

PSI

JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Juni 2025

64. Jahrgang



**Rechtssichere
Medizin-
produkte**

**Nur nicht
leichtsinnig
werden**

PSI Academy Awards

Jetzt registrieren und
profitieren

Product Guide

Beauty und Wellness
Arbeitssicherheit und Hygiene

EU-Spielzeug- verordnung

Spielzeug soll sicherer werden

koziol

»ideas for friends

Kunststoffproduktion
mit gutem Gewissen

The Dutch Touch in the International Promotional Products Market

The biggest promo event of Europe
– second half of the year
– with 270 exhibitors from 17 countries.

Visitors: 2.000 professionals
(industry only)
50% NL, 25% DE, 20% BE, 5% other

A DUTCH TOUCH:

- informal
- well organised
- including food and drinks
- including party
- lots to do in the area
- international
- networking
- free parking

Het Portaal Media B.V., Veerdijk 40H,
1531 MS Wormer, The Netherlands
Tel: +31 (0)75 647 57 47
E-mail: traffic@hetportaal.com
Internet: www.hetportaal.com

The Supplierdays 2025

powered by 

Register here:



DUTCH TOUCH



THE SUPPLIERDAYS 2025: 3 & 4 SEPTEMBER EXPO HOUTEN

Go to www.thesupplierdays.com for more information
and register or call: +31(0)75-647 57 47

PROMOTIONAL PRODUCTS OF PRICELESS VALUE

Who Are We?

Since 1999, PromZ has been a trusted partner in the promotional products industry with:

- 2 Leading trade shows
- Magazine for distributors (5 editions yearly)
- Magazine for industry clients (3 editions yearly)
- Extensive online and offline media presence

With our deep industry connections, we ensure you have the tools to succeed – always with the **Dutch Touch!**



John M. Swaab
Chief Executive
Officer



Peter van Gestel
Editor in Chief



Ferry Aaftink
Salesmanager



Katharina Bütow
Salesmanager



Simone Keijzers
Salesmanager



Bettina Nettelbeck
Salesmanager



Monique Zijlstra
Eventmanager



Sander van der Veen
Office and
webmaster

Happy to help you 😊

Het Portaal Media

The company behind PromZ is well known in our industry in The Netherlands. With over 25 years' experience in the field, Het Portaal provides publishing and other specialized services for the BeNeLux sales promotion, brand activation and direct marketing industry. Its approach is proactive, watching trends to identify the needs of players in the market.



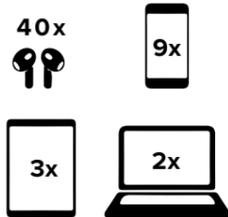
Twins Ace earbuds with Hybrid ANC

LT49730 | Einwandfreie Gespräche mit Hybrid ANC.



JAYS q-Nine ANC headphone

LT45310 | 40 Stunden reines Audio-Glück.



Powerbank 27000mAh 65W

LT49405 | Überall, jederzeit und mühelos aufladen!



Xoopar Ice-C Charging cable

LT41018 | Multiladekabel, das Datenübertragung und Car Play unterstützt.



ENJOY
TECHNOLOGY

WWW.TOPPOINT.COM



Editorial

Neue Felder besetzen

Die Werbeartikelwirtschaft steht vor einer spannenden Herausforderung: In einer Zeit, in der Nachhaltigkeit und Innovation wichtige Pfeiler für den Markterfolg sind, ist es von entscheidender Bedeutung, neue Felder zu besetzen und Flagge zu zeigen. Der PSI Academy Award und die begleitende PSI Academy Conference am 11. September 2025 bieten hierfür eine hervorragende Plattform, die es Unternehmen ermöglicht, kreativ und engagiert aufzutreten. Die aktive Teilnahme an diesen Events ist nicht nur vorteilhaft für die teilnehmenden Unternehmen, sondern wirkt sich auch positiv auf die gesamte Branche aus. Kleiner Hinweis: Je mehr Werbeartikelunternehmen an PSI Academy Award und PSI Academy Conference teilnehmen, desto stärker das Signal. Bewerbungen sind noch bis zum 30. Juni 2025 möglich. Mehr Details hierzu finden Sie ab Seite 8.

Besonders bemerkenswert ist, in wie vielen Segmenten sich die Branche derzeit gezielt positioniert, in denen klassischerweise Werbeartikelhersteller und -händler nicht unbedingt verortet werden. Ein eindrucksvolles Beispiel hierfür ist die jüngste Teilnahme von elf Werbeartikelhändlern und -lieferanten an der OMR-Messe (Online Marketing Rockstars). Diese Veranstaltung gilt zwar nicht als traditionelles Werbeartikel-Spielfeld, dennoch wurde die Werbeartikelwirtschaft dort als dynamischer Akteur sichtbar. Dies verdeutlicht, dass die Branche bereit ist, neue Wege zu gehen und in verschiedenen Kontexten ihr Fachwissen und ihre Lösungen zu präsentieren – und das PSI steht dabei stets an der Seite der Unternehmen – als Impulsgeber und Umsetzer. Mit Erfolg, wie Petra Lassahn, Director PSI, auf Seite 66 ausführt.

Auch ich nehme die Herausforderung an, neue Felder zu besetzen, indem ich als „neuer“ Redakteur des PSI Journals diese Zeilen für Sie schreibe. Ich freue mich darauf, diese Plattform weiterzuentwickeln und neue Impulse zu setzen. Die Begegnungen, der Austausch und die daraus entstehenden Ideen zu nutzen, unsere Branche noch sichtbarer und relevanter zu machen.

Lassen Sie uns gemeinsam die Initiative ergreifen und die Werbeartikelwirtschaft in neuen Bereichen positionieren. Denn wenn wir als Branche zusammenarbeiten und uns engagieren, können wir nicht nur unsere Erfolge feiern, sondern auch das Potenzial unserer gesamten Branche entfalten.

In diesem Sinne

Simon Dietzen, Redakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: dietzen@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 is a brand of Paganini Pens SA.

prodir®

Personality pens. Swiss made.

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich
T +43 7205 69480

www.prodir.com
open.prodir.com

— Anzeige —

EDITORIAL	1
INHALT	2
TRENDS & BRANDS	4
PSI ACADEMY	
PSI Academy Awards: Bewerbungsphase läuft	8
FOKUS	
Rechtssichere Medizinprodukte	10
PRODUCT GUIDE	
Beauty und Wellness	14
BRANCHE	
OMR-Festival: „The Hapticologist“ mit famosem Debut	30
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	33
BUSINESS	
EU-Spielzeugverordnung: Spielzeug soll sicherer werden	40
PRODUCT GUIDE	
Arbeitssicherheit und Hygiene	42
UNTERNEHMEN	
Kolibri GmbH: Klares Bekenntnis zur Umwelt	54
Schneiders: Spielkarten neu gedacht	57
PSI on Tour bei Koziol: Lückenlose Fertigungstiefe	58
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	60
MEINUNG	66
VORSCHAU – IMPRESSUM	68



Kompakt, praktisch und

nachhaltig!

Die Zipper-Bag **Khloe** ist der ideale Begleiter für alle, die Wert auf Funktionalität und Nachhaltigkeit legen. Mit ihren handlichen Maßen von 25 x 17 x 8 cm bietet sie genügend Platz für Ihre wichtigsten Utensilien. Praktisch und durchdacht: Neben dem Hauptfach mit Reißverschluss verfügt die Tasche **Khloe** über ein zusätzliches Reißverschlussfach an der Vorderseite, in dem Sie kleinere Gegenstände sicher und griffbereit aufbewahren können.

Hergestellt aus 100 % Fairtrade-Baumwolle und einer hochwertigen Grammatik von 390 g/m², steht die Tasche **Khloe** für robuste Qualität und eine umweltfreundliche Produktion. Die Canvas-Qualität mit einer harmonischen Haptik verleiht der Tasche eine besondere Wertigkeit. Ein praktischer seitlicher Griff ermöglicht bequemes Tragen, egal ob im Alltag, auf Reisen oder bei besonderen Anlässen.

Die Tasche **Khloe** ist in den klassischen Farben Natur und Schwarz erhältlich und lässt sich zudem ganz nach Ihren Wünschen veredeln.



www.misterbags.de



Khloe

No. 2378



PSI Academy Awards: Jetzt registrieren und profitieren 8

Mit den PSI Academy Awards zeichnet das PSI herausragende nachhaltige Werbearbeitel und Konzepte aus. Lieferanten, Händler und Kreative der Branche sind eingeladen, ihre innovativen Produkte und Initiativen einzureichen. Machen Sie mit – die Bewerbung ist bis 30. Juni 2025 möglich.

OMR Festival: „The Hapticologist“ mit famosem Debut 30

Es war eine starke haptische Performance in der Welt digitalen Marketings: Unter dem Claim „The Center of Seven Senses“ präsentierten 13 Werbearbeitel-Unternehmen und Partner der Branche auf dem OMR-Festival in der hippen Bar „The Hapticologist“, was gegenständliche Werbung als Markenbooster zu leisten vermag.



Kolibri: „Wir leben Nachhaltigkeit“ 54

Kolibri ist seit 1996 Anbieter für maßgeschneiderte Werbemittel. Am Firmenstandort in Kernen bei Stuttgart entwickelt das Kolibri-Team mit rund 40 Mitarbeitenden kreative und individuell abgestimmte Werbearbeitelkonzepte, die Markenbotschaften effektiv und vor allem nachhaltig transportieren – von der ersten Idee bis zur finalen Umsetzung.



Kunststoffproduktion mit gutem Gewissen 58

Seit nahezu 100 Jahren produziert Koziol schöne und funktionale Produkte. Eine breite Produktrange vom gedeckten Tisch über kreatives Design für die Küche bis hin zu Nützlichem fürs Badezimmer und für unterwegs. Über 300 verschiedene Artikel gehören heute zum Sortiment des kreativen Unternehmens.



Strahlend helle Sommerfarbe:

Gelb steht im Sommer für Sonne, Wärme, Lebensfreude und Energie. In der Werbung wirkt Gelb anziehend, aufmerksamkeitsstark und vermittelt Optimismus sowie Frische. Die Farbe suggeriert Leichtigkeit und weckt positive Assoziationen, was sie besonders effektiv für sommerliche Kampagnen macht. Im Marketing wirkt Gelb aktivierend auf die menschliche Psyche. Die Farbe signalisiert Energie und lädt zum Handeln ein, weshalb sie oft für Call-to-Action-Buttons eingesetzt wird.



Kleine Dinge machen den Alltag freundlicher

Die Multistick Kindermesslatten von Raster verbreiten Sonnenschein über viele Jahre.

RASTER R. NOWAK i S-KA SP.J.

www.raster.eu

PSI 44741

Fotos: Raster



Fliegender Freizeitspaß

Ob im Park, am Strand oder auf dem Firmenevent – mit dem gelben SpaceFlyer-Frisbee von Elasto ist gute Laune garantiert. Dank hochwertiger Veredelung per IMould-Verfahren heben sich Logos besonders eindrucksvoll ab – so wird jede Runde zum Markenmoment! Das Frisbee wird in Deutschland produziert und veredelt.

elasto GmbH & Co. KG

www.elasto.de

PSI 41369

Foto: Elasto

Farbe geht auch ganz zart

Die Kugelschreibermodelle Qube recycling und Boa matt recycling von Klio-Eterna sind nun standardmäßig unter anderem auch im neuen zarten Pastell-Gelb lieferbar. Sowohl Gehäuse als auch Mechanik bestehen zu 100 Prozent aus recycelten Kunststoffen.

Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG

www.klio.com

PSI 40823

Foto: Klio Eterna



VON COOL BIS COZY

Neue Fleece-Jacken im Corduroy Look.

www.daiber.de

daiber

Die Rückkehr der Klassiker

Die Rückkehr der Klassiker unter den Werbemitteln ist offenbar eine Reaktion auf den Wunsch nach Beständigkeit, Nachhaltigkeit und Effektivität – und trifft damit den Zeitgeist vieler Unternehmen und Kunden. Zu diesen Klassikern zählen Kugelschreiber oder Notizblöcke ebenso wie Stoffbeutel oder Tassen.

Sieben auf einen Streich

Dieser Klassiker hat bald wieder Saison: Die Fliegenklatsche von HEPLA mit großer Druckfläche macht lästigen Plagegeistern den Garaus. Klatsche und Griff können in der hauseigenen Druckerei im Sieb- oder Digitaldruck veredelt werden.

HEPLA GmbH
www.hepla.de
PSI 41583

Foto: Hepla

In jedem Haus zuhause

Sie darf in keinem Haushalt fehlen: Die klassische Wärmflasche von Hugo Frosch. Spätestens wenn es im Bauch zwickt, der Rücken Stress macht oder Gänsehaut im Anmarsch ist, wissen Groß und Klein sie sehr zu schätzen. Die Zeiten, in denen sie hässlich und nackt war, sind endgültig vorbei!

Hugo Frosch GmbH
www.hugo-frosch.de
PSI 60663

Foto: Hugo Frosch



Shopping mit dem Kultbeutel

Nicht erst seit dem Aus für Plastik-Tragetaschen erobert sich die Bio-Baumwoll-Tragetasche mit den langen Henkeln ihren angestammten Platz zurück. Mittlerweile ist sie sogar Fairtrade-, GOTS-, Grüner Knopf- und Blauer Engel-zertifiziert. Dieser Klassiker unter den Baumwolltragetaschen überzeugt mit Langlebigkeit und zeitloser Optik.

memo AG
www.memo-werbeartikel.de
PSI 43927

Foto: memo



PSI ACADEMY AWARDS 2025

BEWERBEN SIE SICH JETZT!

NÄHERE INFORMATIONEN
FINDEN SIE HIER:



Mit den PSI Academy Awards zeichnet das PSI herausragende nachhaltige Werbearbeit und Konzepte aus. Lieferanten, Händler und Kreative der Branche sind eingeladen, ihre innovativen Produkte und Initiativen einzureichen. Machen Sie mit – die Bewerbung ist bis 30. Juni 2025 möglich.

PSI Academy Awards: Bewerbungsphase läuft

Jetzt registrieren und profitieren

Das PSI setzt ein starkes Zeichen für Nachhaltigkeit: Die PSI Academy Awards würdigen außergewöhnliche Leistungen und Best Practices in der europäischen Werbearbeitbranche und unterstreichen die wachsende Bedeutung von Innovation und Nachhaltigkeit in einem sich wandelnden Markt. In enger Verbindung mit den Zielen des Europäischen Green New Deal, der die klimaneutrale Transformation der EU-Wirtschaft bis 2050 anstrebt, zeichnet das PSI Unternehmen aus, die durch zukunftsweisende Ansätze in den Bereichen Kreislaufwirtschaft, Ressourcenschonung und soziale Verantwortung eine Vorbildfunktion übernehmen. „Mit den PSI Academy Awards wollen wir überragendes Engagement sichtbar machen und nachhaltige Innovationen fördern. Unser Ziel ist es, verantwortungsbewusstes Handeln in der Werbearbeitbranche zu unterstützen und neue Standards zu setzen“, erklärt PSI-Direktorin Petra Lassahn. „Wir laden Unternehmen aus ganz Europa – unabhängig von Branche oder Größe – ein, ihre Projekte und Innovationen für eine oder mehrere Kategorien einzureichen.“

Einreichung leicht gemacht

Die Einreichungsphase läuft noch bis zum 30. Juni 2025. Der Bewerbungs- und Auswahlprozess wird professionell und nachvollziehbar ablaufen – das garantiert der PSI-Partner Green Product Award. PSI hat sich bewusst für einen neutralen und erfahrenen Partner entschieden, der seit vielen Jahren Nachhaltigkeits-Awards durchführt. „Es ist uns wichtig, die Interessenten im Bewerbungsprozess



zu begleiten und ihnen zu zeigen, wie sie ihre Einreichung am effektivsten gestalten. Die Experten des Green Products Award sind hierbei kompetente Ansprechpartner, die viele Fragen klären können. Nach einer ersten Prüfung erhalten die sich bewerbenden Unternehmen ein Zwischenfeedback zur Optimierung“, so Petra Lassahn. Nils Bader, Director Green Product Award, ergänzt: „Zur Einreichung empfehlen wir Lieferanten, den Einreichungs-Assistent für Produkte zu nutzen. Für Händler, Agenturen sowie Industrie- und Gewerbetreibende ist der Einreichungs-Assistent für Kampagnen hilfreich. Sie enthalten sowohl die formalen Anforderungen

als auch Details zu den Kriterien, die von der Jury genutzt werden.“ Ein ausgereiftes und professionelles System also, um Bewerber effektiv zu unterstützen.

Neutrale, internationale Jury

Eine hochkarätige neutrale Jury aus internationalen Experten sowie Nachhaltigkeitsspezialisten bewertet die Einreichungen nach festgelegten, transparenten Kriterien. Die Jury nominiert und ermittelt nicht nur die Gewinner, sondern erstellt auch eine fundierte Begründung ihrer Bewertung – eine unschätzbare Orientierungshilfe für die Teilnehmer. <

Registrierung, Kontakt und Informationen

Sie möchten an den PSI Academy Awards teilnehmen? Nutzen Sie das Registrierungsformular unter www.psi-academy.com.

Die Kategorien der PSI Academy Awards 2025

1. Beste Werbemittel von Lieferanten in den folgenden Kategorien

- Bekleidung und Textilien
- Elektronik und Multimedia
- Lifestyle & Accessoires
- Schul- und Bürobedarf
- Taschen, Gepäck und Reise

2. Beste Werbemittel-Kampagne eines Händlers

3. Sonderpreise*

- Company of the Year (für Händler, Industrie- und Gewerbetreibende)
- Newcomer of the Year (für Händler)

* Die Nominierung der Sonderpreise erfolgt durch die Jury. Als Newcomer gelten Unternehmen, die zum Zeitpunkt der Einreichung jünger als zwei Jahre sind.

Award Ablauf

30. Juni 2025

Ende der Bewerbungsfrist PSI Academy Awards

Bis Ende Juli 2025

Sichtung und Prüfung der Bewerbungen durch die Fachjury

Bis Mitte August

Auswahl der Nominierten durch die Fachjury und Kommunikation über die Kanäle der PSI Academy und ihrer Partner

11. September 2025

Ab 19 Uhr festliche Preisverleihung in Rahmen der PSI Academy Night im Gürzenich in Köln.

Ab 10 Uhr PSI Academy Conference mit top-aktuellen Vorträgen, Diskussionen und Workshops zum Themenfeld Nachhaltigkeit sowie zu Fragestellungen, die die Branche bewegen.

Sie haben grundsätzliche Rückfragen zur Bewerbung?

Sie erreichen uns über awards@psi-academy.com oder telefonisch über +49 30 35527221. Informationen zu Teilnahmebedingungen, Kriterien, Jury und Ablauf finden Sie unter www.psi-academy.com sowie in den aktuellen PSI-Medien.

Sie möchten einen Partner oder einen Kunden für eine Nominierung vorschlagen? Dann schreiben Sie Ihren Vorschlag mit Begründung an psi.academy@rxglocal.com

Bewertungskriterien

I Übergreifende Bewertung

Ansatz

Begutachtet werden die Originalität, die Reproduzierbarkeit sowie die Glaubwürdigkeit.

Ausarbeitung

Bewertet werden die Komplexität der Analyse, die Qualität der Ausarbeitung sowie die Art der Umsetzung.

Impact

Betrachtet wird das Potenzial für den positiven Impact auf Umwelt und/oder Gesellschaft.

I Fachspezifische Bewertungen für Produkte

Design

Hier geht es um das Design als Gesamtansatz mit folgenden Kriterien: Ästhetik, nutzergerechte Funktionalität, ökonomische und ökologische Konstruktionen, ggf. Zusammenspiel von Produkt und Verpackung. Auch die Qualität der Kommunikation mit dem Konsumenten über die Nachhaltigkeit wird berücksichtigt.

Nachhaltigkeit

Die Erfüllung etlicher Aspekte, die unserer Meinung nach ebenfalls für nachhaltige Projekte relevant sind, finden sich in den Bereichen Design und Produkt-Compliance.

Produkt-Compliance

Die ausgezeichneten Produkte müssen hohe Anforderungen an die ökologische und soziale Verantwortung erfüllen und gleichzeitig eine außergewöhnliche Funktionalität und Benutzerzufriedenheit bieten.

Einsatz als Werbearbeit

Werbearbeit werden auf ihre Zweckmäßigkeit, Qualität, Markenausrichtung, Zielgruppenrelevanz und Kosteneffizienz geprüft, um eine maximale Wirkung und einen maximalen Wert zu gewährleisten.

I Fachspezifische Bewertungen für Kampagnen

Erzielter Marketing-Wert

Effektivität und Erfolg der Kampagne in Bezug auf die gesetzten Marketingziele.

Durchgeführte Maßnahmen

Qualität und Umsetzung der Marketingaktivitäten und -strategien.

Positiver Impact auf Umwelt und Gesellschaft

Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung der Kampagne.



Erst die Corona-Pandemie hat Medizinprodukte ins öffentliche Bewusstsein gerückt. Inzwischen ist allgemein bekannt, dass die minderwertige Qualität medizinischer Ausrüstung großen Schaden anrichten kann. Was Händler, Inverkehrbringer und Kunden wissen müssen, um auf der sicheren Seite zu sein. Ein Überblick.

Rechtssichere Medizinprodukte

Nur nicht leichtsinnig werden



Medizinprodukte sind eine besonders sensible Produktgruppe, bei der Konformität entscheidend für die Produktsicherheit ist.

Mit der Corona-Pandemie hat sich unser medizinisches Wissen notgedrungen erweitert: Wir kennen jetzt die Unterschiede von OP-Masken und FFP2-Masken und haben gelernt, dass ihre Schutzwirkung nach dem Verfallsdatum nicht mehr optimal ist. Viele Werbeartikelunternehmen haben damals aus der Not eine Tugend gemacht und sich mit dem Verkauf von Schutz-ausrüstung über die Umsatzeinbrüche dieser Zeit hinweggeholfen. Viele waren kreativ, haben selbst Produkte entwickelt oder aus aller Welt Medizinprodukte bezogen. Die Maskenpflicht führte zu Verknappung, diese wiederum trieb die Preise hoch und – oft ohne es zu wissen – wurde so manches verkauft, was aus dubiosen Quellen stammte und weit jenseits gängiger Standards lag. Mittlerweile haben wir diese Sorgen zum Glück hinter uns und hoffentlich daraus gelernt: Die Konformität und Sicherheit von Medizinprodukten hat allererste Priorität und muss – wie bei allen anderen Produkten auch – eine Selbstverständlichkeit sein. Zusammen mit MEDICAL promotion, Spezialist für Werbung mit Medizinprodukten, haben wir zusammengestellt, worauf es ankommt.

Hohe Verantwortung bei Medizinprodukten

„Uns liegt dieses Thema besonders am Herzen, denn wir sehen leider immer noch, dass zahlreiche Produkte auf dem Markt sind, die nicht verkehrsfähig sind. Die Tragweite ist enorm: Sowohl der Inverkehrbringer als auch Händler und Industriekunden tragen die rechtliche Verantwortung für nicht zertifizierte EU-Produkte. Die Folgen für Unternehmen sind gravierend: von Produktrückrufen bis hin zu Reputationsverlusten und Shitstorms. Genau das wollen wir verhindern – nicht nur für uns als MEDICAL promotion, sondern für die gesamte Branche“, sagt Geschäftsführer Marc Sauer. „Als Marke von GRAMM medical stehen wir auf einem starken Fundament: Das Unternehmen ist seit 1909 spezialisierter Hersteller von Verbandstoffen und Medizinprodukten.“

Was bedeutet Inverkehrbringen?

(Definition laut MPG)

Inverkehrbringen ist jede entgeltliche oder unentgeltliche Abgabe von Medizinprodukten an andere. Erstmaliges Inverkehrbringen ist die erste Abgabe von neuen oder als neu aufbereiteten Medizinprodukten an andere im europäischen Wirtschaftsraum.

Wichtig: Das Medizinproduktegesetz unterscheidet zwischen Inverkehrbringen und erstmaligem Inverkehrbringen. Die MDR (Medizinprodukteverordnung) versteht unter Inverkehrbringen immer die erstmalige Bereitstellung im Markt.



Wichtig bei der Zusammenstellung von Sets: Die Medizinprodukte selbst dürfen nicht verändert werden.

Vorschriften ernst nehmen

Die aktuelle Rechtsgrundlage ist die seit 26.05.2021 europaweit gültige Medizinprodukteverordnung (EU) 2017/745 (MDR, Medical Device Regulation). In der MDR sind Produktion und Handel von Medizinprodukten genau geregelt: Verbandstoffe oder Produkte in Erste Hilfe-Sets wie z.B. Pflaster, Kompressen, Verbandpäckchen oder ähnliches unterliegen in der EU strengen Richtlinien mit zwingenden Konsequenzen für die Inverkehrbringung. Grundsätzlich können mehrere Produktgruppen unterschieden werden. Im Werbemittelsatz sind diese Produkte meist je nach Verwendungsart in sterile und unsterile Produkte gegliedert und unterliegen unterschiedlichen Vorschriften und Kennzeichnungspflichten. Unabhängig vom Produkt ist jedoch wichtig, dass der Hersteller bzw. der Inverkehrbringer in der EU ansässig ist oder einen entsprechenden Bevollmächtigten in der EU hat. Der Hersteller oder Inverkehrbringer muss je nach Produktklasse zertifiziert sein und die Produkte müssen entsprechend bei der jeweils zuständigen Behörde registriert werden. Aber Vorsicht: Ein Zertifikat alleine reicht nicht für die sichere Inverkehrbringung eines Medizinprodukts aus. Um das Produkt in der EU in Verkehr zu bringen, müssen darauf bestimmte Mindestangaben vorhanden sein. Produkte, die diese Mindestanforderungen nicht erfüllen, dürfen in der EU nicht in Verkehr gebracht werden.



Mehrsprachigkeit zwingend

Medizinprodukte müssen immer in der jeweiligen Landessprache des Landes, in dem sie vertrieben werden, gekennzeichnet werden. Vorteilhaft sind deshalb Produkte, die von vornerein mehrsprachige Kennzeichnungen haben, da sie dann auch außerhalb des deutschsprachigen Raums verkauft werden können. Dies bringt gegebenenfalls deutliche Wettbewerbsvorteile, wenn der Kunde die Produkte auch für die Verteilung im Ausland einsetzen möchte.



Ernste Konsequenzen bei Verstößen

Werden Medizinprodukte nicht zulässig in Verkehr gebracht, so kann dies so kann dies ernste und schwerwiegende Konsequenzen haben: Hier können schnell Kosten in sechsstelligen Bereich anfallen und erheblicher Imageverlust ist dann unausweichlich. Denn Rückrufe werden u.a. auf diversen Veröffentlichungsplattformen publiziert und verbreitet. Es empfiehlt sich deshalb sorgfältig zu prüfen, woher die Medizinprodukte bezogen werden und ob der Hersteller seinen Sitz in Deutschland bzw. der EU hat und entsprechend zertifiziert ist. Oft erkennt man dies schon leicht daran, wenn man sich das Sortiment des Lieferanten anschaut: Gehören die angebotenen Medizinprodukte zu seinem Kernsortiment oder vertreibt er sie nur neben vielen anderen? Gehören sie zu den Kernprodukten, dann ist der Lieferant sicherlich Medizinproduktehersteller und damit ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass die Produkte konform sind. Zahlreiche Anbieter aus dem Druck- oder Kunststoffbereich verkaufen jedoch Medizinprodukte nur nebenbei und hier muss man genau prüfen, woher sie stammen. In solchen Fällen liegt die Erfüllungspflicht aller Kriterien zur Inverkehrbringung beim Hersteller – sofern er als Hersteller auf den Produkten angegeben ist. Wer jedoch Produkte direkt aus Drittländern (etwa China) bezieht, die nicht gesetzeskonform mit den EU-Richtlinien sind, ist als Inverkehrbringer vollumfänglich für die Produktsicherheit verantwortlich. Von Direktimporten medizinischer Produkte ist wegen des unkalkulierbaren Risikos grundsätzlich abzuraten. Seit die aktuelle Medizinprodukteverordnung (EU) 2017/745 (MDR, Medical Device Regulation) in Kraft ist, wurden die behördlichen Kontrollen verschärft. Deshalb sollten Händler bei medizinischen Werbemitteln grundsätzlich auf erfahrene Medizinproduktehersteller vertrauen.



Allgemeine Pflichten der Händler nach MDR

Kapitel II, Artikel 14 (Auszug)

- ▶ Prüfung der Übereinstimmung der geltenden Vorschriften Kapitel II, Artikel 14, a – d mit dem Produkt
- ▶ Einhaltung der vorgegebenen Lagerungs- und Transportbedingungen des Herstellers
- ▶ Meldung mutmaßlicher Vorkommnisse in Zusammenhang mit dem Produkt beim Hersteller
- ▶ Berichte über Nichtkonformität und schwerwiegende Gefahren
- ▶ Führung eines Registers der Beschwerden, nicht-konforme Produkte usw.
- ▶ Identifizierung innerhalb der Lieferkette, Möglichkeit zur Chargenrückverfolgung

Für Medizinprodukte gelten strenge Vorgaben. Bei Nichtkonformität kommen auf den Inverkehrbringer ernste Konsequenzen zu.



Vorsicht bei Modifizierung von Produkten

Wenn Medizinprodukte, die als Werbeartikel zum Einsatz kommen, umverpackt, verändert oder erweitert werden sollen, dann muss der Händler beachten: Grundsätzlich dürfen Medizinprodukte nicht verändert werden. Sollen Medizinprodukte in Sets weiterverarbeitet werden, so hat der Händler dies entsprechend zu dokumentieren und ein Qualitätsmanagementsystem aufrechtzuerhalten. Eine gegebenenfalls notwendige Registrierung des Händlers hierfür muss geprüft werden. Generell sieht die MDR keine Registrierungspflicht der Händler vor, es muss auch keine verantwortliche Person benannt werden. Wer sicher gehen will, dass er sichere und zulässige Pflaster, Erste-Hilfe-Sets und ähnliche Medizinprodukte einsetzt, sollte sich auf die Expertise und das Wissen eines Herstellers verlassen.



Nützlich und vielseitig: Medizinprodukte sind für viele Zielgruppen einsetzbar.



Kennzeichnung von Medizinprodukten

MDR Kapitel II, Artikel 20 und Anhang I, Kapitel III, Artikel 23ff.

Die Kennzeichnung von Medizinprodukten der Klasse I (nicht steril*) muss folgende von Menschen lesbare Angaben enthalten (Auszug):

- ▶ Hersteller und Anschrift der eingetragenen Niederlassung
- ▶ Name oder Handelsname des Produktes in der jeweiligen Landessprache
- ▶ Alle Angaben, aus denen der Anwender ersehen kann, worum es sich bei dem Produkt, dem Packungsinhalt sowie der Zweckbestimmung (sofern diese nicht offensichtlich ist), handelt
- ▶ CE-Konformitätskennzeichnung
- ▶ Los- oder Seriennummer
- ▶ Monat und Jahr der Herstellung
- ▶ ggf. Hinweise auf besondere Lagerungs- und/oder Handlungsbedingungen
- ▶ ggf. Warnhinweise und Vorsichtsmaßnahmen
- ▶ Hinweise auf den Einmalgebrauch
- ▶ Hinweis auf ein Medizinprodukt

Die Kennzeichnung von Medizinprodukten der Klasse Is (steril*) muss zusätzlich folgende von Menschen lesbare Angaben enthalten (Auszug):

- ▶ Kenntlichmachung der Sterilverpackung als solche
- ▶ Hinweis auf den sterilen Zustand und das Sterilisationsverfahren
- ▶ Haltbarkeitsdatum

* Als sterile Produkte gelten meist Kompressen, Verbandpäckchen oder andere Wundauflagen. Als unsterile Produkte gelten dagegen Pflaster, Binden, Dreiecktücher usw.

Auf den folgenden Seiten zeigen wir, wie **Pflegeprodukte, Accessoires und Wellness-Giveaways** nicht nur zum Wohlbefinden beitragen, sondern auch Mehrwert schaffen und die Markenbindung stärken.



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

Design trifft Nachhaltigkeit

Das Velvet Toiletry Accessory Case von BagBage ist aus 100 % recyceltem Polyester gefertigt – mit goldglänzendem Reißverschluss und vielfältigen Veredelungsmöglichkeiten. Ob für die Beautybranche oder als Event-Give-away – die Tasche kombiniert Stil, Funktion und Markenwirkung.

Selbstliebe to go

Das Kartenset von Edition Michael Fischer enthält 64 inspirierende Impulse für mehr Achtsamkeit im Alltag. Affirmationen, Übungen und kleine Rituale stärken das Selbstbild – eine liebevolle Werbeidee mit Tiefgang. Die Box lässt sich individuell gestalten und mit Markenlogo versehen. Persönlich, positiv, präsent.



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

Samtweiche Designs.

Design trifft Nachhaltigkeit:
Der samtweiche Porzellanbecher vereint stilvollen Genuss mit individueller Personalisierung – einzigartig in Form und Funktion.



100 %
Made in
Germany

www.kahlaporzellan.com

– Anzeige –



PSI 40940
IGRO Import- und Großhandels GmbH
Tel +49 6432 91420 • sales@igro.com
www.igro.com

Werbeposchafter im Spa

Transparente Markenbotschaft: Die SPA-Tasche von IGRO ist der perfekte Werbeposchafter für Hotels und Wellnessbereiche. Praktisch für Handtücher und Pflegeprodukte, bietet sie Platz für individuelle Logodrucke. Ab 1.000 Stück erhältlich, steigert sie Komfort, Markenpräsenz und Kundenbindung – ein Must-have für anspruchsvolle Spa-Erlebnisse.

Wellness-Oase für Zuhause

Ein Gerät, das mehr kann: Die Innovation von Kingstar kombiniert Weißrauschgenerator, Nachtlcht und Bluetooth-Lautsprecher in einem kompakten Design. Es fördert besseren Babyschlaf, unterstützt Eltern beim nächtlichen Stillen und schafft dank sanfter Beleuchtung sowie hochwertigem Klang eine entspannte Atmosphäre im Wohn- oder Arbeitsbereich. Ob zum Relaxen, Einschlafen oder zur Musikbeschallung – das All-in-One-Produkt ist intuitiv bedienbar, familienfreundlich und sorgt für Wohlbefinden jederzeit und überall.



PSI 60471 • Kingstar Technologie GmbH
Tel +49 1746508251 • sales@ikingstar.de
www.ikingstar.com

Für Pflege mit Prinzip

Wasserfreie Kosmetik in Kartonhülle: Die veganen Pflegeprodukte von KHK – ob Sonnenpflege, Deo oder Bodybutter – kommen ohne Wasser und Plastik aus. In FSC-zertifizierten Push-up-Sticks verpackt, bieten sie nachhaltige Pflege „Made in Germany“. Schon ab 300 Stück individuell veredelbar, sind die umweltfreundlichen Kosmetiksticks ein starkes Statement für grüne Marken.



PSI 46131 • KHK GmbH
Tel +49 2233 717710 • sales@lipcare.de
www.lipcare-werbemittel.de



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



Ruhe für Augen und Herz

Der Kalender „Meeresstille 2026“ von Ackermann entführt Monat für Monat in minimalistische Küstenlandschaften der Nord- und Ostsee. Die Fotografien strahlen eine tief empfundene Ruhe aus und vermitteln maritimes Innenhalten – ideal für eine stilvolle Alltagsauszeit. Gedruckt auf FSC®-zertifiziertem Papier und klimaneutral produziert, eignet sich der Kalender bereits ab 50 Stück als hochwertiger Werbeträger mit nachhaltiger Botschaft.

Wellness to go

Gesunder Genuss in Kugelform: Die Energy Balls von Der Zuckerbäcker kommen ganz ohne Zuckerzusatz aus und setzen auf pflanzliche Power. In Sorten wie Superfood oder Kirsch Banane sind sie der ideale Snack für zwischendurch. Mit personalisiertem Kartonheader werden sie zum sympathischen Werbeträger für alle, die Schönheit und Energie auch von innen denken.



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



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



Stil trifft Nachhaltigkeit

Die Kosmetiktasche CreaBeauty XL von ANDA Present ist aus recyceltem PET gefertigt und vollflächig mit Sublimationsdruck personalisierbar. Teil der „GO GREEN“-Kollektion, ist sie ideal für Unternehmen, die Umweltbewusstsein und Design vereinen wollen. Perfekt für die Beautybranche, Hotels oder Wellnessaktionen – ein grünes Statement mit großer Werbewirkung.



PSI 45974 • Multiflower GmbH
Tel +49 6226 9279811
m.vargel@multiflower.de
www.multiflower.de

Duftende Auszeit im Wasser

Mit dem Badetee Wohlfühlmomente von Multiflower wird jedes Bad zur kleinen Wellnesskur. Der Kräutertee entfaltet seine Wirkung direkt im Wasser – entspannend und aromatisch. Die Werbekarte lässt sich ab 250 Stück individuell gestalten und schafft Raum für kreative Markenbotschaften mit Wohlfühlfaktor.

Bunte Ordnung für unterwegs

Mit den nachfüllbaren Silikon-Travel-Sets von Kingstar reisen Pflegeprodukte sicher und stilvoll mit. Das vierteilige Set überzeugt durch weiche, auslaufsichere und leicht zu reinigende Behälter, die sich für Cremes, Gels und Balms eignen. Kompakt, TSA-tauglich und in auffälligen Farben, sind sie im Koffer oder der Sporttasche sofort griffbereit. Die wiederverwendbaren Döschen mit dichten weißen Deckeln halten Kosmetikprodukte frisch und machen Pflege unterwegs zum Kinderspiel.

PSI 60471 • Kingstar Technologie GmbH
Tel +49 1746508251 • sales@ikingstar.de
www.ikingstar.com



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

Zuverlässiger Strandbegleiter

Sommer, Sonne, Schutz – die Feuchtsachentasche „Floaty“ von Bühning ist der praktische Begleiter für Strand, Pool oder Fitnessstudio. Mit Gleitverschluss und Sichtfenster aus PVC mit Recyclinganteil schützt sie zuverlässig trockene Inhalte vor Nässe. Made in Germany, individuell gestaltbar und in verschiedenen Farben und Formaten erhältlich, verbindet „Floaty“ Funktion mit verantwortungsbewusster Produktion.

Abtauchen vom Alltag

Eine Auszeit vom Alltag gelingt mit der Mikrofaser-Augenmaske von exact. Der angenehm leichte Werbeartikel sorgt für wohltuende Dunkelheit auf Reisen oder im Wellnessbereich. Dank weichem Material ideal für Flug, Hotel und Spa. Die ca. 19,5 × 8,5 cm große Fläche bietet Platz für vollflächige Fotodrucke und kreative Markenbotschaften – analog, aber wirkungsvoll.

PSI 44457
Exact Internationale Werbemittel GmbH
Tel +49 6126 951175 • service@e-xact.de
www.e-xact.de



Für alle Arten von Kartenspielen

Schnell, flexibel und attraktive Preise

Made in Holland


SCHNEIDERS

Ihr Produzent mit Liebe
für Spielkarten

Chroomstraat 15 Den Haag Niederlande  de.schneiders.nl

 sales@schneiders.nl  05554-9890790  0179-2138510

Ihr Ansprechpartner für Deutschland: Karsten Wohlfeil

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

Duftende Öle zur Erinnerung

Die INVAME Duftdiffusoren vereinen dezente Eleganz mit intensiven Aromen. Ideal für Spas, Salons oder Hotels, verbreiten sie Wohlfühl-ambiente und visuelle Markenstärke. Gefüllt mit natürlichen Ölen, individuell gestaltbar in Form, Flasche und Aufdruck, werden sie zu duftenden Erinnerungen und ästhetischen Werbeträgern. Duft trifft Design – wirkungsvoll und stilvoll.



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



Kulturtasche mit Köpfchen

Ob auf Geschäftsreise oder im Urlaub – mit der BLACK WASHBAG 2 von TROIKA bleiben Pflegeprodukte sauber verstaut und griffbereit. Die geräumige Kulturtasche aus widerstandsfähigem Tarpaulin punktet mit einem cleveren Öffnungssystem aus Doppelreißverschluss und Magnetverschluss. Zwei Meshfächer, drei Elastikbänder und eine Fronttasche sorgen für optimale Organisation. Wasserdicht nach IPX4, mit praktischer Handschlaufe – ein stylischer Begleiter für alle, die unterwegs nicht auf Komfort verzichten wollen.



Haarreifen mit Stil und Funktion

Die exklusiven Haarreifen von Tie Solution sind mehr als Accessoires: Sie vereinen Komfort, Funktion und modischen Anspruch. Ob bei der Gesichtspflege, im Spa oder beim Make-up – verschiedene Materialien wie Satin, Mikrofaser oder Baumwolle sorgen für individuelle Looks. Veredelungen mit Markenlogo oder Applikationen machen Haarreifen zu starken Markenbotschaftern im Beauty- und Wellness-Segment und setzen Unternehmen stilvoll in Szene.

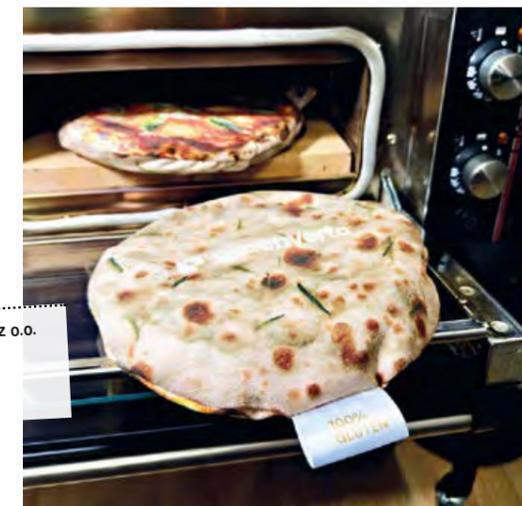
PSI 49646 • Tie Solution GmbH
Tel +49 64419820848
sales@tiesolution.com
www.tiesolution.org



Wärme mit Botschaft

Das „Therapy Pillow Premium“ von Greenverta ist mehr als ein Wärmekissen. Mit fünf natürlichen Füllungen – von Kirschkernen bis Senfkörnern – bietet es Entspannung pur. Der Bezug ist waschbar, die Hülle vollflächig sublimierbar mit fotorealistischen Designs. Ideal für Spas, Hotels und Brands mit Wohlgefühlcharakter.

PSI 60161 • Greenverta by Media Sp. z o.o.
Tel 48 571 550810
contact@greenverta.com
www.greenverta.com



Zum stilvollen Entspannen

Das Teelichthalter-Set Waves von Römer Lifestyle bringt mit seiner goldfarbenen Innenauskleidung stimmungsvolles Licht in jedes Zuhause. In seidenmatt lackierter Metallschale und harmonischem Design sind die Teelichthalter ein eleganter Werbeträger – individuell gravierbar ab 60 Stück. Ideal für ruhige Momente mit Markenbotschaft.

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



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



„Time to Relax“

Das Set „Time to Relax“ von Römer Präsente kombiniert Handtuch, Massagebürste mit Silikonknoten und Gua Sha Stein aus Obsidian – für wohltuende Me-Time. Verpackt in einer stilvollen Box und individuell veredelbar, bietet das Set ideale Voraussetzungen für eine markenstarke Auszeit. Wellness, die unter die Haut geht.



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

Durchdachte Seifengarage

Klein, quadratisch, durchdacht: Die Seifendose aus Aluminium vom Dosespezialisten ist ein funktionales Designstück für unterwegs oder zu Hause. Dank integriertem Abtropfgitter bleibt die Seife trocken – hygienisch und langlebig. Der Deckel lässt sich durch Gravur, Druck oder Prägung individuell veredeln und wird so zur edlen Werbefläche. Die robuste Dose aus rostfreiem Material eignet sich perfekt für nachhaltige Markenbotschaften mit Stil. Ein kleines Produkt mit großer Wirkung.

Malen für innere Ruhe

Ausmalen, entspannen, abschalten – das Achtsamkeits-Malbuch von EMF Verlag bietet detailreiche Motive, die Kreativität fördern und für innere Ruhe sorgen. Ob Blätter, Tiere oder abstrakte Formen: Das Buch wird individuell anpassbar – vom Cover bis zum Inhalt – und eignet sich hervorragend als inspirierendes Werbegeschenk mit persönlicher Note.

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



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



Genuss mit Verantwortung

Weniger Zucker, mehr Botschaft: Die Smart Bärchen von Kalfany Süße Werbung setzen auf 30 % weniger Zucker, Ballaststoffe und vegane Rezeptur – perfekt für ernährungsbewusste Zielgruppen. Im 10g-Werbetütchen mit individuell gestaltbarem Design verbinden sie Genuss mit Verantwortung. Smart naschen, clever werben.

Schönheit beginnt im Glas

Das natriumarme Mineralwasser von Römer Drinks stammt aus dem Nationalpark Hunsrück-Hochwald und unterstützt Haut und Stoffwechsel auf natürliche Weise. Ab 264 Stück individuell etikettierbar – ob als Messe-Highlight oder Markenbotschafter für Wellness. Ein reiner Schluck Werbewirkung.

PSI 50967
Römer Drinks by Römer Wein und Sekt GmbH
Tel +49 6541 81290
info@roemer-drinks.de
www.roemer-drinks.de



/ YOUR /
UMBRELLA



ONLY
200g

FARE® FILIGRAIN ONLY200

NEU Art. 5462

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

www.fare.de/de/news



PSI 46596 • POLYCLEAN International GmbH
Tel +49 2561 86558300
psi@polyclean.com
www.polyclean.com



Funktion trifft auf Design

Das ActiveTowel® Sports von POLYCLEAN ist das ideale Accessoire für Sport, Wellness oder unterwegs. Aus hochwertiger P-9000® Microfaser gefertigt, lässt es sich vollflächig und fotorealistisch bedrucken. In der personalisierbaren Faltschachtel wird es zum funktionalen Werbegeschenk mit Stil – individuell, sportlich, „Made in Germany“.

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



Bartpflege mit Struktur und Glanz

Die Bartbürste „Fescher Flokati“ von Frank Bürsten bringt Struktur und Glanz in jedes Männergesicht. Mit Naturborsten und ergonomischem Griff ist sie ideal für die tägliche Pflegeroutine. Gefertigt aus heimischem Holz und produziert im Schwarzwald, vereint sie Handwerk, Nachhaltigkeit und Stil. Mit personalisierbarem Branding wird sie zum markanten Pflegeutensil für Marken mit Anspruch.

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



Buddhistischer Ruhe

Mit dem Titel „Wege in die Achtsamkeit“ kommt ein Kalender ins Haus, der mehr als Termine bietet: 52 Wochen lang inspirieren stimmungsvolle Fotos, Zitate und Übungen zur inneren Balance. Der Wochenplaner aus dem Athesia Kalenderverlag bringt buddhistische Gelassenheit in den Alltag – und Ihre Marke 365 Tage im Jahr ins Blickfeld.

PSI 60663 • Hugo Frosch GmbH
Tel +49 8282 827560
juergen.kramer@hugo-frosch.de
www.hugo-frosch.de



Wärmflaschen mit Wohlfühlfaktor

Hugo Frosch verbindet Qualität, Sicherheit und sympathisches Design: Die langlebigen Wärmflaschen „Made in Germany“ sind praktische Werbeträger und stiften emotionale Nähe. Durch die hochwertige Verarbeitung und individuelle Gestaltung – etwa mit Firmenlogo auf dem Bezug – bleiben Marken angenehm im Gedächtnis. Besonders beliebt: Die Mini-Wärmflaschen „To go“ in leuchtenden Pantone-Farben.

Badespaß mal drei

Drei Aromen, ein Ziel: Entspannung. Das Wellness-Triple von Multiflower vereint Badesalze mit Orange, Granatapfel und Totes Meer in einer kompakten Verpackung. Schon ab 250 Stück mit eigenem Design erhältlich, wird das Set zum duftenden Werbegeschenk, das Körper und Sinne verwöhnt.

PSI 45974 • Multiflower GmbH
Tel +49 6226 9279811
m.vargel@multiflower.de
www.multiflower.de





PSI 47881 • HÄDICKE GmbH & Co. KG
Tel +49 2372 91920
info@haedicke-kerzen.de
www.haedickekerzen.de

Rainbow Kerze mit sieben Chakren

Die Rainbow-Kerze mit sieben unterschiedlichen Farben – sinnbildlich für die sieben Chakren des menschlichen Körpers – verströmt beim Abbrennen einen wohltuenden, dezenten Vanilleduft. Anstelle der sieben Chakren kann die Kerze bei größeren Mengen auch mit eigenen Motiven bedruckt werden. Alternativ lässt sich die Kerze mit einem kundenindividuellen Etikett personalisieren. Erhältlich in drei Größen.



Comeback für Scrunchies & Twillies

Scrunchies und Twillies erleben ihr Comeback: Die sanften Haargummis und schmalen Tücher sind funktionale Trend-Accessoires für Wellness, Yoga oder als stylisches Give-away. Hochwertige Materialien, Personalisierungen und attraktive Verpackungen bieten zahlreiche Branding-Möglichkeiten. Ob aus Seide, Baumwolle oder Recycling-Material – sie setzen nicht nur modische Akzente, sondern transportieren Markenbotschaften und ergänzen jede Kampagne.



PSI 49646 • Tie Solution GmbH
Tel +49 64419820848
sales@tiesolution.com
www.tiesolution.org

Aufwachen mit Gefühl

Der WT 350 von TechnoTrade verbindet klassische Weckfunktion mit moderner Vibrations-Technik. Ideal für einen sanften Start in den Tag, auch ohne akustische Reize. Mit zwei einstellbaren Alarmzeiten, Schlummerfunktion, beleuchteter Anzeige und Zusatzfunktionen wie Timer und Stoppuhr wird der Quarzwecker zum praktischen Alltagsbegleiter. Perfekt als Werbegeschenk – individuell veredelbar, funktional und stilvoll.



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

Beautysalon für unterwegs

Praktisch, kompakt und charmant – die Bürste „Borsti“ von Condedi vereint eine Haarbürste mit integriertem Spiegel im handlichen Format. Mit nur 75 mm Durchmesser passt sie in jede Tasche und ist ideal für ein gepflegtes Erscheinungsbild unterwegs. Ob in Pink, Blau oder Grün – Borsti überzeugt durch Funktionalität und frisches Design. Die Werbefläche von 30 × 30 mm bietet Raum für individuelle Botschaften.



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

Natürliche Pflege für Hand und Fuß

Mit 97 Prozent natürlichen Inhaltsstoffen pflegen die Produkte von Limebox Hände und Füße intensiv und sicher. Sheabutter, Olivenöl und Ylang-Ylang spenden Feuchtigkeit, während Keratin die Nägel stärkt. Die Kombination aus hochwertigen, natürlichen Komponenten sorgt für geschmeidige, gesunde Haut und ist die perfekte Wahl für alle, die auf Qualität, Wirksamkeit und Natürlichkeit setzen.



PSI 48956 • LimeBOX
Tel +48 296911163 • info@lime-box.com
www.lime-box.com

Werbeträger zum Reinkuscheln

Der Bademantel von Dyckhoff verbindet Wellness-Feeling mit Markenpräsenz. Mit weichem Schalkragen, funktionalen Taschen und angenehmem 380 g/m² Flächengewicht überzeugt er nach der Sauna, im Bad oder beim Hotelaufenthalt. In drei Größen und zwei Farben erhältlich, lässt er sich individuell besticken – für Unternehmen, die Entspannung zum Markenversprechen machen.



PSI 60874 • Dyckhoff GmbH
Tel +49 597140080 • sales@dyckhoff24.de
www.dyckhoff24.de

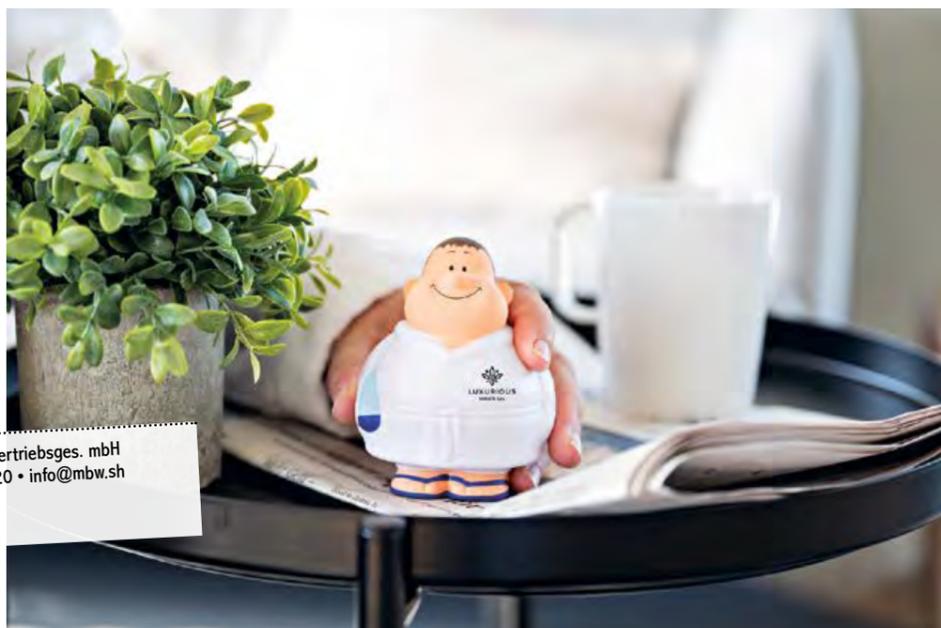


Stressabbau mit Charme

Wenn der Alltag drückt, hilft Bert! Die Anti-Stress-Figuren Herr Bert® und Berta von mbw® bringen Witz und Entspannung ins Spiel – ideal für die werbliche Ansprache mit Humor. Über 80 Designs – vom Superheld bis zum Arzt – treffen (fast) jeden Nerv. Bedruckt mit Logo oder Slogan bleiben sie im Gedächtnis und in der Hand – charmant, knautschbar, unvergesslich.



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



Wellness aus purer Natur

Wer an Wellness-Produkte denkt, sieht in erster Linie natürliche Materialien. Bei Boogie habt man dazu eine Kollektion aus 100 Prozent Wollfilz hergestellt. Ungereinigt, ungebleicht, einfach pur Natur. Alternativ kann auch rPET-Filz aus recycelten Plastikflaschen geordert werden. Beide Materialien sind umweltfreundlich und umweltverträglich. Verschiedene Stärken und Farben geben unendlich viele Möglichkeiten für den Einsatz, von der Tasche über kleine Accessoires bis hin zu Wellnessbereich-Produkten.



PSI 49348 • BOOGIE
Tel +48 668117733
boogie@boogie-design.pl
www.boogie-design.com

Natürlich entspannen

Drei Kugeln, ein Ziel: Wohlbefinden. Das Massagekugel-Set von Holz Frank aus europäischer Buche eignet sich perfekt für Triggerpunkte, Faszien oder einfach eine kleine Auszeit. Ohne Zusätze, biologisch abbaubar und handfreundlich im Design – ein Werbeatikel, der nachhaltige Markenbotschaften spürbar macht.

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



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



Alpenfrische für die Sinne

Das Raumparfum „Wohlfühler!“ von AlpenXund kombiniert edle Glasflasche, Buchenholzring und Aromastäbchen mit einem frischen Zirbenduft. Ob als Raum- oder Textilspray – das Dufterlebnis hält bis zu zehn Wochen und schafft Wohlfühlmomente mit Markenwirkung. Verpackt in eleganter Geschenkbox – ideal für Hotellerie und Spa.

Es war eine starke haptische Performance in der Welt digitalen Marketings: Unter dem Claim „The Center of Seven Senses“ präsentierten Unternehmen und Partner der Branche – darunter das PSI-Netzwerk – erstmals als Aussteller im Rahmen des Hamburger OMR-Festivals an der hippen Bar „The Hapticologist“, was gegenständliche Werbung als Markenbooster zu leisten vermag.

OMR-Festival: „The Center of Seven Senses“ begeistert

„The Hapticologist“ mit famosem Debut

Branche



Strategisch günstig gelegen war der Stand „The Hapticologist“ ein dauerhafter Publikumsmagnet.

Rund 67.000 Besuchende, 1.000 Ausstellende und Partner, über 800 Referent*innen. Das ist die Bilanz des jüngsten OMR Festivals 2025, eines der größten Events der Online-Marketing und Digitalbranche Europas. Im Fokus am 6. und 7. Mai standen vor allem die Themen Künstliche Intelligenz, Marketing, Politik und Sport. Und als Novum: Werbeartikel. In Halle A4, wo sich die Stände großer Brands tummeln, waren erstmals auch 13

namhafte Repräsentanten der Werbeartikelbranche – unterstützt durch die Medienpartner PSI und WA Media – vertreten, die sich unter dem Claim „The Center of Seven Senses“ auf einem in diesem Ambiente außergewöhnlichen Stand, der Bar „The Hapticologist“ präsentierten, um dem vorwiegend jüngeren, eher digital affinem Publikum die vielfältigen Facetten haptischer Werbung wortwörtlich spürbar näher zu bringen. Das Konzept hat bewiesen, dass berührbare Marken in der digitalen Welt wirken.



Schauplatz des ersten Auftritts der Werbeartikelbranche auf dem OMR Festival war die Halle A4 – in unmittelbarer Nachbarschaft von großen, internationalen Brands.



Zum Werbeartikelmix gab's ständig frisch gemixte Cocktails. Die Bartender hatten zwei Tage lang alle Hände voll zu tun.



Stets für fetzige Grooves und professionelle Beats sorgten die Resident DJs von „The Hapticologist“.

Steven Baumgaertner, Mitinitiator von „The Hapticologist“



„OMR 2025 war ein Meilenstein – überraschend stark, emotional mitreißend und strategisch punktgenau. Mit einem leidenschaftlich durchdachten Konzept, einem außergewöhnlichen Teamspirit und der klaren Botschaft, dass haptische Werbung in der digitalen Welt mehr denn je wirkt, haben wir ein kraftvolles Zeichen gesetzt. Unser Konzept hat bewiesen, dass echte Begegnungen, berührbare Marken und multisensorische Kommunikation in der digitalen Welt den Unterschied machen. Zwei

Tage, die gezeigt haben, was möglich ist, wenn eine Branche gemeinsam auftritt. Jetzt heißt es: Momentum nutzen, weiterdenken, größer denken – wir sind noch lange nicht am Ziel.“

Rege Austausch zwischen den Werbewelten

Es war in der Tat ein außergewöhnliches wie eindrucksvolles Debut, das „The Hapticologist“ hier hinlegte. Wie eine Insel haptischer Werbung im wogenden Meer digitalen Marketings war diese Branchenbar ein wahrer Anziehungspunkt für zahlreiche, ansonsten online-affine Marketingprofis, Marketteers und solche, die es einmal werden wollen. Hier war unmittelbar erlebbar, dass digitale und gegenständliche Werbung keine Gegensätze darstellen, sondern dass diese jene nicht nur ergänzen, sondern auch maßgeblich verstärken kann. Der rege Austausch zwischen den Werbewelten wurde ergänzt durch exklusive Signature Cocktails an der Bar und groovige Beats der beiden Resident DJs. „The Center of Seven Senses“ war in positiven grünen Farbtönen gestaltet. Seitlich angebrachte Vitrinen zeigten verschiedene Beispiele aufs Konzept des Festivals und der Bar abgestimmte Produkte – ein kleines Spektrum aus dem schier unendlichen Reservoir einer kreativen Branche, die dem Marketing-Mix jeglicher Brands enorme Schubkraft zu verleihen mag.

More Sense for Stronger Brands“

Dies war auch die Essenz der flankierenden exklusiven Masterclass „More Sense for Stronger Brands“ des Experten für multisensorische Werbung, Olaf G. Hartmann, in der es spannende wie aufschlussreiche Einblicke in die Zukunft der Markenkommunikation gab. Hartmann demonstrierte, unterstützt mit neusten validen Ergeb- ➤



Auf großes Interesse stieß die „Guided Tour“ von Steven Baumgaertner unter dem Motto „Merch that works“.



Integriert in den Messestand „The Center of Seven Senses“ waren attraktive Vitrinen, welche die Vielfalt haptischer Merch-Beschleuniger zeigten.



Beschlossen die Masterclass mit Best-Practice-Beispielen (v.l.): Olaf G. Hartmann, Sören Zinner, Steven Baumgaertner und Ulrich Klenke.



Kommunikator und Botschafter multisensorischer Werbung: Olaf G. Hartmann bei seiner Masterclass zum Thema „More Sense for Stronger Brands“.



Haptisches Highlight in der Welt digitalen Marketings: Das offizielle und heiß begehrte OMR-Festivalentchen.

www.thehap.bar

» nissen aus der Wirkungsforschung, wie Marken nicht nur beeindrucken, sondern auch berühren können. cyber-Wear Geschäftsführer und Mit-Initiator von „The Hapticologist“ Steven Baumgaertner begrüßte das Auditorium der ausgebuchten Masterclass und moderierte im Anschluss an das Referat und moderierte anschließend das Gespräch mit den Special Guests Ulrich Klenke (CMO Deutsche Telekom) und Sören Zinner (Leiter Global Sponsoring & Merchandise), die aus ihren Unternehmen best Practices-Beispiele und praxiserprobte Modelle vorstellten. – Am Abend des ersten Messetages wurde die Bar „The Hapticologist“ dann zum Magnet einer ausgelassenen Standparty, die bis in die späten Abendstunden anregendes Networking, leckere Drinks, Fingerfood und letztlich jede Menge Spaß zu bieten hatte.

Merchandisingtour mit Impact

Ein weiterer, die starke haptischen Performance verstärkender Programmpunkt war eine „Guided Tour“ am zweiten Messetag, die unter dem Motto „Merch that works“ stand und großen Zuspruch fand. Steven Baumgärtner als Tourführer leitete die große Gruppe zu vier unterschiedlichen Ständen, um dort die kreativsten, nachhaltigsten und innovativsten Merch-Produkte der OMR vorzustellen. Zum Abschluss gab's Drinks und exklusive Goodies in „The Center of Seven Senses“.

Starker Auftritt mit Lust auf mehr

Das Team von „The Hapticologist“ – bestehend aus der geballten Unternehmenskompetenz von cyber-Wear, Global Brand Concepts, Halfar System, Kalfany Süße Werbung, Karl Knauer, Kolibri, Mahlwerck Porzellan, mbw, Prodir, Toppoint und uma – lieferte an beiden Tagen eine starke und wahrlich multisensorische Performance vor und hinter der Bar. Zudem hatte man eine VIP-Box in limitierter Auflage mit Produkten der Protagonisten zusammengestellt, die über den Webauftritt www.thehap.bar verlost wurde. Der famose Auftritt der Werbeartikelbranche geriet so zu einem haptischen Highlight im darum herum wogenden Trubel der Welt digitalen Marketings, der Lust auf weitere Events dieser Art und auf ein Wiedersehen – oder besser: -spüren – vielleicht schon beim nächsten OMR-Festival macht. <

Teilnehmende Unternehmen

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

Medienpartner/Media Partner

PSI Journal • WA Media

Präsenz mit drittem Standort gestärkt

Die Kaiser Promotion AG übernimmt die simcla AG in Basel mit Wirkung vom 1. April 2025. Mit diesem strategischen Schritt stärkt das Unternehmen seine Marktposition und erweitert seine Präsenz um einen dritten Standort neben St. Gallen (Hauptsitz) und Affoltern am Albis.

Die Kaiser Promotion AG und die simcla AG sind etablierte Schweizer Werbemittelhändler, die seit vielen Jahren innovative Lösungen im Bereich der individuellen Beratung für haptische Werbung anbieten. Durch die Integration vereinen sich zwei Unternehmen, die auf gemeinsame Werte wie Kundennähe, Kreativität und höchste Qualitätsansprüche setzen. Gemeinsam verfügen sie über mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Branche. Kaiser Promotion profitiert von der kreativen Expertise der simcla AG, während simcla durch die Integration Zugang zu den renommierten Zertifizierungen von Kaiser Promotion erhält, darunter Ecovadis (Gold) und Swissmedic. Dies ermöglicht es, Kunden noch umfassender und nachhaltiger zu betreuen, so eine Mitteilung aus dem Unternehmen. „Die Integration der simcla AG in unser Unternehmen ist ein bedeutender Schritt für uns“, sagt Peter Kaiser, Geschäftsführer der Kaiser Promotion AG. „Basel ist ein wichtiger Wirtschaftsstandort, und wir freuen uns darauf, mit unserem erweiterten Team noch näher an unseren Kunden zu sein und neue kreative Maßstäbe zu setzen.“

Die bestehenden Kunden der simcla AG profitieren weiterhin von den bewährten Dienstleistungen und erhalten zusätzlich Zugang zum erweiterten Leistungsportfolio der Kaiser Promotion AG. Die Mitarbeitenden der simcla AG sind übernommen worden, um Kontinuität und Expertise sicherzustellen. „Mit dem neuen Standort in Basel setzt die Kaiser Promotion AG ihren Wachstumskurs konsequent fort und unterstreicht ihre Position als eines der führenden Unternehmen im Bereich Werbemittelhandel in der Schweiz“, resümiert Peter Kaiser.

www.kaiserpromo.ch

EIDEX jetzt noch nachhaltiger

Die EIDEX GmbH, Werbemittel-Fullservice-Dienstleister mit Sitz in Baierbrunn, intensiviert ihr Engagement in Sachen Nachhaltigkeit: „Tagtäglich legen wir als umweltzertifiziertes Unternehmen den Fokus auf den Verkauf von nachhaltigen Werbemitteln an unsere Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen. Auch bei EIDEX intern darf eine echt nachhaltige Struktur nicht fehlen. Deshalb rüsten wir auf“, so Geschäftsführer Thomas Gottschall. Die bestehende, 800 m² große PV-Anlage auf dem Dach des EIDEX-Firmengebäudes versorgt bereits über 20 Haushalte in Baierbrunn mit grünem Strom. Zusätzlich wurden nun weitere 50 m² Carport-Dachfläche mit PV-Modulen ausgestattet. Die neuen, hochwertigen Elemente stammen von REC – „seit vielen Jahren ein zufriedener EIDEX-Fullservice-Kunde“. So produziert EIDEX nun seit Februar 2025 bei Sonnenschein untertags während der Hauptarbeitsstunden fast die Hälfte des Stroms für die Zentrale in Baierbrunn inkl. Lager 1 über die neue Solaranlage auf dem Carport. Zudem können die vier Firmen-E-Fahrzeuge mit selbsterzeugtem Strom an neu installierten Wallboxen auf dem Firmengelände aufgeladen werden. „Seit dem Einsatz der Solarmodule Anfang März haben wir bereits mehr als 1.000 kWh Strom produziert und dadurch fast 400 kg CO₂ vermieden“, freut sich Thomas Gottschall.

www.eidex.de



Kaiser Promotion

Sarah Beringer, Inhaberin der simcla AG und neue Leiterin der Filiale in Basel, und Peter Kaiser, Geschäftsführer Kaiser Promotion.



EIDEX

Bild: Eidex GmbH

Kolibri spendet Wärme

Kuschelige Decken, warme Lichter und heißer Tee – für viele von uns kehrt mit jedem Winter und kalten Temperaturen Gemütlichkeit in die Wohnungen ein. Doch was ist mit den Menschen, die gar keine Wohnung haben? Die Unterstützung dieser Menschen, die in den kalten Winternächten im Freien übernachten, ist Konrad und Marion Godec vom österreichischen Werbemittelspezialisten Kolibri ein besonderes Anliegen. „Uns fehlt es an nichts – wir haben eine wunderbare Familie, ein warmes Zuhause, unser Unternehmen läuft gut – aber was ist mit unseren Landsleuten, die auf der Straße leben und für die sich niemand verantwortlich fühlt?“

Daher haben sie sich entschlossen, Wärme zu spenden: Anfang Februar übergaben Marion und Konrad Godec dem Wiener Beratungs- und Tageszentrum „das Stern“ des Roten Kreuzes 200 Schlafsäcke, die bis -20° C geeignet sind, und 200 wasserdichte Isomatten, um das Leid ein wenig abzufedern. „Wir hätten den entsprechenden Betrag auch spenden können, aber das schützt nicht vor Kälte. Deshalb war es uns so wichtig, jene Dinge bereitzustellen, die am effektivsten schützen: eben Schlafsäcke und wasserdichte Isomatten“, sagt Kolibri Geschäftsführer Konrad Godec und ergänzt: „Bei dieser

sehr emotionalen Begegnung mit den Obdachlosen, haben wir festgestellt, dass es an vielen essenziellen Dingen, wie Kleidung, Schuhe, Geschirr, Frottiertücher, etc. fehlt. Durch unser Beispiel haben uns einige unserer Lieferanten – Cotton Classics, Kontur, Nestler Matho, SND, Hepla und Spranz – dankenswerterweise mit genau diesen Sachen großzügig unterstützt. Dadurch wird das harte Leben dieser Menschen etwas leichter und wir werden diese Aktion auch im kommenden Winter wiederholen.“

„das Stern“ Das Stern ist ein Beratungszentrum für Ob-



Kolibri Handelsgesellschaft

Marion und Konrad Godec (2. v.l. und r.) bei der Übergabe der Schlafsäcke an die Tagesstätte „das Stern“. Fotocredit: WRK/H. Kellner

dach- und Wohnungslose am und rund um den Praterstern, das tagsüber Aufenthaltsmöglichkeiten für wohnungslose Personen bietet. Die betroffenen Personen werden beraten und betreut, bekommen Kaffee und Tee, haben die Möglichkeit, selbst zu kochen, zu duschen und ihre Wäsche zu waschen. Das Team kümmert sich in dieser Zeit um die Bedürfnisse der wohnungslosen Menschen und unterstützt sie bei ihren vielfältigen individuellen Problemlagen. Ein weiteres Angebot ist die medizinische Versorgung, diese besteht aus einer ärztlichen und einer psychiatrischen Sprechstunde. Spätestens um 18 Uhr müssen sie die Einrichtung verlassen und sich für die Nacht einen Schlafplatz suchen.

www.kolibri.eu

Neue exklusive Kooperation auf B2B-Ebene

Das niederländische Unternehmen Valenta International B.V., bekannt für seine hochwertigen Accessoires und innovativen Produktlinien, überträgt den Vertrieb seines B2B-Kanals ab sofort offiziell an Premium Square Europe, international agierender Spezialist für nachhaltige und kreative Werbearbeit mit Sitz in Moordrecht/Niederlande. Wie es in einer Mitteilung lautet, „bündeln beide Parteien durch diese strategische Partnerschaft ihre Kräfte, um das weitere Wachstum und die Professionalisierung auf dem Markt für Werbearbeit voranzutreiben“. Premium Square Europe wird nun für den Verkauf, die Logistik und den Kundenservice der Werbeprodukte von Valenta verantwortlich sein. „Dank dieser Zusammenarbeit können Kunden ein breiteres Sortiment, eine schnellere Lieferung und einen optimalen Service erwarten“, so Arthur Strijbos, CEO von Premium Square Europe.

„Wir waren auf der Suche nach einem Partner, der nicht nur im Vertrieb herausragend ist, sondern auch unsere Vision von Qualität und Design teilt“, sagt Sander Vos, Inhaber von Valenta. „Premium Square Europe ist der ideale Partner, um unseren Vertrieb im B2B-Kanal zu steigern.“ Der Übergang ist bereits im Gange, und alle aktuellen und zukünftigen Bestellungen werden ab sofort von Premium Square Europe bearbeitet. Mehr Informationen unter:

www.valenta.com • www.premium-square.com

**PREMIUM
SQUARE**

VALENTA

Neues Hauptquartier für die Tool Rebels

Mit einem neuen Gebäudekomplex auf dem Betriebsgelände Wuppertal-Cronenberg hat der international tätige Werkzeughersteller Wera Werkzeuge GmbH die Voraussetzungen für mehr Wachstum geschaffen. So ungewöhnlich die Produktinnovationen sind, mit denen die in der Branche als „Tool Rebels“ bekannten Wuppertaler immer wieder Handwerk, Handel, Industrie und auch die Werbeartikelbranche begeistern, so außergewöhnlich ist auch die Architektur des neuen Hauptquartiers.

Inspiriert wurde die Fassade von dem für Wera typischen Kraftform-Schraubendreher: Als geschwungene Welle lehnt sich die Gebäudearchitektur an das Design des Kraftform-Griffes an. Die ungewöhnliche Fassade ist dabei nicht nur ein optischer Blickfang, sondern war auch eine besondere bauliche Herausforderung. „Jedes Scheibenelement ist individuell gebogen und somit ein Unikat“, erklärt Jens Friedrich, Leiter Industrial Engineering & Facility Management bei Wera.

Die gläserne Wera-Welle vereint heute alte und neue Gebäudeteile zu einem modernen Verwaltungsstandort, der auf weiteres Wachstum des Werkzeugherstellers ausgerichtet ist und genügend Raum für neue Entwicklungen bietet. Denn die Tool Rebels wollen nach eigenen Angaben auch künftig ihrem Namen alle Ehre machen, indem sie ständig Altbewährtes in Frage stellen und nach neuen Lösungen suchen.

www.wera.de



Aus der Vogelperspektive besonders gut zu erkennen: das dem Kraftform-Griff nachempfundene geschwungene Gebäude. Foto: ISOLAR

Neuer Standort – neue Kräfte – weiteres Wachstum

Die terminic GmbH, namhafter Kalenderhersteller aus Bremen, treibt ihr Wachstum weiter voran und hat im März einen neuen Verkaufstandort in Wesel, Nordrhein-Westfalen, eröffnet. Mit diesem strategischen Schritt baut das Unternehmen seine Vertriebsstruktur aus und reagiert auf die steigende Nachfrage nach hochwertigen Werbekalendern.

Bereits in den vergangenen Monaten konnte terminic mit Jenny Schroeder und Jannik Frank zwei neue Ansprechpartner für den Vertriebsdienst am Produktionsstandort Bremen gewinnen. Nun stehen mit Thomas Marott und Christiane Graefen auch für den neuen



Jenny Schroeder (oben links) und Jannik Frank (oben rechts) verstärken das Vertriebsteam in Bremen, Christiane Graefen (unten links) und Thomas Marott (unten rechts) betreuen in Zukunft die Kunden am neuen Vertriebsstandort in Wesel. Bild: terminic GmbH

Standort in Wesel zwei erfahrene Ansprechpartner für die terminic-Kunden zur Verfügung. Die beiden bringen weitreichende Erfahrungen aus der Kalenderbranche mit. Zuvor waren sie bei der Kalenderliebe GmbH tätig. Standortleiter Thomas Marott, der seit vielen Jahren in der Branche arbeitet, freut sich über die Möglichkeiten, die der neue Standort bietet: „Die erste Zeit bei terminic war sehr positiv. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit einem motivierten Team und darauf, unsere Kunden mit hochwertigen Kalendern zu begeistern“, so Thomas Marott.

Mit dem neuen Büro in Wesel und der Erweiterung des Vertriebsteams um insgesamt vier Personen untermauert terminic seine Ambitionen, weiter zu expandieren. Neben der Ausweitung des Verkaufsgebiets ist die Eröffnung des Verkaufsbüros West auch eine wichtige Maßnahme, um den Anspruch einer persönlichen und individuellen Kundenbetreuung zu stärken. „Unsere neuen Kollegen passen sowohl menschlich als auch fachlich perfekt in unser Team. Mit der Verstärkung unseres Vertriebsteams setzen wir unser Versprechen fort, unseren Kunden stets einen persönlichen Rundumservice zu bieten. Ich freue mich sehr auf die gemeinsame Zusammenarbeit“, so Huschke Rolla du Rosey, Geschäftsführer der terminic GmbH, mit Blick auf die weitere Entwicklung des Unternehmens. www.terminic.eu

Generationswechsel bei KP Plattner

Die KP Plattner GmbH, ein renommiertes Familienunternehmen mit über 50 Jahren Erfahrung im Großhandel für Raucherbedarf und Werbefeuerverzeuge mit Sitz in Innsbruck/Österreich, vollzieht einen Generationenwechsel. Nachdem Markus Plattner zum 31. Januar 2025 in den Ruhestand gewechselt ist, übernimmt Philipp Plattner als alleiniger Geschäftsführer das Unternehmen. Damit setzt er die Familientradition fort und führt das Unternehmen mit einem klaren Fokus auf Innovation und Modernisierung.

Das Unternehmen wurde 1972 von Kaspar Plattner gegründet, der es mit viel Engagement und Weitblick aufbaute. Nach seinem Sohn Markus trat schließlich auch Philipp Plattner in das Familienunternehmen ein. Philipp Plattner, mit 32 Jahren bereits ein erfahrener Multi-Unternehmer, ist seit neun Jahren im Betrieb tätig und trägt seit sechs Jahren als Mitglied der Geschäftsführung Verantwortung für die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens.

„Ich freue mich darauf, das Unternehmen weiterzuentwickeln und mit innovativen Ansätzen in eine moderne Zukunft zu führen“, erklärt Philipp Plattner. Sein Fokus liegt auf der digitalen Transformation, der Optimierung interner Prozesse und dem Ausbau nachhaltiger Geschäftsmodelle. Zudem plant er, die Marktposition der KP Plattner GmbH durch neue Partnerschaften und innovative Produkte weiter zu stärken.

Wie Philipp Plattner weiter sagt, will er „mit einem starken Team und einer klaren Vision wird das Unternehmen in eine neue Ära führen“. Dabei bleibt er den Werten des Familienunternehmens treu, während er gleichzeitig auf moderne Technologien und nachhaltige Entwicklungen setzt. „Die KP Plattner GmbH steht damit für eine Kombination aus Tradition und Innovation, die auch in Zukunft den Erfolg des Unternehmens sichern wird“, so Philipp Plattner. kp-plattner.at

Philipp Plattner übernimmt die alleinige Führung des Familienunternehmens.

Der Firmensitz der KP Plattner GmbH in Innsbruck.

KP Plattner



uma ALUMA gewinnt German Design Award 2025

Was als Durstlöscher begann, wurde zu einem preisgekrönten Schreibgerät. Der uma ALUMA der uma Schreibgeräte Ullmann GmbH als weltweit erste Schreibgerät, das aus recycelten PET-Flaschen und Aluminium-Getränkedosen hergestellt wird, hat es geschafft und ist mit dem German Design Award 2025 prämiert worden. Auf den ersten Blick mag es nicht offensichtlich sein, dass diese Materialien, die zuvor Durstlöscher transportiert haben, nun ein Schreibgerät formen. Die Gewinnung und Verarbeitung des rPET-Materials aus 100 Prozent recycelten PET-

Flaschen sowie das rAL-Material aus 100 Prozent recycelten Aluminium-Getränkedosen findet in Europa statt. Die ClimatePartner-zertifizierte Produktion kombiniert kühle Eleganz mit farbigen Akzenten und bietet durch eine Lasergravur oder Werbedrucke vielseitige Möglichkeiten für Ihre CI-gerechte Kommunikation. Gepaart mit der Story, den zertifizierten Produktionsprozessen und dem ausweisbaren CO₂-Fußabdruck, geht uma damit einen weiteren Schritt in Richtung nachhaltiges, verantwortungsvolles Schreiben und Werben.

Mehr unter: www.uma-pen.com/aluma

Sustainable. Recycled². Innovative.



Der ausgezeichnete und nachhaltige uma ALUMA.



Freude über die erneute Auszeichnung (v.l.): Die uma-Geschäftsführer Jochen, Peter und Alexander Ullmann mit der Urkunde.

JUNG Verpackungen, Spezialist für hochwertig bedrucktes Seiden- und Geschenkpapier erweitert ihre Produktionskapazitäten mit einer neuen Digitaldrucklinie. Diese ergänzt die Flexo- und Siebdrucktechnik und eröffnet neue kreative Möglichkeiten für Marken- und Handelsverpackungen.

Neue Chancen mit Digitaldruck auf Seiden- und Geschenkpapier

Maßgeschneiderte Markenerlebnisse

Digitaldruck auf leichtem Seidenpapier galt lange als technisch nicht umsetzbar – bis jetzt. Der JUNG Verpackungen GmbH ist es gelungen, diese Hürde zu überwinden. „Die Präzision und Farbbrillanz, die wir auf diesem empfindlichen Material erzielen, hat selbst uns überrascht“, sagt Geschäftsführer Claus Jung. Möglich wurde dieser Durchbruch durch speziell konfigurierte Maschinen und fein abgestimmte Materialführung – eigens entwickelt, um den hohen Anforderungen von Luxusverpackungen gerecht zu werden.

Kleinauflagen jetzt realisierbar

Der größte Vorteil des Digitaldrucks liegt in seiner Flexibilität: Kleinauflagen können ohne Druckplatten mit geringen Mindestmengen realisiert werden. Für Marken bedeutet das: Personalisierte und saisonale Verpackungslösungen sind kostengünstiger und deutlich schneller umsetzbar – ideal für E-Commerce-Kampagnen oder limitierte Editionen im stationären Handel.

Seidenpapier als Markenbotschafter

„Gerade im Bereich hochwertiger Online-Verpackungen ist der Digitaldruck ein echter Game-Changer“, sagt Claus Jung und führt weiter aus: „Marken, die ihr Unboxing-Erlebnis aufwerten möchten, können jetzt individuelles Seidenpapier gestalten, das aktuelle Kampagnen, Kollektionen oder Zielgruppen widerspiegelt. Das Papier selbst wird zum Markenbotschafter und verstärkt die emotionale Wirkung beim Auspacken. Zudem erlaubt die Technologie eine agile Produktion saisonaler Kollektionen – etwa zu Valentinstag, Ostern oder Weihnachten – ganz ohne Vorlaufkosten für Druckplatten. So lassen sich Sondereditionen auch kurzfristig und mit geringem Bud-

get realisieren. Vom Design bis zum fertigen Produkt vergehen oft nur wenige Tage.“

Optisch wie haptisch neue Maßstäbe

Diese neue Schnelligkeit und Gestaltungsfreiheit ermöglichen es Luxusmarken und Premiumhändlern, sich noch klarer zu differenzieren und ihre Markenidentität auf völlig neue Weise erlebbar zu machen. Besonders innovativ ist die Kombination der drei Drucktechnologien unter einem Dach: Flexodruck für Flächigkeit, Siebdruck für Veredelung und Digitaldruck für Personalisierung. Diese einzigartige Ausstattung erlaubt Designlösungen, die optisch wie haptisch neue Maßstäbe setzen. Interessierte Marken sind eingeladen, sich selbst ein Bild zu machen: Originaldruckmuster können ab sofort angefordert werden.

Weitere Informationen finden sich auf der Webseite des Unternehmens unter:

tinyurl.com/bdffsr7w
tinyurl.com/ywevp8tu



Marken, die ihr Unboxing-Erlebnis aufwerten möchten, können jetzt individuelles Seidenpapier gestalten, das aktuelle Kampagnen, Kollektionen oder Zielgruppen widerspiegelt.

www.jung-design.de

Neue Firmierung bei Bühring

Vor zwei Jahren feierte der Spezialist für individuelle Sonderanfertigungen, Gabriele Bühring, das 75-jährige Bestehen. Nun gibt das Unternehmen mit Sitz in Trittau nahe Hamburg ein weiteres bedeutendes Ereignis bekannt: Gabriele Bühring tritt ab sofort unter dem Namen „Bühring Sonderanfertigungen GmbH“ auf. „Diese Umfirmierung reflektiert die kontinuierliche Anpassung an ein dynamisches Marktumfeld und das Bestreben, noch professionellere Strukturen zu schaffen, um dem Unternehmenswachstum gerecht zu werden“, so Gabriele Bühring, die das Unternehmen in zweiter Generation leitet.

Seit der Gründung im Jahr 1948 durch Adolf Bühring als exklusiver Lederwarenvertrieb in Hamburg hat sich das Unternehmen stetig weiterentwickelt. Heute ist die Bühring Sonderanfertigungen GmbH ein renommierter Anbieter von nachhaltigen Werbemitteln und individuellen Produkten zur Verkaufsförderung. Das Portfolio umfasst maßgeschneiderte Artikel aus Materialien wie Leder, Filz, Kork, Feinpappe und Kunststoff. Besonders hervorzuheben ist der Einsatz von innovativen und umweltfreundlichen Materialien wie pflanzenbasierten Lederimitaten, recyceltem PET-Filz und Kork. Ein besonderes Highlight ist das „gerettete Leder“, bei dem Verschnittreste der Automobil- und Polsterindustrie aufbereitet und zu Kleinlederwaren „Made in Germany“ verarbeitet werden.

Die Entscheidung zur Umfirmierung in Bühring Sonderanfertigungen GmbH unterstreicht das Engagement des Unternehmens, sich den Anforderungen des Marktes anzupassen und interne Prozesse weiter zu optimieren. Durch die neue Gesellschaftsform werden die Weichen für zukünftiges Wachstum gestellt und die Basis für noch effizientere Abläufe geschaffen.

Gabriele Bühring betont: „Mit Stolz und Dankbarkeit blicken wir auf über 75 Jahre erfolgreiche Firmengeschichte zurück. Die Umfirmierung ist ein logischer Schritt, um unsere Position im Markt zu stärken und unseren Kunden auch in Zukunft innovative und qualitativ hochwertige Produkte bieten zu können.“

Wie aus Trittau verlautet, wird die Bühring Sonderanfertigungen GmbH weiterhin mit dem bewährten Team und dem bekannten Qualitätsanspruch agieren. Für Kunden und Lieferanten ändert sich außer dem Namen nichts. Alle bestehenden Verträge und Vereinbarungen behalten ihre Gültigkeit. „Wir bedanken uns bei allen Partnern für das entgegengebrachte Vertrauen und freuen uns auf eine weiterhin erfolgreiche Zusammenarbeit unter neuem Namen“, so Gabriele Bühring. Näheres zum Unternehmen unter: www.buehring-shop.com



Bühring Sonderanfertigungen

Bühring Sonderanfertigungen GmbH
Werbemittel & verkaufsfördernde Produkte aus
Leder - Filz - Kork - Feinpappe - Kunststoff



Markus Pawelke

Neuer Kollege im Vertrieb

Die Kaldenbach Group aus Hersbruck begrüßt Markus Pawelke als neues Mitglied im Team. Seit dem 1. April 2025 verstärkt er den Vertrieb für den Werbeartikelhandel in Deutschland, Österreich und der Schweiz – telefonisch wie auch persönlich vor Ort.

Markus Pawelke bringt über 20 Jahre Erfahrung in der Werbeartikelbranche mit, viele davon bei einem renommierten deutschen Hersteller. „Mit seiner umfangreichen Expertise wird er uns dabei unterstützen, unsere Kunden noch gezielter zu beraten und individuelle Lösungen zu entwickeln. Mit dem Einstieg von Markus setzen wir ein klares Zeichen für Kundennähe, Qualität und weiteres Wachstum“, so Geschäftsführer Marco Kaldenbach.

Die Kaldenbach Group steht mit ihren Marken camarc® und FamousFood® für innovative, nachhaltige Werbeartikel – von hochwertigen Designprodukten bis zu fair produzierten Süßwaren und Snacks, hergestellt in Hersbruck bei Nürnberg. Ergänzt wird das Portfolio durch den Bereich runnin'display®, der sich auf moderne, mobile Videowände und -tresen mit eigens patentierter Transporttechnik spezialisiert hat. www.kaldenbach.com

Goldstar verstärkt sein Engagement für Nachhaltigkeit

Wie Goldstar, internationaler Anbieter von Werbeartikeln mit Hauptsitz in Dublin/Irland, mitteilt, treibt das Unternehmen seine Bemühungen im Bereich der Nachhaltigkeit weiter voran und hat bereits wichtige Meilensteine in Sachen Umweltverantwortung erreicht. Goldstar hat jetzt seinen neuen ESG-Bericht (Environmental, Social & Governance) veröffentlicht, in dem die bereits erzielten Erfolge und ehrgeizige Zukunftsziele vorgestellt werden.

Goldstar hat die FSC-Zertifizierung (Forest Stewardship Council®) für Papier- und Bambusprodukte erhalten, womit bestätigt wird, dass diese Materialien aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen. Der ESG-Bericht gibt auch einen detaillierten Überblick über die Initiativen von Goldstar in den Bereichen verantwortungsvolle Produktentwicklung, ethische Beschaffung und die Verpflichtung zum Aufbau positiver Geschäftsbeziehungen mit seinen weltweiten Geschäftspartnern. Das Unternehmen verfolgt aktiv ehrgeizige Umweltschutzziele, wie zum Beispiel das Erreichen einer Netto-Nullbilanz bei CO2-Emissionen bis 2040.

„Nachhaltigkeit steht im Mittelpunkt unseres Handelns bei Goldstar“, sagt Heather Smartt, Global Head von Goldstar. „Von unserem ESG-Bericht bis hin zu unserer FSC-Produktzertifizierung spiegelt jeder Schritt unser Engagement für eine bessere und nachhaltigere Zukunft wider – nicht nur für uns, sondern auch für unsere Geschäftspartner.“

Im Rahmen dieses Engagements baut Goldstar seine Nachhaltigkeitsinitiativen in wichtigen Bereichen weiter aus:

- Made Better™ Initiative – Bessere Verfügbarkeit von recycelten und verantwortungsvoll bezogenen Produkten.
- Transparenz – Verbesserte Transparenz in der Lieferkette mit Aware™ Trackinggeräten und digitalen Produktpässen.
- Ethische Beschaffung – Verstärkte Kontrollen der Zulieferer und ethische Arbeitspraktiken.
- Produktsicherheit – Gewährleistung der Einhaltung strenger globaler Sicherheitsstandards.

„Indem wir in diesen Bereichen echte Fortschritte erzielen, helfen wir unseren Vertriebspartnern, intelligentere und verantwortungsbewusstere Lösungen anzubieten, die dem wachsenden Bedarf an Nachhaltigkeit gerecht werden“, ergänzt Heather Smartt.

www.simplygoldstar.com



Goldstar



© Goldstar

Neue Außendienst-Verstärkung in Frankreich

Der Kölner Multispezialist REFLECTS® baut seine Präsenz auf dem französischen Markt weiter aus. Seit April 2025 betreut Anthony Donoyan als Außendienstmitarbeiter Kunden in Frankreich sowie in den französischsprachigen Regionen Belgiens und der Schweiz.

„Die persönliche Nähe zum französischen Markt ist seit jeher Bestandteil der Unternehmensphilosophie von Reflects. Mit Anthony Donoyan gewinnt Reflects einen branchenerfahrenen Vertriebsprofi vor Ort. Seine Aufgabe ist es, die persönliche Kommunikation mit Kunden in der Region zu intensivieren und als direkter Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen“, so Peter Leseberg, Head of Sales and Marketing.

Neben einem französischsprachigen Serviceangebot, lokalisierten Vertriebsunterlagen und digitalen Tools setzt das Unternehmen gezielt auf direkte Kundenkontakte durch regionale Ansprechpartner. Für die Kommunikation aus dem Kölner Headquarter stehen weiterhin Vimla Koch (v.koch@reflects.com, +49 2234 9900 148) und Thekla Ennen (t.ennen@reflects.com, +49 2234 9900 115) als Ansprechpartnerinnen zur Verfügung.

Kontakt: Anthony Donoyan – a.donoyan@reflects.com – Tel +33 617 51 80 50. www.reflects.com



Anthony Donoyan (links) zusammen mit Peter Leseberg. Bild: Reflects GmbH

Spielzeug soll in ganz Europa sicherer werden: Die EU-Mitgliedstaaten, das Europäische Parlament und die EU-Kommission haben sich dazu auf eine neue Verordnung geeinigt. Die Spielzeugverordnung löst die bestehende EU-Richtlinie von 2009 ab und gewährleistet eine einheitliche Anwendung in allen EU-Mitgliedstaaten.

EU-Spielzeugverordnung

Spielzeug soll sicherer werden



Die neue Spielzeugverordnung verbietet schädliche Chemikalien in Spielzeug und stärkt die Durchsetzung der Marktüberwachung. Auch der Online-Handel wird verstärkt in die Pflicht genommen.

Mit der neuen Spielzeugverordnung sollen Kinder und ihre Gesundheit besser vor möglichen Risiken insbesondere durch bedenkliche Chemikalien in Spielzeug geschützt werden. Auch die Vorschriften für den Online-Handel mit Spielzeug wurden klar geregelt.

Schutz vor bedenklichen Chemikalien

Ein zentraler Punkt der Neuerungen betrifft den Schutz vor bedenklichen Chemikalien – unter anderem werden die sogenannten „ewigen Chemikalien“ PFAS zukünftig in Spielzeug verboten. Auch weitere gesundheitsgefährdende Stoffe und Stoffgruppen dürfen zukünftig in Spielzeug nicht mehr vorkommen: Neben Stoffen, die als krebserzeugend, erbgutverändernd oder fortpflanzungsschädigend eingestuft sind, werden auch Stoffe, die hormonschädigend, haut- und atemwegssensibilisierend sind oder mit gezielter Organtoxizität einhergehen, in Spielzeug verboten. Die Spuren der verbotenen gesundheitsgefährdenden Chemikalien dürfen ein sicheres und technisch unvermeid-

bares Maß nicht überschreiten. Einsatz und Kennzeichnung von allergenen Duftstoffen werden strenger geregelt.

Online-Handel in der Pflicht

Die neue Spielzeugverordnung stärkt zudem die Durchsetzung der Marktüberwachung. Zentrales Mittel hierfür ist der Digitale Produktpass (DPP), den auch Importeure künftig vorlegen müssen. Aus dem DPP ist jeder Hersteller und Importeur ersichtlich. Er wird zudem Informationen enthalten, die die Einhaltung grundlegender Sicherheitsanforderungen nachweisen. Die Marktüberwachungs- und Zollbehörden erhalten damit unmittelbare Informationen, die sie dabei unterstützen, unsichere Spielzeuge aus Drittstaaten vom europäischen Markt fernzuhalten. Zusätzlich wurde dem wachsenden Online-Handel besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Die Vorschriften für Online-Marktplätze werden präzisiert, um zu gewährleisten, dass auch im Online-Handel nur sicheres Spielzeug angeboten wird. Der DPP, die CE-Kennzeichnung und Warnhinweise sollen für Verbraucher auch im Online-Handel einfach zugänglich sein, um informierte Kaufentscheidungen zu ermöglichen. Dafür müssen Marktplätze ihre Plattformen so gestalten, dass Verkäufer Sicherheitshinweise und einen Link zum digitalen Produktpass vor Abschluss des Kaufs sichtbar anzeigen können.

Übergangsfrist endet 2029

Die Einigung muss noch formell vom Europäischen Parlament und den Mitgliedstaaten im Rat bestätigt werden. Die neuen Regeln treten nach ihrer Veröffentlichung im EU-Amtsblatt in Kraft. Danach gilt ein Übergangszeitraum von viereinhalb Jahren, damit die Industrie die neuen Anforderungen wirksam umsetzen kann. <

www.bmwk.de



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



FYVAR

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

info@fyvar.es - www.fyvar.com - fyvar@fyvar.es



Nicht erst seit dem Corona-Lockdown wissen wir, wie wichtig Sicherheit und Hygiene in Arbeit und Freizeit sind. Unsere Branche bietet auch hier eine **feine wie wirksame Auswahl** an cleveren Produkten.



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

Insektenschutz für Groß und Klein

Das sensitive Insektenschutz-Spray von Sanders Imagetools schützt bis zu sechs Stunden vor Mücken und fünf Stunden vor Zecken. Die milde, Allergiker freundliche Formel ist für Kinder ab zwei Jahren geeignet. Zwei praktische Sprühvarianten und umweltfreundliche Verpackungen mit individueller Bedruckung machen das Produkt zum idealen Werbeartikel für Outdoor, Reisen und Freizeit.

Sicherheit schon am Boden

Sicherheit beginnt auf dem Boden: Die rutschfesten Bodenaufkleber von marcolor dienen nicht nur der Orientierung, sondern schützen aktiv vor Unfällen. Ob Abstandswarnung oder Wegweiser – die Folien mit Trittschutzlaminat sind individuell bedruckbar und in Rutschsicherheitsklassen von R9 bis R13 verfügbar. Robust, langlebig und maßgeschneidert – für mehr Sicherheit mit starker Botschaft.



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



NEU

EVOXX POLISHED RECYCLED MC

**EINFACH.
RICHTIG.
MACHEN.**
HOCHWERTIG.

Der senator® Evoxx Polished Recycled MC punktet mit gewohnt stilvollem Design und hochwertigem Metallclip.

- Aus recyceltem R-ABS aus Deutschland
- Bis zu 75 % weniger CO₂-Ausstoß verglichen mit einem ABS-Kunststoff
- Mit langlebiger senator® magic flow G2 Mine
- Unser Minenversprechen: bis zu 5 Jahre Schreibleistung, bis zu 5 km Schreiblenge
- Kostenlose Ersatzmine unter: minen.senator.com

ClimatePartner
zertifiziertes Produkt
climate-id.com/K4P988



www.senator.com

senator®
Made in Germany. Since 1920.

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

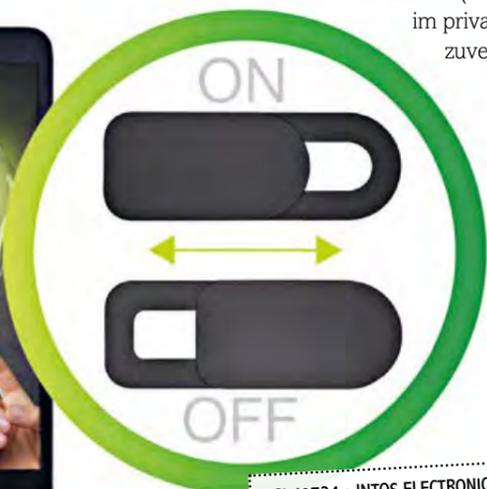


Funktional durchdacht

Sicher, stylisch, hygienisch zeigt sich das HACCP-konforme BP® Poloshirt von ZEGO speziell für den Einsatz in lebensmittelverarbeitenden Bereichen, Pflege und Gastronomie. Es kombiniert Tragekomfort, Sicherheit und Veredelungsmöglichkeiten – vom Logo bis zum CI-konformen Design. In acht Farben erhältlich und funktional durchdacht.

Privatsphäre auf Knopfdruck

Der INLINE® Webcam-Slider von INTOS schützt die Privatsphäre mit einer schlichten, effektiven Abdeckung. Selbstklebend, ultraflach (unter 1 mm) und im 2er-Set, ist er ideal für Notebooks im privaten oder beruflichen Einsatz. Praktisch, diskret, zuverlässig – Privatsphäre auf Knopfdruck.



PSI 49734 • INTOS ELECTRONIC AG
 Tel +49 641 97260 • marketing@intos.de
 www.intos.de



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



Sichtbarkeit rettet Leben

Ob Baustelle, Werkstatt oder Straße: Reflektierende Produkte von reflAktive sorgen für Sicherheit und Sichtbarkeit. Die „Made in Germany“-Lösungen bieten vielfältige Einsatzmöglichkeiten – vom Schutz kritischer Bauteile bis zu individualisierten Rückenschildern für Einsatzkräfte. Neben Standardartikeln sind auch Sonderanfertigungen möglich, die sowohl Schutz als auch optimale Werbefläche bieten.

Hygiene zum Mitnehmen

Das Handreinigungsgel von Römer Wellness ist ideal für unterwegs, auf Reisen oder im Arbeitsalltag. Mit 70 % Alkohol entfernt es effektiv Keime, während Aloe Vera pflegt. Die parfümfreie Formulierung sorgt für ein sauberes Gefühl – ohne Wasser. Bereits ab 100 Stück mit individuellem 4c-Etikett verfügbar – auch express. Praktisch, sicher, personalisierbar: das perfekte Giveaway mit Mehrwert.

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





Aromaschutz mit Stil

Die hochwertige Kaffeedose aus Weißblech vom Dosen-spezialisten überzeugt mit Funktion und Design. Luftdicht, lichtgeschützt, hygienisch – so bleibt Kaffee lange frisch. Veredelbar mit Druck, Gravur oder Prägung und vollständig recycelbar. Nachhaltiger Genuss trifft starke Markenpräsenz.

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



Klein, scharf und safe

Das Sicherheitsmesser „Shorty“ von Condedi punktet mit automatischem Klängenrückzug und Schlüsselring – immer dabei, immer sicher. Das Modell „Safe Cut“ überzeugt zusätzlich mit Clip und ergonomischem Griff – ideal für Lager oder unterwegs. Beide Messer sind kompakt, leicht und individualisierbar – starke Werbeträger für sichere Einsätze.



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

Mit Tracker schnell geortet

Der InLine® KeyFinder von INTOS vereint modernes Design, smarte Ortung und starke Lichtleistung in einem. Über Apple „Wo ist?“ lässt sich der kleine Tracker einfach orten – ob Schlüsselbund, Werkzeug oder Fahrrad. Mit bis zu 300 Lumen LED-Licht, Blinkmodus und IP65-Schutz eignet er sich auch für Outdoor und Notfälle. Der 300 mAh Akku hält bis zu 6 Stunden durch und ist via USB-C in nur 1,5 Stunden wieder aufgeladen. Kompakt, leicht und robust – ein Alltagshelfer mit Werbewirkung.



PSI 49734 • INTOS ELECTRONIC AG
Tel +49 641 97260 • marketing@intos.de
www.intos.de



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



Protektives im Set

Smarte Sicherheit zum Mitnehmen bietet tobra mit RFID-Blockerkarten, Webcam-Covern und USB Data Blockern. So entsteht ein kompaktes Set digitaler Schutzlösungen. In Papier-, Holz- oder Kunststoffvarianten, personalisierbar und platzsparend. Ob als nachhaltiger Werbeträger oder Gadget für Mitarbeitende – Sicherheit war noch nie so clever verpackt.

Hygienisch cool und clever

Die Edelstahl-Kühlakkus von Cookie Cutter setzen neue Maßstäbe. Edles Design, hohe Wiederverwendbarkeit und hygienische Eigenschaften machen sie zum stilvollen Begleiter für warme Tage. Ihre gravierbare Oberfläche ist ideal für hochwertige Markenbotschaften – langlebig, nachhaltig, hochwertig.



PSI 49747 • Cookie Cutter
Tel +49 77216809150
info@cookiecutter.de
www.cookiecutter.de



PSI 45720 • Dreampen Producer
of ballpens and tourniquets
Tel +48 68 4772232
sales7@dreampen.com
www.bestcover.eu

Zuverlässiger Schutz mit Stil

BestCover von Dreampen vereint Sicherheit und Markenpräsenz in einer hochwertigen Produktlinie. Ob Tourniquets mit hautfreundlichem, latexfreiem Material, Gesichtsschutzschilder oder Masken – die Produkte bieten zuverlässigen Schutz und lassen sich individuell mit Logos auf Band oder Schnalle veredeln. Besonders die Tourniquets überzeugen durch Einhandbedienung, Schnellverschluss und hohen Tragekomfort. Für medizinische Einrichtungen, Pflege oder Promotion: funktional, sichtbar, markenstark.

Strahlendes Multitalent

Klein, klug und kraftvoll. So präsentiert sich das ECO KNICKLICHT MICRO von TROIKA. Die multifunktionale LED-Taschenlampe im Taschenformat bietet fünf Lichtmodi – darunter rotes Sicherheitslicht – und macht sie zur idealen Begleiterin für Werkstatt, Camping oder Dämmerungsspaziergang. Der abknickbare Leuchtkopf (90°), ein starker Magnetboden sowie ein 800 mAh-Akku mit USB-C-Ladefunktion sorgen für Komfort und Nachhaltigkeit. Inklusive Kopfband verwandelt sich die Lampe zudem in eine Stirnleuchte. Aluminiumgehäuse, 500 Lumen Leuchtkraft – ein echter Allrounder für Licht mit Weitblick.

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



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

Farbstark und sichtbar

Die NATPRIDE Warnweste „Pride“ von ZEGO verbindet Sicherheit mit Statement. Die reflektierende Regenbogenweste steht für Vielfalt und Zusammenhalt, ideal für Events, Paraden oder Firmenaktionen. Sie ist zertifiziert, individualisierbar und dank Klettverschlüssen leicht anzulegen. Für Marken, die auffallen – und Haltung zeigen.

Blühende Werbewirkung

Die Schmoozies® Evergreenies® von mbw® bringen frisches Grün auf Schreibtisch und Display. Mit sechs Charakteren, weicher Mikrofaser und personalisierbarer Fahne sind sie praktische Displayreiner mit Charme. Ideal für Messen, Kunden oder Mitarbeitende – ein florales Statement für Ihre Marke.



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





PSI 49734 • INTOS ELECTRONIC AG
Tel +49 641 97260 • marketing@intos.de
www.intos.de

Nie wieder suchen

Der INLINE® Wallet Finder von INTOS ist ein smarter Tracker im Kreditkartenformat – kompatibel mit Apple „Wo ist?“. Mit bis zu 10 Monaten Standby-Zeit, Qi-Ladefunktion, Spritzwasserschutz und Bluetooth 5.3-Technologie schützt er Wertsachen effizient. Ob im Firmenwagen, Aktenkoffer oder Portemonnaie – Sicherheit zum Mitnehmen.



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

Recycelte Sicherheit

Die Softshell-Jacke R506X von Result vereint Funktion, Umweltbewusstsein und Werbewirkung. Aus 20 recycelten PET-Flaschen hergestellt, bietet sie zertifizierte Sichtbarkeit (EN ISO 20471:2013 Klasse 2), Wind- und Wetterschutz sowie viele Veredelungsmöglichkeiten. Biologisch abbaubar verpackt – ein starkes Statement für nachhaltige Sicherheit.

Besser atmen, gesund leben

Die Raumklimastation WS 9422 von technoline misst zuverlässig Temperatur, Luftfeuchtigkeit und Taupunkt – und warnt dank LED-Anzeige geräuschlos vor Schimmelrisiken. Mit speicherbaren Höchst- und Tiefstwerten sowie einer 12-Stunden-Historie bringt sie präventive Raumluftkontrolle ins Zuhause oder Büro. Die stilvolle Optik mit großem LCD-Display macht sie auch als Werbeträger attraktiv – individuell bedruckbar für gesundheitsbewusste Markenauftritte.



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

Lichtblick für die Werkbank

Die Leuchtbrille LB01 von INDEXA bringt Helligkeit direkt ins Sichtfeld – ideal für Elektroarbeiten, Werkstatt oder Detailaufgaben. Zwei seitlich angebrachte LED-Leuchten sorgen auf Augenhöhe für punktgenaue Ausleuchtung, während die Hände frei bleiben. Die Brille lässt sich problemlos über eine Sehhilfe tragen und ist batteriebetrieben. Optional mit individuellem Aufdruck erhältlich, wird sie zum praktischen Werbeträger für Branchen mit technischem Fokus. Funktion, Komfort und Markenpräsenz – im Blick und griffbereit.

Nachhaltig und smart

Die Taschentuchpackungen von Todomodo sind komplett plastikfrei – weltweit einzigartig mit 100 Prozent Papierverpackung. Ideal als umweltbewusstes Werbegeschenk mit starker Markenpräsenz, personalisierbar für Events, Einzelhandel oder Kampagnen. Vertrieb über Tonki, bieten sie eine originelle Alternative zu klassischen Give-aways – praktisch, kreativ und komplett recycelbar.

PSI 60579 • Tonki Srl.
Tel +39 0 3280533212 • hello@tonki.it
www.tonki.com



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





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

Natürlich professionell

Die Klemmbretter von Holz Frank bestehen aus FSC-zertifiziertem Holz, sind in zehn Varianten erhältlich und werden in Deutschland handgefertigt. Mit lackierter Oberfläche für hygienisch anspruchsvolle Einsatzorte wie Gastronomie oder Pflege bieten sie neben Funktion auch stilvolle Werbeflächen – individuell gestaltbar mit Druck oder Gravur. Ein langlebiger, nachhaltiger Helfer, der Marken mit Charakter stärkt.

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



Werbewirkung auf der Zunge

Der CreaChew 6 Eco Kaugummi von ANDA Present ist ein ideales Giveaway im Taschenformat und sorgt für frischen Atem für die werbende Marke. Als Teil der BE CREATIVE-Kollektion bietet er eine vollflächig bedruckbare Verpackung und hohen Wiedererkennungswert. Praktisch, individuell, geschmackvoll – Werbewirkung, die auf der Zunge zergeht.

Schlüssel findet nach Hause

Verlorene Schlüssel sind nun kein Problem mehr. Der CODE24-Schlüsselanhänger von TROIKA vereint elegantes Design mit digitaler Rückruffunktion. Integrierter QR-Code und Lost-and-Found-Service sorgen dafür, dass verlorene Schlüssel sicher zurückfinden. Mit Flugzeug- und Koffer-Charm ist er ein stilvoller Reisebegleiter – gefertigt aus mattem Metallguss und inklusive zwei Jahre kostenlosem Fundservice. Sicherheit trifft Stil – für unterwegs und überall.

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

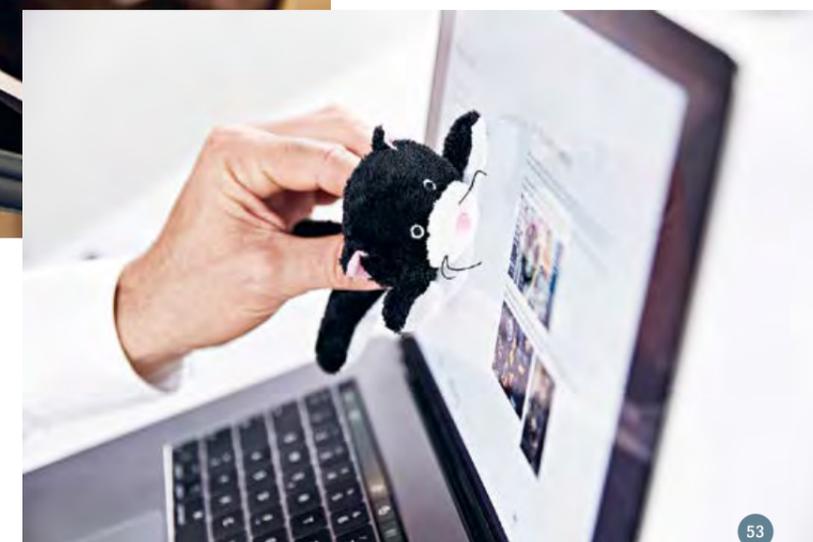


Charmante Displayreiniger

Süß, nützlich und wirksam sorgen sie für Durchblick. Die Schmoozies® Displayreiniger von mbw® überzeugen durch ihre Mikrofaser-Unterseite und charmantes Design. Perfekt für Smartphones und Bildschirme, mit personalisierbarer Werbefahne. Als Give-away oder Mitarbeiterpräsent bleiben sie im Alltag präsent – und Ihre Marke in bester Erinnerung.



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



Kolibri ist seit 1996 Anbieter für maßgeschneiderte Werbemittel. Am Firmenstandort in Kernen bei Stuttgart entwickelt das Kolibri-Team mit rund 40 Mitarbeitenden kreative und individuell abgestimmte Werbeartikelkonzepte, die Markenbotschaften effektiv und vor allem nachhaltig transportieren – von der ersten Idee bis zur finalen Umsetzung.

Klares Bekenntnis zur Umwelt

„Wir leben Nachhaltigkeit“



Die Kolibri Geschäftsführung (v.l.): Karin Jagersberger (Geschäftsführerin), Verena Konrad (Mitglied der Geschäftsleitung), Heiko Ziegler (Inhaber und Geschäftsführer).

Die Kolibri GmbH mit Sitz in Kernen bei Stuttgart ist seit 1996 ein fester Bestandteil der Werbeartikelbranche. Gegründet von Heiko Ziegler, hat sich das Unternehmen durch seine Innovationskraft, Kundenorientierung und sein nachhaltiges Wirtschaften einen Namen gemacht. „Von Anfang an war es unser Ziel, nicht nur hochwertige Werbemittelkonzepte zu vertreiben, sondern auch Verantwortung für die Umwelt zu übernehmen“, erklärt Heiko Ziegler, der das Unternehmen gemeinsam mit Karin Jagersberger leitet, die 2001 mit an Bord ging.

Nachhaltigkeit als Unternehmensphilosophie

Nachhaltigkeit ist für die Kolibri GmbH nicht nur ein Trend, sondern eine grundlegende Philosophie, die sich in allen Bereichen des Unternehmens widerspiegelt. Ein bedeutender Meilenstein auf diesem Weg ist die aktuelle Zertifizierung nach ISO 14001, dem international anerkannten Standard für Umweltmanagementsysteme. Diese bestätigt, dass Kolibri ein umfassendes Umweltmanagementsystem implementiert hat, das weit über die gesetzlichen Anforderungen hinausgeht. Damit zählt Kolibri zu den wenigen Unternehmen der Branche in Deutschland, die diese Auszeichnung vorweisen können. Ziel ist es, ressourcenschonend, nachhaltig und umweltbewusst zu arbeiten – in jeder Phase der Wertschöpfungskette. „Unsere Kunden achten zunehmend darauf, wo sie einkaufen und welche ihrer Lieferanten nachhaltig arbeiten. Wir verstehen uns hier als Vorreiter in der Branche. Für uns war es ein logischer und wichtiger Schritt, diese Zertifizierung zu erhalten, um unsere Philosophie auch nach außen sichtbar zu machen“, sagt Geschäftsführerin Karin Jagersberger, getreu auch dem Motto von Inhaber Heiko Ziegler, welches das nachhaltige Wirtschaften als essenzieller Bestandteil der Unternehmensstrategie betont: „Wir sind nur Gäste auf diesem Planeten Erde.“

Maximaler Kunden-Support

Dass hier Kreativität und Nachhaltigkeit Hand in Hand gehen, das wird auch für Besucher des Kolibri-Showroom direkt deutlich, denn dieser zeigt sich gefüllt mit einfallreichen Anregungen für nachhaltige Marketingkampagnen. Hier zeigt der Werbeartikelhändler sein ganzes Können – von innovativen Werbeartikel-Kollektionen bis hin



Das im Jahr 2016 fertiggestellte KOLIBRI Firmengebäude ist nicht nur ein architektonischer Glanzpunkt, sondern auch umwelttechnisch auf dem neuesten Stand. Das Firmengebäude ist mit modernster Photovoltaik ausgestattet.



Karin Jagersberger und Heiko Ziegler sind stolz, die offizielle Zertifizierung nach ISO 14001, dem weltweit anerkannten Standard für Umweltmanagementsysteme, erhalten zu haben.

zu maßgeschneiderten Sonderproduktionen. Zudem ist der Raum Schauplatz exklusiver Events wie der Kolibri Academy, die Wissenstransfer und Austausch für die Kunden bietet. „Ergänzend dazu versenden wir zwei- bis dreimal im Jahr an unsere Kunden eine thematisch unterschiedlich sortierte ‚Ideenbox‘. Hier geht es nicht ums einzelne Produkt, sondern darum, ein themenbezogenes Storytelling wortwörtlich anfassbar zu machen“, so Karin Jagersberger.

Umweltfreundliche Energieversorgung

Das im Jahr 2016 fertiggestellte Firmengebäude ist nicht nur ein architektonischer Glanzpunkt, sondern auch umwelttechnisch auf dem neuesten Stand. Der Bau ist mit modernster Photovoltaik plus zwei Batteriespeichern ausgestattet, über die rund 90 Prozent des Strombedarfs gedeckt werden können. Die Beleuchtung erfolgt flächendeckend mit sparsamen LED-Lampen. Das Unternehmen berechnet jedes Jahr die CO₂-Emissionen am Standort Kernen und hat rückwirkend alle Emissionen seit der Firmengründung ausgeglichen. „Nachhaltigkeit bedeutet für uns nicht nur, aktuell ressourcenschonend zu arbeiten, sondern auch Verantwortung für unsere Vergangenheit zu übernehmen“, erklärt Heiko Ziegler. Zudem ist man auf maximale Abfallvermeidung bedacht, zum Beispiel in Form kompostierbarer Beutel anstelle der sonst üblichen Einweg-Polybeutel. Gebrauchte Kartonagen werden zu Füllmaterial, Lieferscheintaschen und Klebebänder sind aus Papier, der Müll wird konsequent getrennt und ein eige-



Blick in den Kolibri-Showroom, gefüllt mit kreativen Anregungen für nachhaltige Marketingkampagnen. Hier zeigt der Werbeartikelhändler sein ganzes Können.



Der Fuhrpark von KOLIBRI umfasst inzwischen fünf E-Autos und zwei Hybrid-Autos, Tendenz steigend. Die komplette E-Flotte kann direkt an den beiden haus-eigenen Ladestationen geladen werden.

ner Komposter sorgt für nachhaltige Abfallverwertung. Kolibri verfolgt damit auch das ehrgeizige Ziel, den Einsatz von Kunststoff in Verpackungen drastisch zu reduzieren. Stattdessen setzt das Unternehmen zunehmend auf recycelbare und biologisch abbaubare Materialien. Dies betrifft sowohl den Versand der Produkte als auch die Gestaltung der Werbeartikel selbst.

Engagement für Klimaschutzprojekte

Ein weiteres wichtiges Element der Nachhaltigkeitsstrategie sind die Aktivitäten fürs Klima. Kolibri engagiert sich insbesondere für das „Klimaschutzprojekt + Baumpflanzung“, das sowohl international als auch in Deutschland wirksame Maßnahmen zum Schutz der Umwelt umsetzt. Die Projekte sind nach höchsten internationalen Standards zertifiziert und tragen zur Bekämpfung von Armut sowie zur Verbesserung der Lebensbedingungen in Schwellen- und Entwicklungsländern bei.

„Kreative Energie“

Nicht nur das Klima auf der Erde liegt den Werbemittelspezialisten am Herzen, sondern auch das menschliche im Unternehmen selbst: Großen Wert legt man bei Koli-

>>

bri auch auf eine Wohlfühl-Arbeitsatmosphäre bei flachen Hierarchien und ausgesprochen freundschaftlichem Umgang. Der Bürotrakt ist angenehm offen und geräuscharm gestaltet, die Mitarbeitenden agieren in Gruppen aufgeteilt. Im Keller gibt es einen Fitnessraum. Einmal im Monat findet ein Gesamtmeeting statt, bei dem neue Ideen ausgetauscht werden und das gegenseitige Impulse liefert. „Hier fließt kreative Energie“, wie es Karin Jagersberger ausdrückt. Ein firmeneigenes Produktdesign generiert haptische Merchandisingkonzepte für die Kunden. Und Kolibri ist auch Ausbildungsbetrieb. Derzeit durchlaufen fünf Auszubildende ihre Lehre.

Schutz der Biodiversität – Die „Kolibienen“

Seit 2019 setzt sich das Unternehmen aktiv für den Erhalt der Artenvielfalt ein. Mit der Initiative „Kolibienen“ übernimmt Kolibri jährlich die Patenschaft für ein Bienenvolk sowie 100 Quadratmeter naturnahe Bienenweide. „Wir wollen nicht nur nachhaltige Produkte anbieten, sondern auch aktiv zur Erhaltung unseres Ökosystems beitragen“, sagt Karin Jagersberger. Die naturbelassene Wiese bietet Lebensraum für zahlreiche Tierarten, Insekten und Pflanzen und ist ein wichtiges Zeichen für gelebten Umwelt- und Naturschutz.

Nachhaltige Mobilität

Auch im Bereich der Mobilität geht die Kolibri GmbH mit gutem Beispiel voran. Der unternehmenseigene Fuhrpark umfasst mittlerweile fünf Elektroautos und zwei Hybridfahrzeuge, die an einer der insgesamt vier firmeneigenen Ladestationen geladen werden können. Außerdem nimmt man am Projekt Bike & Work teil. „Es ist uns wichtig, dass wir nicht nur von Nachhaltigkeit sprechen, sondern diese auch aktiv bis ins Detail leben“, erklärt Heiko Ziegler.

Zukunftsorientierte Verantwortung

Mit diesen und vielen weiteren Maßnahmen setzt die Kolibri GmbH Maßstäbe in der Werbearbeitungsbranche. Die Kombination aus innovativen, emotional wirkenden Pro-

dukten, „mit denen man sich identifizieren kann“ (Heiko Ziegler), Know-how im Produktionsbereich, kundenorientiertem Service und nachhaltigem Wirtschaften macht das Unternehmen zu einem Beispielgeber in Sachen kreativem Werbemittelmarketing, das in der Umweltverantwortung wurzelt. „Wir sind stolz darauf, unseren Beitrag zum Schutz der Umwelt zu leisten und unseren Kunden nachhaltige Lösungen anzubieten“, fasst Karin Jagersberger zusammen. „Nachhaltigkeit ist für uns kein kurzfristiger Trend, sondern eine Verpflichtung gegenüber kommenden Generationen.“



Maßgeschneiderter Mini-Rennfahreranzug mit passenden Schuhen für die AMG-Babykollektion.



Originelle Schneekugel Sonderproduktion für STIHL.



Ein eigens für die Daimler AG konzipiertes Multitool in Optik des Autoschlüssels, das im Mercedes-Benz Merchandise-Shop vertrieben wird.



Auch in der Dämmerung ein Hingucker: der Kolibri-Unternehmenssitz.

www.kolibri.net

In einer Welt, die sich immer schneller digitalisiert, gewinnen analoge Produkte wieder an Bedeutung – besonders, wenn sie Geschichten erzählen, Emotionen wecken und im wahrsten Sinne des Wortes „greifbar“ sind. Spielkarten gehören dazu.

Wie klassische Karten zu kreativen Werbemitteln werden

Spielkarten neu gedacht



Besonders gefragt sind derzeit die Bio-Exzellenz-Karten.



Karsten Wohlfeil, Account Manager Deutschland bei Schneiders.

die Wahl des richtigen Kartons, die Haptik, die Farbbrillanz im Offsetdruck und die passende Verpackung – von der hochwertigen Faltschachtel über die elegante Stülpedeckelbox bis hin zur transparenten Plastikbox, die wir auf Wunsch ebenfalls anbieten.“ Schneiders arbeitet ausschließlich mit Wiederverkäufern zusammen und bietet schon ab kleinen Auflagen ideale Lösungen für individuelle Kampagnen und Sonderaktionen.

Besonders gefragt: Bio-Exzellenz-Karten

Besonders gefragt sind derzeit die Bio-Exzellenz-Karten: ein 350 g/m² starker Spielkartenkarton ohne schwarze Zwischenschicht, stabil und vollständig recyclingfähig – ideal für Kunden, die Wert auf Nachhaltigkeit legen. „Natürlich bieten wir auch die klassische Variante mit schwarzem Kern für maximale Blickdichte und Langlebigkeit“, so Wohlfeil, der ergänzt, was den Spielkartenspezialisten so besonders macht: „Wir denken mit. Unsere Kunden haben die Ideen – wir setzen sie in funktionierende Spiele um, optimal abgestimmt auf Druck, Stanzung und Spielmechanik. So entstehen Karten, die nicht nur gespielt, sondern langfristig als einzigartiges Werbemittel erhalten bleiben.“



b als Skatblatt, Memo-Spiel oder individuell gestaltetes Quartett: Spielkarten verbinden Generationen, wecken Erinnerungen und bieten Marken eine überraschend kreative Werbefläche. Karsten Wohlfeil,

Account Manager Deutschland beim niederländischen Spielkartenspezialisten Schneiders aus Den Haag, gibt ein Beispiel: „Eines von vielen gelungenen Projekten unserer Kunden war ein individuell gestaltetes Quartettspiel für eine Brauerei. Jede Karte präsentierte eine andere Biersorte mit humorvollen Fakten. Das Ergebnis? Ein kreatives Werbemittel, das in Biergärten zum Gesprächsthema wurde und gleichzeitig die Marke der Brauerei stärkte.“

Ideale Lösungen bis ins Detail

Wohlfeil führt weiter aus: „Bei Schneiders in Den Haag beschäftigen wir uns seit Jahrzehnten mit der Herstellung von Spielkarten. Dabei legen wir Wert auf jedes Detail:

Kontakt: Tel +49 5554 9890790 • sales@schneiders.nl

<https://de.schneiders.nl/>

Seit nahezu 100 Jahren produziert Koziol schöne und funktionale Produkte: Eine breite Produktrange vom gedeckten Tisch über kreatives Design für die Küche bis hin zu Nützlichem fürs Badezimmer und für unterwegs. Über 300 verschiedene Artikel gehören heute zum Sortiment des Unternehmens.

Kunststoffproduktion mit gutem Gewissen

Lückenlose Fertigungstiefe



Daniel Koziol (v.li.), Uwe Thielsch, Petra Lassahn und Stefan Koziol bei strahlendem Frühsommerwetter vor dem Rundgang durch die Glücksfabrik.

Uwe Thielsch ist ganz in seinem Element. Er führt Petra Lassahn und Simon Dietzen (PSI Journal) durch alle Schritte der lückenlosen Fertigungstiefe.



Koziol stellt die Formen für seine Produkte im hauseigenen Werkzeugbau selbst her. Hier der Blick in eine CNC-Fräsmaschine.



Das Handlinggerät (Robotertechnik) nimmt das fertige Spritzteil aus der Maschine und legt es zum Auskühlen auf einem Förderband ab.



Die Spritzgießformen müssen regelmäßig gereinigt und gewartet werden. Zur Reinigung und Reparatur werden die Gussformen in ihre Einzelteile zerlegt.

chen“, so einfach ist das – und doch nicht ganz so einfach, denn hinter all dem Schönen steckt jede Menge Arbeit von 150 Mitarbeitern in Erbach und von 200 Designern aus aller Welt, die Ideen liefern. Koziol stellt seine Produkte in lückenloser Fertigungstiefe her. Von der Idee über das Design, über Prototypen, über Werkzeugbau und Spritzguss bis hin zum Vertrieb in 50 Länder, alles Made by Koziol. Und Stefan Koziol sagt auch warum: „Jedes Kunststoffteil ist nur so gut wie das Werkzeug, aus dem es gefertigt ist.“

Vom Elfenbein zum Kunststoff

Das war schon von der ersten Stunde dieses Traditionsunternehmens so. Angefangen hat alles 1927 mit Bernhard Koziol. Als Elfenbein en vogue war, gründete er eine Elfenbeinschnitzerei und ging schnell mit der Zeit, als das „Gold aus Afrika“ immer mehr vom Kunststoff verdrängt wurde. Schon 1935 investierte er in eine Kunststoff-Spritzgussmaschine. Damit stand die Tür offen für die Produktion von Schneekugeln, dem ersten und über viele Jahre hinweg sehr erfolgreichen Produkt von Koziol. Unter der Leitung von Stefan Koziol war es dann die Spülbürste „TIM“, die den Namen Koziol in die Welt trug. „TIM“ war ein ikonisches Designprodukt in einem Bereich, der bis dahin mit Design nun gar nichts am Hut hatte. Heute ist es Daniel Koziol, der wieder so ein bahnbrechendes Utensil, näm-

lich das „Superglas“ verantwortet. Hergestellt aus High-tech-Kunststoff ist es nicht nur zu 100 Prozent recycelbar und spülmaschinenfest, sondern auch viermal besser isoliert als herkömmliches Glas. So hatte und hat jede Generation der Familie ein Produkt, das erneut unterstreicht, wie innovativ, designorientiert und qualitativ hochwertig Produkte aus Erbach in die Welt gehen.

Werkzeugbau im Haus

Ein Rundgang durch die Produktion zeigt, warum das so ist. Im hauseigenen Werkzeugbau stehen jede Menge stählerne Formen, denen man ihr kompliziertes Innenleben nicht ansieht. Hier wird erodiert, gefräst, geschliffen, gedreht und poliert. Moderne Spezialmaschinen und qualifiziertes Fachpersonal lassen auf hohes finanzielles Investment schließen. Wie war das noch: „Jedes Kunststoffteil ist nur so gut wie das Werkzeug, aus dem es gefertigt ist.“

Leidenschaft für Kunststoff

Beim Thema Kunststoff läuft Stefan Koziol zur Höchstform auf. Für ihn ist Kunststoff das Produkt der Moderne. Nahezu alle Dinge des Lebens, denen wir uns heute bedienen, wären ohne Kunststoff nicht möglich. „Das Stammsortiment von Koziol ist heute komplett aus bio-zirkulärem Organic-Material hergestellt“, sagt Stefan Koziol nicht ohne Stolz. Aber er hat auch noch ein anderes Thema: Deutschland und seine Bürokratie. Da wird aus dem fröhlichen, visionären Unternehmer ein kritischer Zeitgenosse, der den Standort Deutschland für das produzierende Gewerbe als sehr gefährdet ansieht. „Obwohl wir beim Thema Nachhaltigkeit alles Erdenkliche tun – schon, weil wir uns unserem schönen Standort, den Menschen und der Landschaft sehr verpflichtet fühlen – müssen wir uns ständig mit Anwälten und zeitaufwendigen Produktbeschreibungen wegen kleinster Kleinigkeiten zur Wehr setzen. Das raubt Zeit, Energie, Geld und Motivation – hat uns aber Gott sei Dank noch nicht geschafft.“

Bald wird Koziol 100

35 Prozent seiner Produktpalette liefert Koziol in die Werbeartikelwirtschaft. Wobei das Geschäft derzeit schon „etwas zäh ist“, sagt Uwe Thielsch. Man habe zwar noch nie so viele Anfragen gehabt, für die Bestellungen treffe das aber leider nicht zu. „Logisch“, das sieht auch Thielsch, „wenn das gesamte wirtschaftliche Umfeld stagniert, können wir nicht tolle Zahlen schreiben.“ Stefan und Daniel Koziol wie auch Uwe Thielsch blicken aber zuversichtlich in die Zukunft, denn: „Wir machen gutes Design mit gutem Gewissen und engagierten Mitarbeitern – unsere Kunden wissen das. Wir gehen mit Freude, vielen Ideen und voller Erwartung auf die 100 zu“, sagt Stefan Koziol zum Abschied der PSI Tour. <



Bigbär kommt im Flowpack

Einzeln verpackt, aber voller Geschmack: Die Bigbären von MAGNA sweets kombinieren farbenfrohe Optik mit **20 Prozent Fruchtsaftanteil** – für ein besonders fruchtiges Nascherlebnis. Im individuell bedruckbaren Flowpack verpackt, eignet sich das süße Präsent perfekt für aufmerksamkeitsstarke Werbebotschaften. Ob als Giveaway oder Markenbotschafter auf Messen – diese Gummibärchen verbinden Genuss mit starker Werbewirkung im Taschenformat.

PSI 41617 • MAGNA sweets GmbH
Tel +49 8146 99660 • info@magna-sweets.de
www.magna-sweets.de



Corporate Tool mit Charakter

Ob Wandertour oder Büroalltag – das neue Companion Taschenmesser von Victorinox kombiniert **15 praktische Funktionen** mit elegantem Design und Personalisierbarkeit. Mit innovativem Paketöffner, klassischen Werkzeugen und neuen Farbtönen wie Sunny Side oder Mango Tango ist es ein Hingucker mit Nutzwert. Über den Online-Konfigurator lassen sich Messer, Uhren und Gepäck individuell veredeln – mit Gravur, Druck oder 3D-Effekt. Ein Schweizer Original, das Funktion und Markenbotschaft stilvoll vereint.

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



Eine Ikone und Sinnbild wird 50

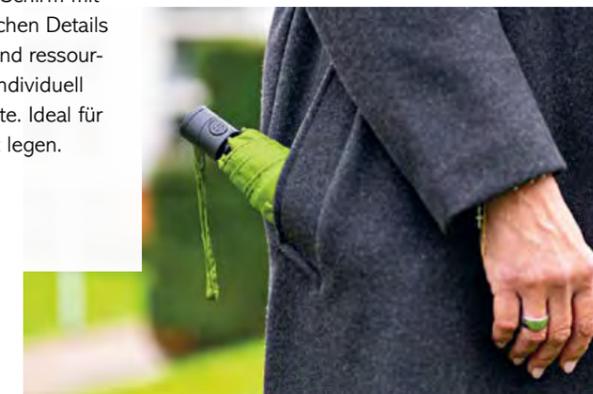
Das Unternehmen Prodir feiert sein 50-jähriges Bestehen und krönt dieses Jubiläum mit einer eindrucksvollen Erweiterung der QS50-Schreibgerätefamilie. Der QS50 Stone, inspiriert von der klassischen Bleistiftform, steht sinnbildlich für das Schreiben selbst. Sein elegantes Gehäuse besteht aus einem mineralisch angereichertem Material, das 60 Prozent weniger Kunststoff enthält und rund 50 Prozent schwerer ist als herkömmliche Kunststoffstifte. Dieses Gewicht vermittelt Wertigkeit – ein **starkes Statement im Marketingeinsatz**. Die Jubiläumsausgabe präsentiert sich in zwölf intensiven Farben, von Malachitgrün bis Rosenquarz. Erstmals ist der QS50 auch in Varianten mit ABS-Gehäuse, Matt- oder Soft-Touch-Oberflächen erhältlich. Hinzu kommt ein breites Spektrum an Clips, Knöpfen und Cliphaltern, das durch eine großzügige Clipdruckfläche ergänzt wird. Giorgio Pagani, Gründer von Prodir, sieht im QS50 ein Symbol der Beständigkeit: „Ein zeitloser Klassiker, der zeigt, wie bedeutend Schreibgeräte in der Geschäftswelt geblieben sind“, erklärt er.

PSI 42332 • PRODIR
Tel +41 91 9355555 • sales@prodir.ch
www.prodir.com

Technik trifft Kompaktheit

Der FiligRain Only200 von FARE ist ein **Taschenschirm der Extraklasse**: Mit nur 200 g Gewicht und 26 cm Länge ist er der kleinste FARE-Schirm mit Doppelautomatik. Trotz seiner Kompaktheit punktet er mit technischen Details wie dem Windproof-PLUS-System und einem Bezug aus wasser- und ressourcensparendem waterSAVE®-Material. Der Softfeel-Griff lässt sich individuell veredeln, auch Segmente und Hülle bieten Raum für Markenauftritte. Ideal für urbane Zielgruppen, die Wert auf Funktion, Stil und Nachhaltigkeit legen.

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




SCHNEIDERS

Ihr Produzent mit Liebe
für Spielkarten

schnell, günstig und flexibel

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





Leuchtkraft mit Gewissen

Der neue Textmarker Shine-Up von Schneider verbindet Funktionalität, Design und Umweltbewusstsein. Mit 80 % biobasiertem Kunststoff gefertigt, trägt er das renommierte Umweltzeichen „Blauer Engel“. Die Keilspitze sorgt für präzises Markieren, **der ergonomische Dreikantschaft** liegt angenehm in der Hand. Vier Neonfarben – Grün, Gelb, Orange und Pink – bringen Farbe in jede Markierung. Ob im Büro, in der Schule oder unterwegs: Der Shine-Up ist ein nachhaltiger Begleiter mit Strahlkraft, verpackt in praktischen Sets oder als Thekendisplay.

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

Kreativer Spaß für kleine Hände

Mit Malbüchern und Mal-Sets von emotion factory setzt Werbung auf kindgerechte Kreativität. Die handlichen DIN A6-Bücher bieten 18 abwechslungsreiche Ausmal motive – von Bauernhof bis Feuerwehr – und sind sowohl standardisiert als auch **individuell gestaltbar** erhältlich. Die ergänzenden Mal-Sets enthalten eine 6er-Buntstiftbox, liebevoll verpackt in einer bedruckten Mappe. Ideal für Events, Wartezonen oder Werbeaktionen mit Familienfokus – pädagogisch wertvoll, unterhaltsam und werbewirksam zugleich.

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



– Anzeige –

KLEINER PREIS, GROSSE WIRKUNG.

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

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

...wir machen's größer!



Seelen-Balsam per Post

Der Seelenwärmer von Dr. Oetker kommt als emotionaler Hingucker in den Briefkasten: Der Tassenpudding in Vanille oder Schokolade wird von MAGNA sweets in einer FSC®-zertifizierten Mailingmappe oder Faltpartonage samt Holzlöffel versendet – **bereit für den direkten Genuss**. Die Verpackung ist vollständig individualisierbar und eignet sich hervorragend für persönliche Kundengeschenke oder aufmerksamkeitsstarke Mailings. So wird ein einfaches Dessert zur charmanten Botschaft mit Werbewirkung – nachhaltig, überraschend und köstlich.

PSI 41617 • MAGNA sweets GmbH
Tel +49 8146 99660 • info@magna-sweets.de
www.magna-sweets.de



Punktgenaue Werbewirkung

Mit der Themenbox „Hotel und Gastronomie“ bietet mbw® eine passgenaue Auswahl an Werbeprodukten für die Hospitality-Branche. Ideal für Bemusterungen, enthält sie auf Zielgruppen abgestimmte Produkte, die **Aufmerksamkeit und Sympathie** generieren. Direkt und neutral versendbar, erleichtert die Box den Vertrieb – perfekt für Werbemittelhändler, die auf Effizienz und Relevanz setzen. So wird Kundenansprache zum Kinderspiel – maßgeschneidert, überzeugend und verkaufstark.

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

Schreiben mit Apfelpower

Mit dem Organic-Book green+blue setzt Geiger-Notes auf Nachhaltigkeit zum Anfassen: Das Hardcover besteht aus appleorganic, einem Material **aus 39 Prozent Apfelresten**. Innen finden sich 192 Seiten aus 100 Prozent Recyclingpapier, zertifiziert mit dem „Blauen Engel“. Funktional durch Mikroperforation, Einstecktasche, Verschlussband und Stiftschlaufe, ist das Notizbuch in sechs Farben erhältlich. Die individuelle Blindprägung auf dem Einband macht es zum stilvollen Werbeträger – ökologisch, hochwertig und vollständig in Deutschland produziert.

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



– Anzeige –

HOCHWERTIGE MIKROFASER-PRODUKTE

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



Wunscherfüller im Glas

Ein Stück Sommer, konserviert in einer Kugel aus Glas: Die „Wunscherfüller“ von Die Stadtgärtner sind echte, **handgepflückte Pusteblumen** aus Nordhorn – gefasst in einer personalisierbaren Geschenkbox. Symbol für Wünsche, Wertschätzung und Naturverbundenheit, entsteht dieses originelle Präsent in Zusammenarbeit mit der örtlichen Lebenshilfe. Die neue große Faltschachtel bietet Raum für Logos und kreative Gestaltung. Einmal kräftig pusten – und mit diesem liebevollen Give-away gute Wünsche stilvoll verschicken.

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



Die Werbebotschaft wächst mit

Mit Samenpapier verleiht die emotion factory dem Begriff „nachhaltige Werbung“ eine lebendige Dimension. Das **biologisch abbaubare Material** enthält eingearbeitete Samen, die nach dem Einpflanzen zu Blumen oder Kräutern heranwachsen – greifbare Markenbotschaften mit Mehrwert. Neben DIN-Formaten sind ab 2.500 Stück auch Sonderformen möglich, von der Lesezeichenblume bis zum Apfelmotiv. Ideal für umweltbewusste Kampagnen, die in Erinnerung bleiben – kreativ, ökologisch und emotional wirksam.

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

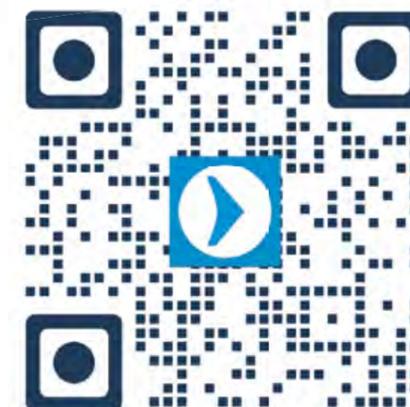


Elegant und natürlich schreiben

Mit dem „Boa matt eco + wood“ erweitert Klio-Eterna sein Sortiment um einen Kugelschreiber, der Nachhaltigkeit und Design elegant verbindet. Hergestellt aus biobasiertem Material mit sichtbaren Holzfasern, verzichtet der **in Deutschland gefertigte Stift** vollständig auf fossile Kunststoffe. In fünf naturnahen Farben erhältlich, überzeugt er nicht nur ökologisch, sondern auch durch seine angenehme Haptik und edle Optik. Die langlebige Silktex-Mine und energieeffiziente Produktion machen ihn zum idealen Begleiter für umweltbewusste Schreibkultur.

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

PSI MEDIA GUIDE 2025



DOWNLOAD NOW!

Vom Experiment zum Statement

Manchmal beginnen die besten Geschichten mit einem kleinen Wagnis. „The Hapticologist“ war so eins – eine Idee, ein Experiment, ein Ausprobieren. Und was soll ich sagen: Es ist mehr als gelungen.

Was am 6. und 7. Mai 2025 auf dem OMR Festival (70.000 Besucher) in Hamburg entstanden ist, war weit mehr als Werbeartikel zwischen Digitalem und einer stylischen Bar. Es war ein Gemeinschaftsprojekt. Acht Lieferanten, drei Berater-Agenturen, PSI und zwei Medienhäuser – und eine Branche, die an einem Strang gezogen hat. Ohne Reibung, ohne Eitelkeiten, mit einem klaren Ziel: haptische Werbung so zu inszenieren, wie sie es verdient.

Dass das ausgerechnet auf Europas größter Digitalbühne funktioniert hat, macht mich stolz: Auf den Zusammenhalt. Auf das Ergebnis. Und auch auf den Mut, es einfach zu tun. „The Hapticologist“ hat gezeigt, was möglich ist, wenn wir als Branche zusammenrücken, übergreifend denken – und Grenzen verschieben. Die Bühne, die wir uns dort geschaffen haben, war laut, bunt, spürbar. Und sie wurde gehört (S. 30ff).

Das Ziel, Aufmerksamkeit für Werbeartikel zu schaffen, ist voll aufgegangen. Die Resonanz war riesig – aus der Digitalbranche, aus dem Marketing, von Menschen, die zum ersten Mal ganz bewusst gespürt haben, was haptische Werbung auslösen kann.

Deshalb ist klar: Solche Momente brauchen eine Fortsetzung, brauchen kreatives Denken, Vielfalt und interdisziplinäre Zusammenarbeit. Sie brauchen eine Plattform und auch einen Ort, an dem sich alle wiederfinden – Händler, Lieferanten, Veredler, Berater und Agenturen. Das PSI ist genau dieser Ort. Mit der PSI Academy am 11. September schaffen wir Raum für Austausch, Wissen und neue Impulse. Und mit den PSI Academy Awards geben wir der Exzellenz unserer Branche eine Bühne – für besonders nachhaltige, kreative oder wirkungsvolle Produkte und Projekte.

Ihre



Petra Lassahn
Director PSI



PSI ACADEMY AWARDS 2025

BEWERBEN SIE SICH JETZT!

NÄHERE INFORMATIONEN
FINDEN SIE HIER:





Berührbar und berührend

Wenn's draußen kälter wird und der Duft von Plätzchen in der Luft liegt, ist die perfekte Zeit für besondere Werbeideen. Gerade zu Weihnachten berühren berührbare (Werbe-)Gaben wie kleine Markenbotschafter mit Herz. Persönlich, greifbar und oft länger in Gebrauch als jede digitale Kampagne. Präsente mit Logo – aber bitte mit Stil! Ob kuschelige Decke mit Branding, edles Genuss-Set oder ein cleveres Gadget als Sonderanfertigung: Werbeartikel, die zum Unternehmen passen und zur Saison, zeigen echte Wertschätzung. Und bleiben – im besten Fall – das ganze Jahr über in Erinnerung. Sonderanfertigungen machen's möglich: Hier wird aus Standard etwas ganz Besonderes. Weihnachten ist eben die Bühne für Emotionen – und kluge Marken nutzen genau das. In dieser Rubrik zeigen wir, wie festliche Werbung auch richtig Eindruck macht. Perfekt dazu passen die Themen unsrer zweiten Produkterubrik: „Spielwaren und Plüschtiere“.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Doppelausgabe August/September 2025 des PSI Journals, die sich den Themengruppen „Eco-friendly und Zero Waste“ sowie „Schokolade, Süßes, Snacks“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens **27. Juni 2025** an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

Vom Schlüsseletui zur Markenvielfalt

Als die Spranz GmbH 1965 von Reinhardt Spranz mit nur einem Mitarbeiter gegründet wurde, waren Führerscheintaschen und Schlüsseletuis die ersten Produkte, mit der man die noch junge Branche belieferte. 60 Jahre später ist das Familienunternehmen mit rund 90 Mitarbeitenden und über 800 Artikeln ein namhafter wie treuer Partner des Werbemittelhandels.



Drei Jahrzehnte starke Werbeträger

Seit drei Jahrzehnten steht Bags by Riedle aus dem baden-württembergischen Langenbrettach für Kompetenz und Full-Service rund um die Entwicklung und Herstellung hochwertiger Papiertaschen. Das praktische Transportmittel entfaltet seine Wirkung als hocheffizienter wie nachhaltiger Werbeträger.



Impressum



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

Herausgeber: Petra Lassahn

Geschäftsleitung: Rachel Travers, Michael Köhler, Ivo Sklenitzka

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

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

Redaktion: Martin Höchemer, Anke Zimmermann, Christian Jacob, Jutta Menzel, Simon Dietzen

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, u.a. Titelmotiv: Adobe Stock.
Redaktionelle Beiträge teilweise unter Verwendung von Fotos von Adobe Stock.

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

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

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

ISSN-Nummer 1436-6193

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

Für Mitglieder des PSI ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten.

RELX produziert gemäß RELX Sustainable Paper Policy

RX Germany

PSI

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

Built by
RX
In the business of
building businesses

Voll im Trend Kräuter- Fruchtgummi




BÄREN[®]
COMPANY

Die Fruchtgummi-Marke von ...



KALFANY
SÜSSE WERBUNG

www.suesse-werbung.de