250 Stück mit Siebdruck oder ab 1000 Stück mit Offsetdruck auf einer oder beiden Seiten hergestellt werden.

PSI 45619 • Clipy Artur Begin, S.L.
Tel +34 913 605650 • info@clipy.com
www.clipy.com



COMPACT

Werbeartikel aus diesen Themenbereichen bieten eine ideale Möglichkeit für Unternehmen, sich **stilvoll und nachhaltig** zu präsentieren. Es sind allesamt treue Begleiter, die mit Funktionalität, Qualität und Stil punkten.





PSI 46613
ZEGO Textilveredelungszentrum GmbH
Tel +49 6021 590920 • info@zego-tvz.de
www.zego-tvz.de



Der Coole Reisebegleiter

Mit ihrem hippen Design und robusten Materialien, wie 80 % recycelter Baumwolle und 20 % recyceltem Polyester, bringt die Canvas Sporttasche von Stanley/Stelsie aus dem ZEGO Textilveredelungszentrum nicht nur Style, sondern auch Nachhaltigkeit in den Alltag. Die Tasche mit abnehmbaren Gurten, einer praktischen Außentasche und einer Innentasche für Krimskrams lässt sich per Druck, Reflexdruck oder coolen Lederpatches personalisieren. So macht Reisen gleich noch mehr Spaß.



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

Süßes Travelling

Das Fruchtgummi-Sortiment von Kalfany Süße Werbung wurde um zwei Topseller der Bären Company® erweitert und umfasst jetzt auch Cola-Fläschchen, klassisch oder sauer mit Kirsche. Die beliebten Fruchtgummi-Cola-Fläschchen überzeugen seit Jahren durch ihren unverwechselbaren Geschmack und sind ein echter Dauerbrenner für Cola-Fans. Beide Sorten sind ab sofort in handlichen 18- bzw. 20-Gramm-Tütchen erhältlich. Nach Druckfreigabe liefert das Unternehmen innerhalb von etwa 15 Arbeitstagen.

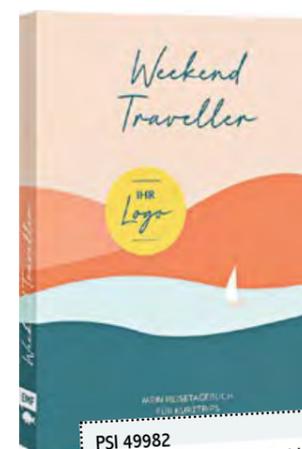


Gürteltasche aus dem Meer

Von Troika kommt die BLUE CYCLE BELT BAG, eine Gürteltasche aus recyceltem Meeresplastik mit zwei praktischen Reißverschlussfächern. Ein Fach ist mit RFID-Schutz ausgestattet, um Karten und Dokumente vor unerlaubtem Auslesen zu schützen. Smartphone, Tickets oder Reisepass finden ihren Platz. Dank wasserabweisender Reißverschlüsse und einem verstellbaren wie abnehmbaren Gurt bleibt auch unter unwirtlichen Umständen unterwegs alles sicher und trocken. Funktionalität trifft hier auf modernes Design.



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



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

Must-have für Reiselustige

Auch die schönste Reise ist irgendwann zu Ende, doch die Erinnerungen bleiben. Die hält man dann am besten in einem Reisetagebuch des emf-Verlages (Edition Michael Fischer) fest. Hier finden sich viele Eintragsseiten für die schönsten Reisedomäne, praktische Listen zur Vorbereitung und zur Budgetübersicht, hilfreiche Reisetipps und Platz für individuelles Reisevokabular. Ein Logo kann auf dem Buchcover platziert werden und es gibt die Möglichkeit, eigene Texte, wie beispielsweise ein Vorwort, zu integrieren. Umfang und Ausstattung des Journals richten sich ebenfalls nach Kundenwünschen: Vom flexiblen Softcover bis zum Hardcover mit Lesebändchen ist alles möglich.

Stauraum in stilvoller Form

Der camarc® Jeror aus dem Hause Kaltenbach ist ein stilvoller Kurier-Rucksack aus grauem Melange-Polyester mit Echtleder-Verschluss. Sein geräumiges Hauptfach, das RV-Fach vorne und das versteckte Fach auf der Rückseite bieten viel Stauraum. Verstellbare Schultergurte sorgen für hohen Tragekomfort, während das rot-weiß gestreifte Innenfutter einen besonderen Akzent setzt. Mit seinen Maßen von 38 × 28 × 15 cm und einem Gewicht von 0,55 kg ist er ideal für den Alltag und auf Reisen. Sonderfarben sind ab einer Auflage von 1.000 Stück möglich.



PSI 2043 • camarc® design group c/o
Kaltenbach GmbH
Tel +49 9151 817850 • info@camarc.de
www.camarc.de • www.kaltenbach.com





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

Slim Wallet im neuen Gewand

Superklein und markant gelingt der Auftritt der Minigeldbörse Slim Wallet von Zito Lifestyle in Sachen Funktionalität, Design und Qualität. Das flache und ultraleichte Design passt in jede Hosen- oder Anzugtasche und trägt nicht auf. Ein komfortables Münz- oder Reißverschlussfach auf der Rückseite ermöglicht die Aufnahme von Münzen sowie Banknoten ohne Faltung. Selbstverständlich ist ein RFID Schutz, um Karten vor Spionage zu schützen. Mit einer individuellen Prägung lässt sich zudem der Markenauftritt der Kunden darstellen.

Qualitätstaschen aus Recyclingpapier

Premium in Optik und Haptik, nachhaltig in der Wirkung – so zeigt sich die neue Produktlinie Pure von Bags by Riedle, die derzeit vorgestellt wird. Die Taschen aus 100 Prozent Recyclingpapier genügen höchsten Qualitäts-Ansprüchen in Tragfähigkeit und Veredelung. Was Riedle Pure so einzigartig macht, ist das licht- und ausblutete Ausgangsmaterial, das zudem abriebfest und carbonfrei daherkommt. Es lässt sich wie jedes andere Papier weiterverarbeiten. Die Farbpalette der umweltfreundlichen Kollektion umfasst zum Start naturweiß, schwarz (durchgefärbt) sowie Pastellfarben. Der doppelt verstärkte Rand und Boden sichert gegen Ausreißen und Schnittverletzungen. Das Größenangebot reicht von der Flaschentasche bis zur XXL-Variante und vom Quer- über das Hochformat bis zur quadratischen Version.

PSI 45202 • BAGS BY RIEDLE
Tel +49 7139 9315200 • info@riedle.de
www.riedle.de



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

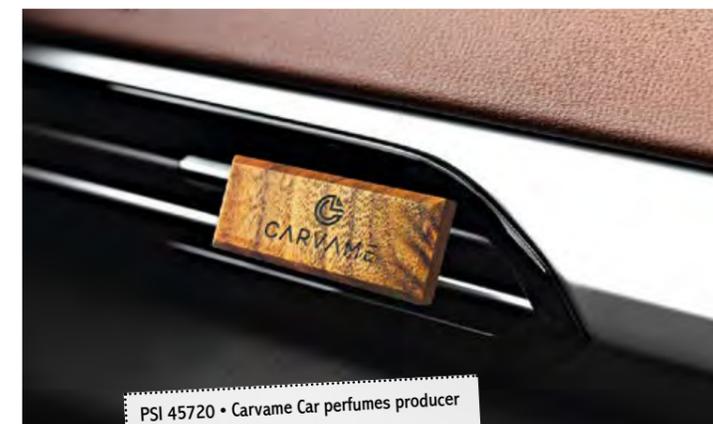


Maßgeschneiderte Ansprache für Branchen

Mit der maßgeschneiderten Branchen- und Themenbox „Reise & Tourismus“ von mbw® bietet das Unternehmen Werbemittelhändlern eine sorgfältig zusammengestellte Auswahl an Werbe- und Geschenk-artikeln, die speziell auf die Bedürfnisse von Reiseveranstaltern, Hotels, Ferienanlagen und Tourismus-anbietern abgestimmt sind. Die Auswahl in der Box reicht von praktischen Reisebegleitern bis hin zu char-manten Giveaways. Die Box kann auf Wunsch auch neutral direkt an die Kunden versendet werden. Weitere Branchen- und Themenboxen sind erhältlich.

Dufte Fahrt

Bei der Menge an Zeit, die wir heute im Auto verbringen ist der Wunsch nach angenehmen Düften unterwegs verständlich. Deampen bietet unter der Marke Carvame eine große Auswahl an Autodüften in eleganten Kunststoff-, Aluminium- und neuen Holzge-häusen an. Diese effektive und praktische Form der Werbemittel mit der Möglichkeit des Digitaldrucks, der Gravur oder des Heißdrucks findet immer mehr Zuspruch, weiß der Anbieter. Carvame bietet eine Auswahl von neun einzigartigen Düften für die nächste Reise.



PSI 45720 • Carvame Car perfumes producer
c/o Dreampen
Tel +48 68 4772232 • invame@invame.eu
www.invame.eu



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

Ordnung für unterwegs

Das praktische Organizer Set On the Go von Gabriele Bühring besteht aus zwei hochwertigen Kabelhaltern, einem magnetischen Kamerablocker, welcher auch als Visitenkartenhalter oder Geldklammer verwendet kann und einer kompakten, stilvollen Tasche für Ladestecker und Co. Es bietet optimalen Schutz und Ordnung. Die Kabelbinder sorgen dafür, dass Kabel gebündelt werden und ein Verheddern vermieden wird, während der Kamerablocker für mehr Privatsphäre und Sicherheit sorgt. Dieses Set ist ideal für Reisen, den täglichen Gebrauch oder das Büro und sorgt dafür, dass alles stets griffbereit und organisiert ist. Zur Veredelung wird eine Blindprägung empfohlen.



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



Rindsleder überzeugt mit Haptik

Mit der Blackmaxx® Rindsleder Führerscheintasche, dem Schlüssel- und Bikeanhänger sowie der Schlüsseltasche aus der CowDeLuxe Serie stellt Spranz drei Accessoires vor, die haptisch wie optisch überzeugen. Während die Führerscheintasche wichtige Dokumente nappaweich und sicher umhüllt, bewahrt die Schlüsseltasche Schlüssel sicher und stilvoll auf. Das weiche Material schützt sowohl Schlüssel als auch andere Gegenstände in der Tasche. Schlüssel- und Bikeanhänger schließlich vereint Eleganz und Funktionalität perfekt am großen 30-Millimeter-Schlüsselring.

Glänzender Auftritt auf jeder Reise

Das exklusive Reise-Schuhpflege-Set Travel Away von Frank Bürsten vereint Funktionalität und Qualität in kompakter Form. Mit einer hochwertigen Creme- und Glanzbürste aus 100 Prozent Rosshaar, einer neutralen Schuhcreme, einem Poliertuch und einem Schuhanzieher bietet das Set alles, was für die Pflege von Glattlederschuhen erforderlich ist. Aufbewahrt in einem Beutel mit Kordelzug ist Travel Away ein praktischer Begleiter. Die regelmäßige Schuhpflege erhält nicht nur den Glanz, sondern verlängert auch die Lebensdauer der Schuhe. Bürsten oder Poliertücher können individuell personalisiert werden.

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



PSI 46613
ZEGO Textilveredelungszentrum GmbH
Tel +49 6021 590920 • info@zego-tvz.de
www.zego-tvz.de



Farbenfrohe Revolution

Das ZEGO Textilveredelungszentrum heißt seine Kunden willkommen in der Zukunft personalisierter Accessoires mit vielseitigen Kunstleder-Patches. Was diese Patches wirklich einzigartig macht, ist die revolutionäre Vielfalt an Farbkombinationen, die sie bieten. Neben dem klassischen Braun eröffnen die neuen Kernschichtfarben Rot und Blau in Kombination mit den Deckschichten Silber und Schwarz völlig neue Gestaltungsmöglichkeiten. Ob für den dezenten Chic oder den auffälligen Hingucker – die Variationsmöglichkeiten sind wohl grenzenlos. Dank Lasertechnologie lassen sich Logos und Motive detailgenau auf die Patches bringen.



Tierische Werbung für unterwegs

Nicht nur im Frühjahr, wenn die warmen Sonnenstrahlen erscheinen, freuen sich vierbeinige Familienmitglieder auf den Ausflug in die Natur. Praktische begleitende Werbeträger aus dem Hause Condedi sind dann die faltbaren Trinkflaschen „Barnie“, der faltbare Reisenapf „Coco“ oder auch der handliche wasserabweisende Snack Bag „Freddy“. Alle Produkte werden mit einem Trageverschluss bzw. Schnur geliefert und ermöglichen so eine leichte Befestigung an der Kleidung. Snack Bag Freddy wird per Kordel geöffnet und wieder verschlossen, während die Trinkflasche Barnie per Drehverschluss genutzt wird. Eine Veredelung per Werbedruck ist bei allen Produkten möglich.



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



Luft raus spart Platz

Wenn zwischen Hemden, Shirts und Wäsche erst mal die Luft raus ist, bleibt im Koffer oder Backpack mehr Platz für Anderes. Der Trick beim Blue Cycle Packing Cube von Troika: ein zusätzlicher Kompressionsreißverschluss reduziert das Volumen auf gerade mal ein Drittel. Das spart Platz und schafft Ordnung. Nichts knittert, nichts verrutscht, alles liegt fest und sicher an seinem Platz. Das Reise-Kompressionstaschen Set aus recyceltem Meeresplastik gibt es in drei praktischen Größen jeweils mit Netzfenster und Tragegriff.



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



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

Gut organisiert reisen

Die Kollektion an Reiseaccessoires von Victorinox macht das Packen und Reisen einfach und vor allem sicher. Die Packwürfel, Organizer und faltbaren Rucksäcke haben ein einheitliches und modernes Design und erfüllen die Anforderungen anspruchsvoller Reisender mit praktischen Lösungen. Die Funktionen des Reisegepäckes von Victorinox sind dabei 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 ist man perfekt ausgestattet. Eine Personalisierung ist per Stickerei oder Thermotransferdruck möglich.

Super dünn und saugfähig

Als eine perfekte Mischung aus Luxus und Zweckmäßigkeit beschreibt Anbieter BTR Reklamcılık Pazarlama ve Dış Ticaret seine Huali Living Peshtamals. Die aus hochwertigen, nachhaltigen Materialien hergestellten Peshtamals Handtücher sind super saugfähig und dennoch hauchdünn, was sie ideal für Urlaube, Strandtage, Wellnessaufenthalte und Outdoor-Abenteuer macht. Im Gegensatz zu sperrigen Handtüchern nehmen sie nur wenig Platz in der Tasche ein, so dass mehr Raum für die wirklich wichtigen Dinge bleibt. Weil sie zudem schnell trocknen, sind sie immer frisch und bereit für das nächste Reiseziel oder den nächsten Einsatz.



PSI 60931 • BTR Reklamcılık Pazarlama
ve Dis Ticaret Ltd.Sti
Tel +90 5413356119
pazarlama@btr.com.tr
www.btr.com.tr



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



Ökologische Smartphone-Garage

Eine nachhaltige und stylische Art, Smartphone und Alltagsgegenstände immer griffbereit zu haben, stellt Troika mit der BLUE CYCLE SMARTBAG vor. Hergestellt aus recyceltem Meeresplastik, vereint die Smartphoneumhängetasche Umweltbewusstsein mit funktionalem Design. Das große Hauptfach bietet Platz fürs Smartphone, während ein zusätzliches Fach Bankkarten, Schlüssel oder Kopfhörer sicher verstaut. Mit einem verstellbaren Gurt und hochwertigen Metallkarabinern passt sich die Tasche dem Stil des Trägers an. Dunkelgrau, langlebig und durchdacht wird sie zur perfekten Begleitung für unterwegs.

Organisiert mit modernem Filz

Sobald ein großes Event oder eine wichtige Konferenz anstehen, will jeder bestens organisiert sein und die wichtigsten Sachen geschützt beisammenhaben. Das gelingt mit dem ROMINOX® Organizer Mobilo aus veganem Filz aus 100 Prozent recyceltem PET von Römer Lifestyle. Dieser ist perfekt zum Aufbewahren von Kabeln, externen Festplatten, USB-Sticks oder anderen Kleinigkeiten. Durch den schwarzen Gummiverschluss findet der Inhalt auch sicherlich keinen ungewollten Weg aus dem Organizer heraus. Mit einer praktischen Größe von ca. 16 × 14 × 2,7 cm passt er in so gut wie jede Tasche. Schon ab 60 Stück kann er mit einer Gravur zum Hingucker werden.



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

Produktfamilie wird ergänzt

Mit einer neuen Generation der RETUMBLER-myNizza Thermoflasche ergänzt der Kölner Werbeartikel-Multispezialist REFLECTS® die Produktfamilie der myNizza Drinkware-Serie. Die Thermotrunkflaschen 600 Ceramic und 420 Ceramic lassen sich farblich mit Ring und/oder Sleeve konfigurieren und überzeugen mit hoher Isolierleistung. Ein besonderes Highlight ist die hochwertige, keramische Innenbeschichtung. Vielfältige Konfigurationen und Farben stehen zur Auswahl und ermöglichen über 800 Farbkombinationen. Die Trinkflaschen sind auch für kohlenensäurehaltige Getränke geeignet. Eine individuelle Werbeanbringung kann durch Lasergravur, 2C-Tampondruck oder UV-Druck auf den Thermoflaschen aufgebracht werden.



PSI 42487 • REFLECTS GmbH
Tel +49 2234 99000 • info@reflects.com
www.reflects.com



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

Am Hals rund um die Welt

Die Umhängetasche SuboBag Fiesta von ANDA Present ist Teil der BE CREATIVE-Kollektion, die eine vollständige Individualisierung durch Sublimationsdruck in Farbe ermöglicht. Ihr kompaktes Design verfügt über einen verstellbaren Kordelgurt, ein Reißverschlussfach und eine praktische Vordertasche. Sie ist aus recyceltem PET-Polyester hergestellt und steht für nachhaltige Praktiken in jedem Unternehmen. Mit dem SuboBag Fiesta kann jede Marketingkampagne mühelos um die Welt reisen.

Ultimativer Reisebegleiter

Mit dem RB Underseater stellt Recycle Bags einen perfekten Rucksack für jede Reise vor. Er passt unter den Flugzeugsitz und kann daher kostenlos als Handgepäck mitgenommen werden. Mit einem Fassungsvermögen von 21 Litern, einem gepolsterten Laptopfach (maximal 17 Zoll) und verschiedenen Staufächern ist er aber auch ideal als Arbeits- oder Schulrucksack geeignet. Die gepolsterten Schultergurte, Trolley-Schlaufe und das Rückenpanel sorgen für zusätzlichen Tragekomfort. Außerdem ist diese Tasche aus recycelten Plastikflaschen hergestellt. Die Kombination aus Funktionalität und Komfort macht diesen Underseater zum ultimativen Reisebegleiter. Das Unternehmen ist bestrebt, bei der Verwendung von recycelten Materialien führend zu sein. Aus diesem Grund beschränkt man sich nicht nur auf das Außenmaterial. Auch Futterstoff und sogar die Reißverschlüsse, die gewebten Besätze und das Netzmaterial werden, wo immer möglich, aus 100 Prozent recyceltem PET hergestellt.



PSI 48301 • Recycle Bags (By SL BAGS)
Tel +31 6 42239818
info@recyclebags.eu • info@slbags.com
www.recyclebags.eu • www.slbags.com



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



Keine Chance für Gepäckchaos

Ein bekanntes Problem am Flugplatz, bei See-, Busreisen oder anderen Gelegenheiten ist die Schwierigkeit, Gepäckstücke schnell zu identifizieren. Die Kofferanhänger der safeReflex GmbH können ganz einfach durch eine integrierte Schlaufe am Griff von Gepäckstücken befestigt werden und erleichtern durch ihr auffälliges Erscheinungsbild dieses Erkennen. Beim Standardmodell kann in dem Klarsichtfach auf der Rückseite vom Kunden der mitgelieferte Adresszettel ausgefüllt oder eine Visitenkarte eingeschoben werden. Durch den Einsatz von zertifiziertem reflektierendem Material werden das Erkennen und Auffinden bei Dämmerung oder Dunkelheit weiter erleichtert.

Süßer Proviant für jeden Anlass

Einen süßen Reiseproviant verspricht der Mix von Der Zuckerbäcker. Handgefüllt und liebevoll verpackt bringen diese Produkte individuelle Werbebotschaften direkt in die Herzen der Beschenkten. Die praktischen Begleiter sind perfekt für den schnellen Snack unterwegs. Ob mit klassischen Gummibärchen oder einer knallbunten Mischung gefüllt – diese Art Reise Proviant punktet immer. Bereits ab 50 Stück können Artikel individualisiert werden. Für weitere Verpackungs- und Fülloptionen hat Der Zuckerbäcker sicher eine Lösung.



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

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



Alltag trifft Abenteuer

Der Reise-Rucksack ACTIVE von Halfar eignet sich für Kurzurlaube und Geschäftsreisen gleichermaßen. Sein großes Plus: das 2-Fächer-Prinzip. Wie ein Koffer bietet er zwei getrennte Hauptfächer mit eigenem Reißverschluss – ideal, um Berufliches und Privates zu trennen. Kleidung in ein Fach, Meeting-Unterlagen, Tablet und Notebook ins andere. Die Volumenerweiterung schafft zusätzlichen Platz. Innen sorgen viele Fächer für Ordnung. Unterwegs kombiniert der ACTIVE die Vorteile eines Rucksacks mit der Kompaktheit eines Koffers. Gepolsterte, verstellbare Träger bieten Bewegungsfreiheit, während Handgriffe oben und seitlich das Verstauen erleichtern.



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



Unterwegs mit leuchtenden Farben

Die Funktionen des Victorinox Business Travel Reisegepäcks 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 ist man für jede Geschäftsreise perfekt ausgestattet. Die neuen Farbstellungen Gold-Yellow und Forest-Green bringen zwei leuchtende Aspekte in die Kollektion. Diese richtet sich an Reisende, die leichtes, qualitativ hochwertiges Gepäck mit moderner Funktionalität suchen. Eine Personalisierung ist per Tampondruck auf der Taschenmesser-Schale des ID Tags möglich.

Perfekte Reise-Erinnerungen

Ein Stück Urlaub mit nach Hause nehmen: Das ist mit einem Souvenir von mbw ganz einfach, denn diese Erinnerungen an die letzte Auszeit halten oft länger als so manches digitale Urlaubsfoto. Als Andenken an eine wundervolle Zeit oder als Glücksbringer auf Reisen passen Schnabels® Quietscheenten, die Anti-Stress Figur Herr Bert® oder die Minifeet® Plüschtiere immer und zaubern jedem Besucher ein Lächeln ins Gesicht. Bedruckt mit Logo oder Slogan werden sie zum idealen Werbe- und Geschenkartikel und bleiben nachhaltig in Erinnerung.



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



PSI 45649 • D&K GmbH & Co. KG
Tel. +49 761 8964920 • psi@dk-id.com
www.dk-id.com

Sicher und individuell auf Tour

Sorgenfreies Reisen mit hochwertigem Reisezubehör verspricht die D&K ID Group. Ob stabiler Koffergurt aus gewebtem Material oder langlebiger Kofferanhänger mit Namensschild: Das praktische Duo sorgt dafür, dass Reisende ihr Gepäck jederzeit zuverlässig identifizieren können. Der Aluminium-Kofferanhänger ist individuell einfarbbar und wird mit einer robusten Metallschleife befestigt. Eine Gravur oder Bedruckung nach Wunsch ist ab einer Mindestmenge von 300 Stück ebenfalls möglich. Die Koffergurte werden in verschiedenen Varianten mit Metallsteckschnalle, Zahlenschloss, Kunststoffverschluss oder aus nachhaltigem rPET-Material angeboten.



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

Hochwertiger Schutz mit Stil

Der Geldbeutel aus echtem Wildleder von Holz Frank überzeugt nicht nur durch sein edles Design und eine angenehme Haptik, sondern auch durch zuverlässigen RFID-Schutz. Dank präziser Lasergravur wird jeder Geldbeutel zu einem unverwechselbaren Markenbotschafter. Ob als exklusives Werbegeschenk oder als besondere Geste für langjährige Kunden setzt er ein Statement, das Sicherheit und Individualität perfekt vereint. So bleibt die Werbebotschaft immer im Blick.

Relaxt auf allen Reisen

Entspannung auf Reisen verspricht das Geschenkset Relax to Go von Römer Wellness. Hierzu gehört eine Kork-Kosmetiktasche mit Henkel, gefüllt mit besonderen Aloe Vera Wohlfühlprodukten. Eingepackt sind ein 260 ml Duschgel, ein 260 ml Schaumbad, 100 g Salz-Peeling in einer Dose und passend zum Einmassieren ein praktischer Bade-Schwamm. Bei diesem Spa-Set sind alle Sinne auf Erholung eingestellt, der zarte Duft der Aloe Vera wirkt entspannend und erfrischend zugleich. Die Kosmetiktasche kann ab einer Menge von 60 Stück individuell mit einer Laserung, einem Anhänger oder einem Aufkleber auf der Verpackung gestaltet werden. Römer Wellness, ehemals Kundenpflege, ist Mitglied der RÖMERFAMILIE.

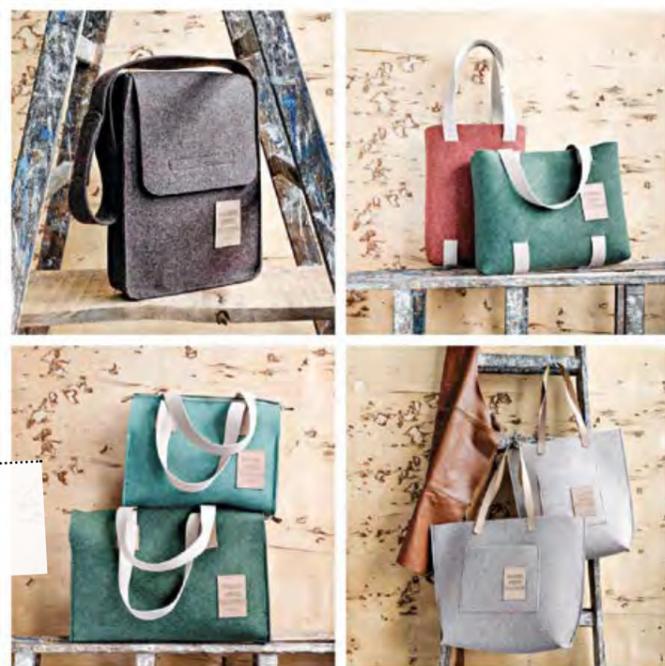


PSI 46887 • Römer Wellness
Tel +49 6541 812950
info@roemer-wellness.de
www.roemer-wellness.de

Flasche wird zur Tasche

Das Unternehmen BOOGIE präsentiert eine neue Taschenkollektion aus recyceltem Polyesterfilz. Dies ist ein weiterer rPET-Filz im Sortiment nachhaltiger Materialien. Es wird in Europa aus recycelten PET-Flaschen hergestellt und zeichnet sich durch hervorragende Qualität und schöne Melange-Farben im Einklang mit den aktuellen Trends aus. In Kombination mit natürlichem Recyclingleder entsteht die perfekte Materialkombination für Kunden, die Wert auf eine nachhaltige Entwicklung legen. Zertifiziert ist das Material nach dem Global Recycled Standard, OEKO-TEX Standard 100 und REACH.

PSI 49348 • BOOGIE
Tel +48 668 117733
boogie@boogie-design.pl
www.boogie-design.com



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

Süßer Genuss im Mini-Format

Nutella-Fans aufgepasst: Drei neue, individuell gestaltbare Werbeprodukte der emotion factory sorgen für genussvolle Momente und bieten Unternehmen eine charmante Werbefläche. Das handliche 25g-Gläschen Nutella ist dabei perfekt für zwischendurch. Mit Nutella To-Go gibt es die beliebte Nuss-Nougat-Creme in einer praktischen Verpackung inklusive Holzlöffel. So lässt sich der süße Genuss überall unkompliziert genießen. Die individuell gestaltbare Verpackung macht das Set zu einem besonderen Werbemittel. Perfekt für Unternehmen, die ihren Kunden einen besonderen Genussmoment schenken möchten.

Mitnehmen und warm genießen

Der Kölner Werbeartikel-Multispezialist REFLECTS® ergänzt seine Produktfamilie myNizza um den 600 ml Thermo-Lunchpot RE98-myNizza. Der Essensbehälter aus recyceltem Edelstahl hält Speisen stundenlang warm oder kalt. So bietet er eine perfekte Lösung für alle, die keinen Zugang zu Kantinen oder Pausenräumen mit Möglichkeit zum Erwärmen von Speisen haben. Passend zum myNizza-Konzept ist er farblich konfigurierbar und fügt sich harmonisch in das Design der gesamten Produktfamilie ein. Eine Werbeanbringung kann per Lasergravur, 1C Tampondruck oder UV-Druck auf dem Thermo-Lunchpot aufgebracht werden. REFLECTS® bietet für diesen Artikel auch die neue Veredelungsoption des 360°- oder 180°-Drucks an.



PSI 42487 • REFLECTS GmbH
Tel +49 2234 99000 • info@reflects.com
www.reflects.com



Mit seiner gut besuchten Hausmesse knüpfte K-M an eine jahrzehntelange Messetradition an und feierte die Gründung der Karlsson + Mannhardt KG vor 100 Jahren, in der das heutige Unternehmen seinen Ursprung hat. Damit setzte das Familienunternehmen auch ein Zeichen der Kontinuität und Zukunftsorientierung.

Hausmesse K-M-Service GmbH

Mit frischem Schwung ins Jubiläumsjahr



Mit frischem Schwung gemeinsam nach vorne: Tim, Julia, Stéphane und Lena Hennig auf der diesjährigen Hausmesse.



Die dritte Generation: Der Star des Tages war die kleine Ella, hier mit ihrer Mama Lena Hennig und einem Fan.

Endlich wieder Hausmesse in Obertshausen: Darin waren sich die 58 Aussteller, 267 Besucher und die gastgebende Familie Hennig einig, die traditionsgemäß im Februar zur Produktschau nach Obertshausen eingeladen hatte. Wegweisende Trends, Neues und Bewährtes gab es da zu entdecken, es war Interessantes zu erfahren und die Kunden konnten sich kreativ einbringen. Ein spannender Tag also, vor allem in einer solch entspannten und herzlichen Atmosphäre, die auch nach einigen Jahren Messe-Pause vom ersten Moment an wieder spürbar war.

Abwechslungsreiches Programm

Nach dem schon traditionellen Get-together am Vorabend, das reichlich Gelegenheit zum Kennenlernen und Austausch der Aussteller-Teams mit dem ganzen K-M-Team bot, starteten beide Mannschaften hochmotiviert in den Messetag. Dort boten sie den Kunden neben einem breiten Produktspektrum mit Fokus auf Nachhaltigkeit und Innovation professionelle, lösungsorientierte Konzepte für unterschiedlichste Ansprüche. Bei Pottkorn konnten Besucher Popcorn in abenteuerlichen Geschmacksrichtungen probieren und Landgarten lud zur Verkostung seiner leckeren Bio-Snacks ein. Jura-Textil hatte sogar eine Stick-

maschine mitgebracht, wo Besucher ihre eigenen Socken besticken konnten. Die Mal-Aktion von Selftmann-Weiden bot Kreativen die Gelegenheit, sich in Porzellanmalerei zu versuchen. Bei Senator konnten sich Besucher unter fachkundiger Anleitung aus den vielen Bauteilen eines Kugelschreibers ihren eigenen Stift konfigurieren. Da geriet so mancher ins Staunen, wie viele Komponenten in einem einzigen Kugelschreiber stecken und was man daraus machen kann. Bei Nester-matho gab Elektronik-Experte Stefan Auer nützliche Tipps zur Optimierung der Lebensdauer von Mobilgeräten und zur Auswahl der richtigen Powerbank. Informativ Vorträge zu den Themen Sicherheit und Qualität rundeten den gelungenen Messetag ab. Auch das Prüfinstitut Qima war vor Ort.



Gute Gründe zum Feiern

Schwarz und Gold wirken immer edel, und wo diese Farben auftauchen, da gibt es in der Regel etwas zu feiern. Am Hausmessetag von K-M sah man das ganze Team in schwarz-goldenen Outfits, passend zu Raumgestaltung und Deko, einem 100-jährigen Jubiläum durchaus angemessen. Gefeiert wurde die Gründung der Handelsvertretung Karlsson + Mannhardt KG vor 100 Jahren, in der das heutige Unternehmen seinen Ursprung hat. Mit der K+M Werbemittel GmbH wurde dann ab 1972 das Leistungsportfolio erweitert, 1995 kam die K-M-Service GmbH mit dem Schwerpunkt Fulfillment dazu. Diese Trennung in zwei Unternehmen hat sich inzwischen als Glücksfall erwiesen. Denn nachdem K+M Werbemittel durch ein isoliertes Geschäft während der Pandemie unverschuldet in Schieflage geraten war, ist nun der komplette Betrieb auf K-M-Service übergegangen – ohne Konsequenzen für Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner. Diese erfreuliche Lösung ebenso wie die gute Resonanz auf die Einladungen zu dieser ersten Hausmesse nach der Pandemie waren auf jeden Fall ein weiterer guter Grund für die optimistische Stimmung an diesem Wintertag.

Kontinuität und Zukunftsorientierung

Immer greifbar und für alle Fragen gerüstet waren Geschäftsführer Stéphane sowie Julia Hennig, unterstützt von der folgenden Generation Tim und Lena Hennig, die bei-



Mit seiner Hausmesse feierte K-M nicht nur ein Jubiläum, sondern setzte ein Zeichen der Kontinuität des Familienunternehmens.

de ihre Zukunft im Familienunternehmen sehen. „Nach einer schwierigen Zeit sind wir auf einem guten Weg und blicken optimistisch in die Zukunft. Hier möchte ich mich herzlich bei unseren Lieferanten und Kunden für ihre Treue und Unterstützung bedanken. Besonders freue ich mich darüber, dass unsere nächste Generation mit im Boot ist. Tim packt alles kraftvoll an und ist sehr dynamisch – das erinnert mich daran, wie ich selbst früher war“, resümiert Stéphane Hennig. Die Messe war nicht nur ein Meilenstein in der 100jährigen Firmengeschichte, sie war auch ein Zeichen der Kontinuität, Zukunftsorientierung und Partnerschaftlichkeit unter dem Dach einer leistungsfähigen, sympathischen Branche. <

Vor fünf Jahren hat REFLECTS sein neues Multimarkenkonzept erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Wie sich die Neuausrichtung des Kölner Unternehmens und die Kooperation mit dem Tochterunternehmen ADITAN und dem Partner MYRIX bislang entwickelt hat, darüber gaben die Protagonisten der aus den drei Firmen bestehenden REFLECTS Group auf der PSI 2025 Auskunft.

Drei Spezialisten bündeln ihre Kompetenzen

Auf gutem Kurs



Gruppenbild der Protagonisten am Stand auf der PSI (v.l.): Anna Bunde, Jiaxuan Cai, Peter Leseberg, Meinhard und Marc Mombauer (alle REFLECTS), Patrick Döring (MYRIX), Dirk Haynberg (ADITAN).

Mit den Flagship-Marken RETUMBLER® und REEVES® sowie der ergänzenden Marke RE98®, die durch klassische und trendige Werbeartikel begeistert, hat REFLECTS sein Konzept weiterentwickelt und auf ein neues Level gehoben. Auch die Zusammenarbeit mit dem Tochterunternehmen ADITAN wurde neu strukturiert und strategisch in die REFLECTS Group integriert. Gemeinsam mit dem Partnerunternehmen MYRIX bildet das Trio nun eine starke, zukunftsorientierte Unternehmensgruppe, die auf Synergien und Innovation setzt.

Werbeartikelkompetent hoch Drei

Die REFLECTS Group entwickelt mit langjähriger Erfahrung und hoher Innovationskraft hochwertige Werbearartikel, die bleibenden Eindruck hinterlassen. „So ist unsere Mission, Unternehmen die Bühne zu geben, um ihre Botschaften liebevoll und nachhaltig in Szene zu setzen. Dabei überzeugen wir mit individuellen Lösungen, modernen Veredelungsmöglichkeiten, kurzen Lieferzeiten und bester Qualität unserer Produkte. Als pflichtbewusste Un-

ternehmen bemühen wir uns, nachhaltig zu agieren. Gemeinsam arbeiten wir daran, unsere Prozesse und Produkte umweltfreundlich sowie sozialverträglich zu gestalten“, skizziert REFLECTS-Geschäftsführer Meinhard Mombauer den Wesenskern der drei in der Gruppe vertretenen Spezialisten und führt weiter aus: „In der REFLECTS Group bündeln wir unser Know-How aus mehreren Bereichen, um Effizienz zu erhöhen und gemeinsam herausragende Leistungen zu erzielen. Unsere Teams arbeiten eng zusammen und stärken sich gegenseitig. Auf Messen wie hier auf der PSI treten wir als Group auf und präsentieren uns mit einem einheitlichen Messekonzept. So ermöglichen wir unseren Kunden, sich umfassend über unser vielfältiges Leistungsspektrum zu informieren und direkt vor Ort die passenden Ansprechpartner für ihre Bedürfnisse zu finden.“

Der Multispezialist

Das Mutterunternehmen REFLECTS GmbH widmet sich seit über 35 Jahren der Konzeption, Produktion und Vermarktung von hochwertigen Werbeartikeln. Vom eigenen Design über das Sourcing in Asien bis hin zur Produktion und Veredelung am Stammsitz in Köln: REFLECTS hat alle wertschöpfenden Prozesse in eigener Hand. Als anerkannter Multispezialist der Branche konzentriert sich das Unternehmen auf ausgewählte Produktgruppen, darunter Drinkware, Elektronik, Büroaccessoires, Haushalt und Freizeit. Für mehr Individualität bietet das Kölner Unternehmen Sonderlösungen, die nach Kundenwunsch entwickelt und produziert werden. Spezialisiert ist REFLECTS auf konfigurierbare Werbearartikel, welche mit farbigen Kom-



Auf Messen wie hier auf der PSI präsentiert sich die REFLECTS Group mit einem einheitlichen Messekonzept.



Das 6-in-1 Kabelset REEVES®-myConvertics aus recyceltem Kunststoff oder Bambus wurde mit dem Red Dot Award 2024 für außergewöhnliches Produktdesign ausgezeichnet.



Die neuen DESIGN-Watches von ADITAN integrieren symbolträchtige Elemente direkt in das Ziffernblatt.

ponenten kombiniert werden können und dabei zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten bieten. Auf diese Weise gibt die Firma Kunden maximalen kreativen Freiraum.

Qualitätsbewusst – langlebig – flexibel

„Mit unseren exklusiven Marken RETUMBLER® – Best of Drinkware, REEVES® – Smart Electronics und RE98® – Classics & Ideas konzentrieren wir uns auf ausgewählte Produktgruppen und langlebige Werbearartikel, die einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Als anerkannter Spezialist der Branche überzeugen wir mit höchster Qualität, innovativem Eigendesign und maximaler Flexibilität. Vom eigenen Produktdesign über das Sourcing in Asien durch unseren Partner REFLECTS Hongkong bis hin zur Produktion und Veredelung an unserem Stammsitz in Köln: Wir haben alle wertschöpfenden Prozesse in eigener Hand“, erklärt Peter Leseberg, Head of Sales and Marketing.



Die Thermotasse RETUMBLER-myNizza Ceramic. Sie ist eine ideale Tasse für Büro und Zuhause.



MYRIX, der Spezialist für individualisierbare Notizbücher und Kalender, präsentiert die neuen MYRIX® Silphie Books – eine innovative und umweltfreundliche Notizbuch-Produktlinie.

Sonderanfertigungen leicht gemacht

Seit 1992 ist ADITAN in der Welt der Werbemittel zu Hause. Als Experte für Sonderanfertigungen punktet das Unternehmen mit maßgeschneiderten und professionellen Werbelösungen. Das Produktsortiment von ADITAN reicht von Lanyards, Pins, Namensschildern, Ausweis-Jojs und Einkaufswagenchips bis hin zu Sonnenbrillen und Werbeuhren. Zum Jahreswechsel 2022/2023 bündelten ADITAN und REFLECTS ihre Kompetenzen. Das neue Spezialisten-Team wurde aus langjährigen Mitarbeitern der beiden Unternehmen gebildet. Seitdem übernimmt ADITAN die aktive Vermarktung von Lanyards, Pins und Einkaufswagenchips. Zum Jahreswechsel 2023/2024 folgte das Portfolio der Werbeuhren.

Experte für individuelle Papierartikel

Die MYRIX GmbH mit Sitz in Pfnztal hat sich auf hochindividuelle Notizbücher, Kalender und Papiertragetaschen spezialisiert. Die Stärke des Unternehmens liegt dabei in den vielfältigen Individualisierungsmöglichkeiten wie Farbe, Ausstattung und Materialien der Produkte. MYRIX legt großen Wert auf Nachhaltigkeit und fokussiert sich auf den Einsatz von umweltfreundlichen Materialien und regionalen Ressourcen. Durch die Produktion „Made in Germany“ und „Made in Europe“ garantiert das Unternehmen kurze Lieferzeiten und höchste Qualität. <

Unermüdlich unterwegs für die Branche und für das Kinderhilfsprojekt Die ARCHE: Klaus Dittkrist, Logistikunternehmer, leidenschaftlicher Billardspieler und Unterstützer benachteiligter Kinder. Auf der PSI 2025 erklärte er erneut sein Förderkonzept, das auf große Resonanz stieß. Weitere Unterstützer für das Win-win-Projekt sind willkommen.

Kinderhilfsprojekt Die ARCHE sucht Sponsoren

Hilfskonzept mit Win-win-Faktor



Klaus Dittkrist, Geschäftsführer des PSI-Partners Cargo Seal, stellt auf den PSI Messen sein Förderkonzept für das Kinderhilfsprojekt Die ARCHE vor, hier mit einer Billardaktion.

Bei PSI-Unternehmen ist Klaus Dittkrist von vielen Messen bekannt: Als professioneller Logistikpartner bietet er mit seinem Unternehmen Cargo Seal der Werbeartikelbranche schon seit fast zwei Jahrzehnten optimierte Versandlogistik an. Auf der PSI 2025 hatte Cargo Seal ausnahmsweise keinen eigenen Stand, aber man sah den umtriebigen Zwei-Meter-Mann immer wieder im Gespräch mit Ausstellern, unermüdlich sein Förderkonzept für sein Herzensprojekt, die Kinderhilfsinitiative Die ARCHE erläuternd. Cargo Seal selbst spendet

zwei Euro pro verladenem Kubikmeter Fracht an das Jugendhilfe-Projekt, das noch zusätzlich durch die Aktivitäten des Spediteurs und Billardspielers im Rahmen des BSV-Betriebssportverbands unterstützt wird. Auch PSI-Mitglieder sind schon dabei – und es sollen noch mehr werden.

Sportevents als Plattform für Unterstützer

Auf der PSI hat uns Dittkrist sein gut durchdachtes Hilfskonzept erläutert, das nicht nur den Kindern durch die eingehenden Spenden hilft, sondern Unternehmen auch eine Plattform bietet, sich als Sponsor und Förderer des Projekts zu präsentieren. Cargo Seal kooperiert seit 2019 mit dem BSV-Betriebssportverband Hamburg. Erfolgreich wurden bereits Pool-Billard-Turniere veranstaltet und die Zusammenarbeit von BSV mit der ARCHE intensiviert. Mit PSI-Mitgliedern und dem BSV in der Hauptstadt wurden 2024 dort sogar erste Geld- und Sachspenden gesammelt. Diese Erfolge spornen Dittkrist zu weiteren Ideen an: Von April bis August 2025 stehen nun in Hamburg Turniere im Billard, Dart und Golf an. Hierfür sucht Cargo Seal interessierte PSI-Mitglieder, die sich in Hamburg, gerne aber auch in Berlin, zeigen möchten. „Ob aktiv mitspielend oder mit Geld- oder Sachspende unterstützend – ein glaubwürdiges Bekenntnis von PSI-Mitgliedern im starken Umfeld vom BSV und der ARCHE ist ein Win-win-Modell, das allen Beteiligten nutzt. Wie würden uns über einen überschaubaren Spendenerlös freuen, der über den Freundeskreis Die ARCHE e.V. direkt und zu 100 Prozent den Kindern zugutekommt“, erklärt Dittkrist.



Zu Besuch bei der Arche in Berlin: PSI-Mitglieder haben 2000 Schreibsets an die Kinder übergeben.

DIE ARCHE wurde als Verein 1995 in Berlin-Hellersdorf gegründet, arbeitet seit je her überwiegend spendenfinanziert und engagiert sich gegen Kinderarmut in Deutschland, Polen und der Schweiz. An mittlerweile 35 Standorten erhalten Kinder täglich kostenlose Mahlzeiten, Schul- und Hausaufgabenbetreuung, gezielte Lernförderung sowie sinnvolle Freizeitgestaltung. Die ARCHE benennt ihre Ziele u.a. mit „Kinder stark machen“ sie setzt sich dafür ein, soziale und kulturelle Teilhabe zu ermöglichen sowie den Schritt in die Arbeitswelt zu begleiten.

Wer dieses Engagement unterstützen und bei den Turnieren dabei sein möchte, meldet sich bitte bei Klaus.Dittkrist@cargo-seal.de.

Direkte und effektive Hilfe ist wichtig

Als PSI-Logistikpartner bietet Cargo SEAL seit 2007 maßgeschneiderte Komplettlösungen und individuelle Beratung beim Import aus Fernost an. Geschäftsführer Klaus Dittkrist unterstützt seit 2011 in Hamburg das Kinderprojekt Die ARCHE und gehört dort zum ARCHE-Freundeskreis. Als Hamburger Jung kennt er die Veränderungen der letzten 30 Jahre, weiß deshalb sehr genau um die großen Probleme und Versäumnisse sowie von vielen Kinderschicksalen in seiner Heimatstadt. Ein guter Grund also, warum er immer wieder seine Kontakte und Ressourcen nutzt, Events und Aktionen initiiert und um Unterstützung für dieses so effektive Kinderprojekt wirbt. Deshalb sind auch die Messeauftritte von Cargo Seal immer ins Auge gefallen, denn Dittkrist nutzt die PSI auch dazu, sein ehrenamtliches Engagement für Die ARCHE vorzustellen und um Unterstützer zu finden. Die Aktion auf der PSI 2020 etwa, als ein hoch ausgezeichneter jugendlicher Billardkünstler jede Kugel versenkte und staunenden PSI-Teilnehmern meisterliche Tricks mit dem Queue zeigte, kam gut an.



Direkte Hilfe für benachteiligte Kinder: PSI-Unternehmen, die sich für die ARCHE engagieren möchten, können sich als Sponsor positionieren. Initiator Dittkrist ist selbst Billardspieler, hier bei einer Weihnachtsfeier des BSV. Von April bis August 2025 stehen in Hamburg Turniere im Billard, Dart und Golf an. Also jetzt anmelden!

www.cargo-seal.de

Es war für Plan Concept zwar die bereits 18. Werbeartikelmesse namens „NEWSDAY“, doch gab es für die Kunden des Essener Werbemittelspezialisten auch diesmal wieder zahlreiche Neuheiten für erfolgversprechendes Marketingmaßnahmen zu entdecken und haptisch zu erkunden.

18. NEWSDAY der Plan Concept GmbH

Harmonie der „Hapticals“ in der Philharmonie

Branche



Bereits zum dritten Mal repräsentativer Schauplatz des „NEWSDAY“: die Philharmonie Essen.

Am 18. Februar sorgte die lichtdurchflutete Umgebung der Philharmonie Essen zum dritten Mal für eine entsprechend harmonische Atmosphäre, in der alle Beteiligten ihre Profession entspannt entfalten konnten. Rund 60 Aussteller repräsentierten die Vielfalt gegenständlicher Werbung – darunter auch einige neue Nischenanbieter und „Newcomer“ aus jungen Unternehmen – und lenkten das Interesse der mehr als 400 Besucher*innen aus Industrie und Gewerbe auf zahlreiche Neuheiten, Trends und im Wortsinn „nachhaltig“ wirkende Erzeugnisse der Branche. Natürlich präsentierte sich auch die Plan Concept Gruppe und ihrer IT-Tochter connect-io mit ihren Services und ihrer mehr als 30-jäh-

rigen Expertise in den Bereichen Full-Service, On-Demand-Personalisierung und B2C-Online-Shops.

Lob für das Plan Concept Team

In einem ersten Feedback zeigten sich sowohl die Veranstalter (mit Verlauf und Resonanz), die ausstellenden Lieferantenpartner (mit der Organisation und der Qualität der Anfragen) und die Besucher (mit dem Angebot) sehr zufrieden mit diesem neuerlichen NEWSDAY. „Die hervorragende Stimmung während der gesamten Veranstaltung hat nicht nur unsere Erwartungen übertroffen, sondern auch den gemeinsamen Austausch gefördert“, resümiert Plan Concept CEO Christoph Ruhrmann und ergänzt: „Ein großes Lob gebührt unserem gesamten Team, das mit viel Engagement und Professionalität dazu beigetragen hat, dass unsere Messe hervorragend besucht war. Ein beson-



Kompetenz in Sachen Individualisierung bei Plan Concept: Hier wurden Trinkflaschen per Laserdruck individualisiert.



Victorinox verlor unter den Besuchern drei exklusive Messer-Tools: Frank Wenning vom Schweizer Markenproduzenten (re.) überreicht Jonas Micheler als einem der Gewinner den Preis.



derer Dank gilt den Auf- und Abbauhelfern, der Anmeldung, der Organisation, unserem Vertriebsteam und den Mitarbeitern im Büro, die die Stellung gehalten haben. Die positiven Rückmeldungen und zahlreichen neuen Kontakte bestätigen den Erfolg der Veranstaltung. Die Planung für unsere 19. Werbeartikelmesse NEWSDAY 2026 läuft bereits auf Hochtouren. Termin und Location werden wir zeitnah mitteilen. Wir steuern bereits jetzt auf unsere zwanzigste Veranstaltung zu, die im Jahr 2027 stattfinden wird.“

Führungsteam wird zum Trio

Eine Premiere indes gab es bei diesem NEWSDAY zu vermelden. Arian Reimann, Sohn des Gründers Christoph Ruhrmann und bislang Teil der Geschäftsleitung, war nun erstmals als vollwertiger Geschäftsführer am Geschehen beteiligt. Zum Jahresbeginn erst wurde er in die Geschäftsführung um CEO Christoph Ruhrmann und CFO Ulf Paschwitz als COO berufen. Wie Ruhrmann betont, setze Plan Concept mit der Ernennung von Arian Reimann zum Geschäftsführer nun einen weiteren bedeutenden Schritt in der Unternehmensgeschichte: „Er bringt nicht nur frische Ideen und eine kreative Perspektive mit, sondern auch ein tiefes Verständnis für die Branche und die Bedürfnisse unserer Kunden.“ Wir haben mit ihm nach seinem ersten NEWSDAY als COO gesprochen. <

Arian Reimann im Gespräch

Herr Reimann, Ihr erster Newsday als „vollwertiges“ Mitglied der Geschäftsführung: War es anders als bisher?

In Bezug auf die Gesamtsituation und den Newsday kann



Arian Reimann

ich sagen, dass es sowohl positive als auch herausfordernde Aspekte gibt. In den letzten drei Jahren wurde ich als Prokurist schrittweise auf die Position des COO vorbereitet. Im vergangenen Jahr habe ich bereits die Aufgaben eines COO übernommen, was den Übergang in diese Rolle logisch und nahtlos machte. Mein Verantwortungsbewusstsein hat sich in dieser Zeit deutlich gesteigert, was ich als sehr positiv empfinde. Ich freue

mich darauf, nun noch intensiver an der Weiterentwicklung unseres Unternehmens mitzuwirken. Der Newsday war erneut eine hervorragende Gelegenheit, wertvolle und aufschlussreiche Gespräche mit Kunden und Lieferanten zu führen. Sowohl intern als auch extern habe ich festgestellt, dass der Titel des COO eine andere Wirkung hat und neue Möglichkeiten eröffnet. >>

>> **Für Plan Concept war es die bereits 18. Auflage der Werbeartikelmesse. Wie sieht Ihr Fazit aus?**

Aus unserer Sicht war der Newsday erneut ein voller Erfolg. Wir konnten eine Besucherzahl Steigerung verzeichnen. Auch an dieser Stelle geht ein besonderes Lob an die komplette Plan Concept Familie, von den Mitarbeitern über unsere Lieferanten bis hin zu unseren Kunden, ohne die eine solche Messe nicht möglich gewesen wäre. Wir haben von Kunden und Lieferanten sehr erfreuliche und positive Rückmeldungen erhalten.

Zum dritten Mal nacheinander fand der Newsday nun im kulturellen Ambiente der Essener Philharmonie statt: Auch künftig eine favorisierte Location?

Als Unternehmen mit Wurzeln in Essen wird die Essener Philharmonie mit ihrem kulturellen Hintergrund und Ambiente stets eine attraktive Location für den Newsday sein und bleiben. Gleichzeitig möchten wir unseren Kunden nicht nur jährlich einen neuen Produkt- und Ausstellermix bieten, sondern auch jahres- sowie eventbezogene Abwechslung hinsichtlich der Location. Daher könnte es im nächsten Jahr zu einem Wechsel kommen, auf den sich unsere Kunden freuen können.

Wie schätzen Sie die derzeitige Lage des Werbeartikelmarktes insgesamt ein? Sind Trends erkennbar?

Die aktuelle Lage des Werbeartikelmarktes bietet sowohl Herausforderungen als auch Chancen. Obwohl die wirtschaftliche und politische Lage der letzten Jahre teilweise die Kaufkraft und Kaufbereitschaft beeinflusst hat, gibt es dennoch viele Möglichkeiten für Wachstum und Innovation. Kleine und mittelständische Unternehmen haben die Chance, sich durch Anpassungsfähigkeit und Kreativität von der Konkurrenz abzuheben, trotz zunehmender Bürokratie und strengerer Gesetze. Wir als Unternehmen konnten dennoch eine Umsatzsteigerung und Wachstum verzeichnen. Eine neue Regierungsbildung und die damit einhergehende höhere Planungssicherheit könnten zudem Chancen für den Werbeartikelmarkt bieten, weiteres Wachstum zu generieren.

Ein klarer Trend ist die steigende Nachfrage nach nachhaltigen Produkten und umweltfreundlichen Materialien. Unternehmen legen zunehmend Wert auf nachhaltige Produktionsprozesse und IT-Lösungen, die die Verwaltung und Bestellung von Werbeartikeln effizienter gestalten. On-Demand-Produktionen helfen dabei, Lagerbestände zu reduzieren und einen nachhaltigen Wareneinsatz zu gewährleisten. Zudem gewinnen innovative und qualitativ hochwertige Produkte, die dem Empfänger in Erinnerung bleiben, sowie Mitarbeitergeschenke wie Onboarding-Pakete an Bedeutung.

Wie ist die Stimmung auf Seiten der Industriekunden?

Die Grundstimmung unter unseren Industriekunden ist sowie auch im Werbeartikelmarkt beschrieben gemischt. Viele Unternehmen spüren die Auswirkungen der aktuellen wirtschaftlichen und politischen Unsicherheiten, was sich auf ihre Investitionsbereitschaft auswirkt. Dennoch gibt es auch positive Signale, da einige Kunden weiterhin Wachstumspotenzial sehen und optimistisch in die Zukunft blicken. In diesen herausfordernden Zeiten ist es uns besonders wichtig, unseren Kunden den gewohnten Support und die bestmögliche Unterstützung zu bieten.

Haben Sie mit Plan Concept konkrete Pläne, die Sie in diesem Jahr (oder mittelfristig) umsetzen möchten?

Wir haben uns auch für dieses Jahr einige Ziele gesetzt, die wir gerne umsetzen möchten. Unser Fokus liegt darauf, unsere internen Prozesse weiter zu digitalisieren und zu verschlanken, sodass unsere Mitarbeiter ihre Zeit effektiver nutzen können. Dadurch wollen wir unseren Support für die Kunden verbessern. In diesem Zusammenhang befinden wir uns bereits in der finalen Testphase unseres hauseigenen CRM-Systems, das noch in diesem Jahr einen Teil unseres bisherigen Systems ersetzen wird. Zudem möchten wir den Einsatz von Künstlicher Intelligenz weiter vorantreiben. Dies ermöglicht uns einen effizienteren Einsatz unserer Zeit-Ressourcen, die Automatisierung von Routinen und dadurch schnellere Reaktionszeiten sowie einen verbesserten Kundenservice. <



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



FYVAR

**The only right way
for the Iberian market**



Sonnige Grüße ohne Plastik

Sonnenblumen sind nicht nur ein Blickfang, sondern auch ein Symbol für Lebensfreude und Optimismus. Das nutzt Multiflower, um sonnige Grüße perfekt zu jedem Anlass zu überbringen. Die Zwergsonnenblume schafft so **ein Stück Sommer an jeden Arbeitsplatz**. Schon ab 250 Stück können das Etikett und die Banderole für Werbebotschaften genutzt oder mit einer eigenen Gestaltung eingesetzt werden. Das Set umfasst den Samen für die Zwergsonnenblumen und eine Erdtablette im dekorativen Übertopf. Werbung auf der Standardmotiv Banderole ist ab 250 Stück möglich, die Banderole kann ebenfalls ab 250 Stück auch komplett individuell gestaltet werden.

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

Da strahlt der ambitionierte Golfer

Mit der edel anmutenden Golf-Logo Geschenkbox vom Golfvertrieb Hilbrand haben Werbetreibende **ein perfektes Set für jeden Fan des Sports** auf dem grünen Rasen in der Hand. Der Inhalt der Combo besteht aus einem Golfball, einer Pitchgabel, einem Ersatz Ballmarker sowie mehreren Tees. Sämtliche Teile sind individualisierbar. Das Unternehmen Hilbrand hat sich seit 40 Jahren auf Golf Logo-Accessoires spezialisiert und war in Deutschland eine der ersten Firmen, die sich dafür etablierten.

PSI 45818 • Golfvertrieb Hilbrand
Tel +49 8322 96540 • office@golf-hilbrand.com
www.golf-hilbrand.com



- Anzeige -



Ihr Produzent mit Liebe für Spielkarten

schnell, günstig und flexibel

sales@schneiders.nl de.schneiders.nl 05554-9890790



Bestens gerüstet für sonnige Tage

Während ein FARE-Sonnenschirm seine Nutzer dank der Bezüge mit Lichtschutzfaktor UPF50+ vor der Sonne schützt und Schatten spendet, bietet er außerdem die Möglichkeit, Werbebotschaften ansprechend zu präsentieren. Insgesamt **acht verschiedene Modelle** stehen zur Auswahl – darunter drei mit Volant und ein rechteckiger Schirm. Die Größen und Farbvarianten sind auf die vielfältigen Kundenwünsche angepasst. Der zweiteilige Stock ist stufenlos höhenverstellbar und verfügt über eine Knickvorrichtung zur Neigung des Schirms. Sie können einfach im Boden fixiert oder mit einem Füllständer oder Erdspeer genutzt werden.

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



Perfekt für den Grillmeister

Mit einem Schwertkrone BBQ-Messer mit feinem Olivenholzgriff und dem bekannt scharfen Schliff wird gleich jeder Anwender zum Grillmeister. Allerdings ist das Solinger Messer nicht nur am Grill, sondern gleichermaßen in der Küche ein Eye-Catcher. **Schneidleistung paart sich mit edlem Design** und die scharfe, langlebige Klinge gleitet mühelos durch Fleisch, Gemüse und Brot, während der ergonomische Griff aus italienischem Olivenholz angenehm in der Hand liegt. Veredelbar ist das Messer ab 50 Stück. Wahlweise kann eine Lasergravur auf der Klinge oder Holzgriff angebracht werden.

PSI 60446 • Schwertkrone - Daniel Weber
Tel +49 21288072114 • vertrieb@schwertkrone.de
www.schwertkrone.de

- Anzeige -

KLEINER PREIS, GROSSE WIRKUNG.

Ihr Mailingverstärker nach Maß. Scheckkartenlupen, Lesezeichenlupen, Mikrofaserlupen oder die beliebten und nützlichen SafeCard® Zeckenkarten.



Mehr Infos unter:
lupenmaxx.de
zeckenkarten.de
mikrofaserlupen.de



lupenmaxx
...wir machen's größer!



Yoga mit Werbekraft für Allergiker

Ganz neu bietet Trendy Sport hochwertige Yogamatten aus der nachhaltigen Ecoline Produktlinie an. Die rutschfesten Matten bestehen aus umweltfreundlichem und weichem TPE, was sie besonders **für Allergiker geeignet** macht. Die Yogamatten können jetzt sogar vollflächig komplett randlos bedruckt werden. Passend zur Matte ist ein Premium-Tragegurt aus nachhaltiger Baumwolle in vielen Farben erhältlich. Die Matte kann vollbedruckt ab einer Mindestabnahme von 300 Stück in einer umweltfreundlichen Umverpackung bestellt werden. Bei kleineren Bedruckungen sind diese Matten bereits ab 20 Stück mit einer Lieferzeit von zwei Wochen und einer großen Farbauswahl erhältlich.

PSI 49563 • Trendy Sport GmbH & Co.KG
Tel. +49 9171 975630 • psi-trendysport@online.de
www.trendy-sport.com



Endlich nahtlos am Hals

Der Werbeartikel-Spezialist ADITAN® aus Köln hat auf der PSI 2025 eine echte Produktinnovation präsentiert, die neue **Maßstäbe in Design und Komfort** setzt. Ab sofort bietet ADITAN® Lanyards ohne sichtbare Nahtstellen an. Die nahtlose Verarbeitung der Bänder sorgt für ein elegantes Erscheinungsbild, ähnlich eines festlichen Schleifenbands. Der besondere Vorteil: Es entstehen keine Scheuerpunkte und das Motiv bleibt ununterbrochen sichtbar. Das recycelte Polyester überzeugt zudem durch seine außergewöhnliche Weichheit und einen erstklassigen Tragekomfort. Zum eindrucksvollen Markenbotschafter werden die Bänder durch eine Veredelung im Heißtransfer.

PSI 42487 • aditan GmbH
Tel +49 2234 4312-0 • info@aditan.de
www.aditan.com



Innovationen und Klassiker zu Ostern

Bei CD-LUX hat man es sich zur Aufgabe gemacht, süße Werbemittel in ihrer schönsten Form, in bester Qualität und herausragender Preis-Leistung anzubieten. Sowohl richtungsweisende Innovationen als auch bewährte Klassiker beherrschen das Sortiment zum bevorstehenden Osterfest für alle, die es lieben, mit kleinen Aufmerksamkeiten eine große Freude zu bereiten. Für den schnellen Überblick wurden die Sortimente „Ostern und Frühling“ und „Werbung mit Genuss“ jetzt in einem brandneuen Katalog zusammengefasst. Individuelle Premium Schokolade, leckere Fruchtgummi-Klassiker, Werbegetränke, Pfefferminz und bunte Bonbons, viele exklusive Osterneuheiten, nachhaltige und vegane Werbeideen und frische Sommerprodukte warten auf Entdecker. Ob als klassischer Ostergruß mit dem beliebten Lindt Goldhasen, einem duplo, 3er Set „Ostereier“, dem witzigen Ostereier-Set gefüllt mit trendigen Schokoladen-Eiern von Tony's oder mit unserer brandneuen Paperbox: Bei CD-LUX findet jeder „sein“ passendes Produkt.

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



Let's twist again

Bewegung, Spaß und Nostalgie – das kenn viele noch von der Schulhofpause, bevor es Smartphones gab. Heute feiert das beliebte Gummistweit bei der emotion factory sein Comeback. **Das traditionsreiche Hüpfspiel begeistert** seit Generationen Kinder und Erwachsene gleichermaßen. Nun gibt es die Möglichkeit, den Klassiker individuell zu gestalten. Ab einer Bestellmenge von 500 Stück lassen sich sowohl die Außenseiten der Mappe als auch die Hopsanleitung personalisieren. In der Standardgestaltung schon ab 250 Stück. Das Set beinhaltet ein hochwertiges Gummiband sowie eine detaillierte Spielanleitung.

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



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

Wandel aktiv gestalten

Die Werbeartikelbranche war schon immer wandlungsfähig. Sie hat Veränderungen nicht nur begleitet, sondern oft selbst angestoßen – durch neue Technologien, nachhaltige Materialien oder kreative Kommunikationslösungen. Jetzt, mit einer neuen Bundesregierung und geplanten Investitionen für Infrastruktur und Innovation, stehen wir erneut an einem entscheidenden Punkt.

Es ist eine Zeit des Umbruchs, aber auch eine Zeit voller Möglichkeiten. Nachhaltigkeit wird eine zentrale Rolle spielen – in der Wirtschaft, der Politik und für unsere Branche. Wer jetzt die richtigen Weichen stellt, kann nicht nur reagieren, sondern aktiv gestalten. Doch das erfordert Vorbereitung. Die Frage ist nicht, ob sich unsere Branche anpassen kann – das hat sie längst bewiesen –, sondern wie gut wir diese Chance nutzen.

Wissen, Austausch und Anerkennung sind die Schlüssel für eine starke Zukunft. Genau hier setzt die PSI Academy an. Sie bietet eine Plattform für Weiterbildung, Vernetzung und den frühzeitigen Blick auf neue Entwicklungen. In Zeiten, in denen sich Märkte, politische Rahmenbedingungen und Kundenanforderungen ständig wandeln, ist es entscheidend, gut vorbereitet zu sein.

Die PSI Academy Awards setzen zudem ein klares Zeichen für Qualität und Innovation. Sie würdigen Unternehmen, die mit nachhaltigen und zukunftsweisenden Lösungen vorangehen – und damit neue Maßstäbe für die gesamte Branche setzen. Denn genau das wird in den kommenden Jahren immer wichtiger: Wer nicht nur auf Wandel reagiert, sondern ihn aktiv mitgestaltet, bleibt langfristig erfolgreich.

Unsere Branche hat immer wieder gezeigt, dass sie Wandel meistert und gestaltet. Jetzt haben wir erneut die Gelegenheit zu zeigen, wie vielseitig, innovativ und verantwortungsvoll wir sind. Nutzen wir diese Chance – gemeinsam und gut vorbereitet! Im Sommer 2025 geht die PSI Academy in die nächste Runde.

Ihre

Petra Lassahn
Director PSI



PSI ACADEMY AWARDS 2025

BEWERBEN SIE SICH JETZT!

NÄHERE INFORMATIONEN
FINDEN SIE HIER:



VIDEO PACKAGES BY **RX**

“FULL-SERVICE”

We deliver professional...

Storytelling
Video Production
Media Spread

Main Actor:
Your Booth

Event
Video

In Spotlight:
Your Company
or Product

Image
Video **BasiX**

In Spotlight:
Your Company
or Product

Image
Video **DeluXe**



SCAN ME

**Your benefit
exclusively with us!**

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

Contact your Expert:

Anja Späker – anja.spaeker@rxglobal.com

created by

 **Media Solutions**

built by RX Germany





Praktischer Nutzen trifft Emotion

Werbeartikel aus den Bereichen Fashion, Workwear, Caps und Accessoires bieten eine hervorragende Möglichkeit, die Markenbekanntheit langfristig zu steigern. Hochwertige Kleidung und Accessoires werden oft über Jahre hinweg genutzt, wodurch das Logo oder der Slogan eines Unternehmens immer wieder ins Blickfeld rückt. Mode und Arbeitskleidung sind nicht nur funktional, sondern erzeugen auch eine emotionale Bindung. Ein bequemer Hoodie, eine stylische Cap oder ein praktischer Rucksack werden geschätzt und gern getragen – so entsteht eine positive Assoziation mit der Marke. Ob als Mitarbeiterkleidung, Kundengeschenk oder Messe-Giveaway – individuell gestaltete Fashion- und Workwear-Produkte sorgen für ein einheitliches Erscheinungsbild und stärken den Teamgeist. Von sportlich bis elegant, von funktional bis modisch – die Vielfalt an Gestaltungsmöglichkeiten erlaubt es Unternehmen, genau die Produkte auszuwählen, die perfekt zur eigenen Markenidentität passen. So entsteht ein authentischer Auftritt mit Wiedererkennungswert. – Unse- re zweite Produktrubrik bringt Neuheiten zu den Themen „Incentives und Merchandising“.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Juni 2025 des PSI Journals, die sich den Themengruppen „Beauty und Wellness“ sowie „Arbeitsicherheit und Hygiene“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 18. April 2025 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

Ein besonderer PSI-Jubilar



Was 1949 als kleines Druckhaus begann, hat sich im Laufe der Jahrzehnte zu einem führenden Werbekalender-Hersteller entwickelt: Die WALTER Medien GmbH aus Brackenheim blickt auf eine lange Erfolgsgeschichte zurück, ist stets nah am Puls der Zeit und bewahrt dem europäischen Werbeartikel-Netzwerk PSI bereits 50 Jahre die Treue.

Alle Wetter – 60 Jahre!

Im vergangenen Jahr feierte TFA Dostmann sein 60-jähriges Bestehen – sechs Jahrzehnte als Hersteller meteorologischer Messgeräte, geprägt von Innovationskraft und stetiger Weiterentwicklung. Zum Jubiläum präsentiert das Unternehmen die Produktlinie TFA.me – ein neuartiges System für präzise Wettervorhersagen und umfassende Kontrolle lokaler Klimamesswerte.



Impressum

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

Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von PSI Promotional Product Service Institute
RX Deutschland GmbH
Johannstraße 1, 40476 Düsseldorf
Tel.: +49 211 90191-0
Telefax: +49 211 90191-180
Internet: www.psi-network.de

Herausgeber: Petra Lassahn

Geschäftsleitung: Rachel Travers, Michael Köhler, Ivo Sklenitzka

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

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

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

Chef vom Dienst: Martin Höchemer

Objektleitung | Director Media Solutions: Anja Späker

Anzeigenverkaufsleitung: Marlene Ramos

Cross Media Sales

Senior Sales Manager: Senija Menzel,
senija.menzel@rxglobal.com

Sales Manager: Adrian Papke, adrian.papke@rxglobal.com
Daniel Schellenbeck, daniel.schellenbeck@rxglobal.com

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

Regionale Kontakte

Belgien und Frankreich: Reed Exhibitions
ISG Belgien und Frankreich
Bryan Piscou,
bpiscou@reed-export.fr

Italien: Reed Exhibitions ISG Italy s.r.l.
Erika Poleggi,
erika.poleggi@reedexpo.it

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

Türkei: Istexpo
Sevinc Abdullayeva,
sevinc@istexpo.com

UK: Reed Exhibitions ISG UK
Daniel Cordock,
daniel.cordock@reedexpo.co.uk

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

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

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

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

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

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

ISSN-Nummer 1436-6193

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

RELX produziert gemäß RELX Sustainable Paper Policy

RX Germany

10 – 13 APR 25 Exhibition Centre Cologne

FIPO

For a strong and healthy society.

Proudly sponsored by

 **KSM-66**
Ashwagandha

Built by
RX
In the business of
building businesses

fibo.com


CHOCO
COMPANY

NEU

Unsere neue **Premium**
Schokolade



 **KALFANY**
SÜSSE WERBUNG

www.suesse-werbung.de