

# PS1 JOURNAL

**PSI Journal**

Internationales Magazin  
für Werbeartikel

November 2025

64. Jahrgang

Anzeige

## Süße Werbegrüße zu **Ostern**

Unser Dosen-Bestseller  
**jetzt vollständig  
aus Papier!**

Verpackt in  
Papier

**NEU**



**Papier XS-Taschendose**  
mit 6 Füllvarianten

 **KALFANY**  
SÜSSE WERBUNG

[www.suesse-werbung.de](http://www.suesse-werbung.de)

**TIPP**



**CD LUX**  
www.cd-lux.de



**ZUM VERSTECKEN VIEL ZU SCHADE!**  
Süße Ostergrüße individuell bedruckbar und in Premium-Qualität.



**PSI 2026**  
7-9 Januar  
**BESUCHEN**  
**SIE UNS AUF**  
**DER PSI.**  
Halle 10 Stand H 58



# PSI JOURNAL

**PSI Journal**

Internationales Magazin  
für Werbeartikel

Dezember 2025

64. Jahrgang

## PSI 2026

Bereit für den Endsport

### Product Guide

Marken und Klassiker,  
Sommerliches  
Made in Europe/Germany/  
Switzerland/Austria

### PSI Academy Awards

Zukunftsweisende Produkte  
bereichern den Markt

### PSI Product Finder

Produktaktualisierung  
steigert Effizienz

**Europäische Entwaldungsverordnung (EUDR)**  
**Hohes Ziel,**  
**komplizierte Umsetzung**





PSI

**A world of choices –  
yours to explore, yours  
to choose the best.**

**7-9 JAN 2026**  
Exhibition Centre Düsseldorf

# GET YOUR TICKET NOW



SCAN ME

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

**psi-messe.com**



Built by



In the business of  
building businesses



## Editorial

# Spannende Aussichten

**E**s ist wie immer im Leben: Für die einen ist das Glas halbvoll, für die anderen ist es halbleer. Fakt ist, die ökonomische Lage in Europa ist eine klassische Schiefelage. Sie ist instabil, kritisch, krisenhaft. Nur zwei größere Volkswirtschaften, nämlich Polen und Spanien haben Wachstumsraten, die sich sehen lassen können. Der Rest von Europas Wirtschaft dümpelt um das Null-Wachstum herum. Hinzu kommt, dass Donald Trump die ganze Welt mit seinem Zoll-Jojo mehr als nur verunsichert. China profitiert gegenüber Europa mit einem Wechselkurs des Yuan, der nicht in Ordnung ist, sichert sich dadurch aber weltweit enorme Preisvorteile. Alles in allem Gift für die internationale Arbeitsteilung, die viele Jahre auf einem guten Weg war.

Wie also soll das Glas halbvoll sein? Weil die Frauen und Männer in den Regierungen Europas die Probleme wohl mehrheitlich erkannt haben. Was allerdings noch nicht heißt, dass Lösungen schon greifbar sind. Die vergangenen Monate haben aber gezeigt, dass man in Europa zusammenrückt. Ein positiver Effekt der trumpschen Politik. Nahezu überall wird versucht, Bürokratismus in seine Schranken zu weisen. Brüssel-Europa tut sich allerdings noch schwer damit (hierzu auch Seite 12 ff). Durchgehend, bis auf Frankreich, ist erkannt, dass das Überdehnen des Sozialstaates in Ungerechtigkeit und Schuldenfalle mündet. Positiv auch, dass in allen europäischen Staaten die Digitalisierung ganz oben auf der To-do-Liste steht. Der alte Kontinent rüstet sich für die Zukunft. Die „Künstliche Intelligenz“ (KI) wird ihren Beitrag dazu leisten. Wir werden schneller, effizienter und kostengünstiger. Handelsökonomien gehen davon aus, dass Produktivitätsgewinne weltweit den Handel bis 2040 um 40 Prozent ankurbeln werden. Für eine Handelsbranche wie die Werbeartikelwirtschaft gute Vorzeichen.

Es wird also spannend bleiben. Wer in Schiefelagen der Wirtschaft das Richtige tut, der ist für die Zukunft gut aufgestellt. Jetzt muss in Technik, Knowhow und Marketing investiert werden – und in gute Produkte. Die PSI in Düsseldorf bietet all das.

Bleibt mir am Ende des Jahres nur danke zu sagen für all die gute Zusammenarbeit, die wir als Redaktion des PSI Journals im Laufe des Jahres erfahren durften. Wir alle wünschen Ihnen eine friedvolle vorweihnachtliche Zeit, ein schönes Weihnachtsfest und kommen Sie gut ins neue Jahr!

Auf ein Wiedersehen in Düsseldorf

**Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal**

**Ihre Meinung dazu: [schloesser@edit-line.de](mailto:schloesser@edit-line.de)**

Prodir is a brand of Paganini Pens SA.

# MATERIAL DIFFERENCE

prodir.com

**Besuchen Sie uns  
auf der PSI  
7-9.01.2026  
Düsseldorf  
Halle 10, Stand L36**

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| EDITORIAL                                             | 1  |
| INHALT                                                | 2  |
| TRENDS & BRANDS                                       | 4  |
| FOKUS                                                 |    |
| EUDR: Wichtiges Ziel, schwierige Umsetzung            | 8  |
| PSI 2926                                              |    |
| Bereit für den Endsprint                              | 14 |
| PSI ACADEMY                                           |    |
| Zukunftsweisende Produkte bereichern den Markt        | 16 |
| PRODUCT GUIDE                                         |    |
| Marken und Klassiker, Sommerliches                    | 20 |
| BRANCHE                                               |    |
| Unternehmen, Ereignisse, Märkte                       | 42 |
| Goldstar: Vertriebspartner stehen an erster Stelle    | 48 |
| PRODUCT GUIDE                                         |    |
| Made in Europe / Germany, Austria, Switzerland        | 50 |
| UNTERNEHMEN                                           |    |
| WERKHAUS: Nachhaltigkeit auf allen Ebenen             | 63 |
| Gustav Daiber: Corporate Fashion trifft Entertainment | 64 |
| MYPSI                                                 |    |
| Einfache Produktaktualisierung im PSI Product Finder  | 66 |
| PRODUCT GUIDE                                         |    |
| Innovative Produkte                                   | 68 |
| MEINUNG                                               | 70 |
| VORSCHAU – IMPRESSUM                                  | 72 |



# MISTER BAGS®

## Dankbarkeit im Herzen.

## Weihnachten im Blick.

Das Jahr 2025 neigt sich dem Ende zu, ein schöner Moment, innezuhalten und **DANKE** zu sagen. Danke für das Vertrauen, die angenehme Zusammenarbeit und das gute Miteinander.

Wir wünschen Ihnen und Ihren Familien eine besinnliche Weihnachtszeit, erholsame Feiertage und einen erfolgreichen Start in ein gesundes, glückliches Jahr 2026.

Wir freuen uns bereits jetzt auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit.

Das gesamte Team von Mister Bags wünscht Ihnen eine fröhliche Weihnachtszeit und einen guten Rutsch.



# MISTER BAGS®

Phil

Lisa

Nicole

Maime

Tobi Chris



## EUDR: Hohes Ziel, komplizierte Umsetzung

8

Die EU will mit der Entwaldungsverordnung (EUDR) weltweit Entwaldung und Waldschädigung reduzieren: Bestimmte Rohstoffe und daraus hergestellte Produkte aus entwaldeten Flächen sollen nicht mehr auf den europäischen Markt gelangen. Die Wirtschaft unterstützt dieses Ziel – doch die Ausgestaltung stellt viele Unternehmen vor kaum lösbare Aufgaben.

## PSI 2026: Bereit für den Endspurt in Düsseldorf

14

Die PSI rückt näher und bei Ausstellern, Besuchern und dem Messteam werden die Tage vom 7. bis 9. Januar 2026 nun im Detail geplant. Viele Sonderflächen, ein attraktives Rahmenprogramm und eine tolle Party-Nacht bieten Inspiration und Praxiswissen, aber auch Networking und Spaß – also alles, was das Business spannend und erfolgreich macht.



## Vertraut. Wertig. Wirksam.

20

Wenn Qualität, Stil und Verlässlichkeit auf sommerliche Leichtigkeit treffen, entsteht die perfekte Bühne für starke Werbebotschaften. Im ersten Themenschwerpunkt dieser Ausgabe dreht sich alles um Artikel der Bereiche „Marken, Klassiker, Sommerliches“. Wer auf Authentizität, Wertigkeit und smarte Kommunikation setzt, wird hier fündig.



## WERKHAUS: Nachhaltigkeit auf allen Ebenen

63

Das niedersächsische Unternehmen WERKHAUS ist Sieger des Deutschen Nachhaltigkeitspreises (DNP) 2026 in der Kategorie „Bürobedarf und Werbeartikel“. Die renommierte Auszeichnung würdigt damit das konsequente Engagement für ökologische Verantwortung, Kreislaufwirtschaft und faire Arbeitsbedingungen.



# Festlich werben und emotional punkten

Die Vorweihnachtszeit ist emotional aufgeladen. Unternehmen nutzen diese Phase, um mit symbolträchtigen Präsenten Dankbarkeit zu zeigen und nachhaltig im Gedächtnis zu bleiben. Der Schlüssel liegt im richtigen Timing und der Zielgruppenansprache. Ein früh versandtes, persönlich gestaltetes Präsent kommt immer gut an. Wer hier auf Qualität, Emotion und Individualität setzt, stärkt nicht nur die Kundenbindung, sondern positioniert sich auch als moderner und wertschätzender Partner. In der Weihnachtszeit zählt nicht die Menge, sondern die Botschaft.

Ein individuell gestalteter Adventskalender oder ein regionaler Gourmetkorb wirken nicht nur als materielle Wertschätzung, sondern schaffen emotionale Bindung. Besonders erfolgreich sind Präsente, die Nachhaltigkeit und Festlichkeit verbinden – etwa Sets in kompostierbarer Verpackung oder wiederverwendbare Stoffbeutel. Sie unterstreichen die Markenwerte und werden im Alltag weitergenutzt, was die Sichtbarkeit verlängert.

## Kuschelweich für den Ozean

Die Wiederaufbereitung von Kleidungsstücken und das Recycling von Kunststoffen sind hier der Startpunkt für nachhaltig produzierte und weiche Sauna- und Strandtücher. Unter dem Label „OceanTowel“ entstehen auch Sonderanfertigungen der Hamam- und Saunatücher aus 100 Prozent recycelten Garnen. Zwei Prozent des Gewinns gehen an die Partner One Earth und One Ocean.

**Alta Seta GmbH & Co. KG**

[www.alta-seta.de](http://www.alta-seta.de)

PSI 45461



## Knusperfeine Weihnachtsbäckerei

Wenn die Tage kürzer werden, ist die festlichste Zeit des Jahres nicht mehr weit. Ein Backbuch mit 40 himmlischen Keksdesigns ist perfekt für die gemeinsame Weihnachtsbäckerei mit der Familie, die vorweihnachtliche Abendgestaltung mit Freunden oder einfach zum Abschalten ganz allein. Auf Wunsch kann ein Logo oder Produkt des werbenden Unternehmens platziert werden.

**Edition Michael Fischer GmbH**

[www.emf-verlag.de](http://www.emf-verlag.de)

PSI 49982



## So verkürzt man die Wartezeit aufs Fest

Der Klassiker in jedem Büro, im Kinderzimmer und überall dort, wo man sich auf Weihnachten freut: Der Adventskalender mit seinen süßen Überraschungen ist an den letzten 24 Tagen vor dem Fest ungeschlagenes Highlight. Er ist Botschafter der Marke und gleichzeitig ein Dankeschön, das jeden Tag neu an eine gute Zusammenarbeit während des ganzen Jahres erinnert.

**CHOCOLISSIMO**

<https://b2b.chocolissimo.de>

PSI 48316



A promotional advertisement for Daiber's Colour-Block styles. The image features three models: a man on the left in a teal and white block t-shirt, a woman in the center with a large afro wearing a blue and white block t-shirt, and a man on the right in a beige and white block hoodie. They are standing in front of a modern building with vertical gold-colored slats. The text 'ENTDECKE UNSERE COLOUR-BLOCK STYLES' is prominently displayed in the center, with 'Der Trend für Farbenthusiasten' below it. The Daiber logo and website are at the bottom.

# ***ENTDECKE UNSERE COLOUR-BLOCK STYLES***

**Der Trend für Farbenthusiasten**

[www.daiber.de](http://www.daiber.de)

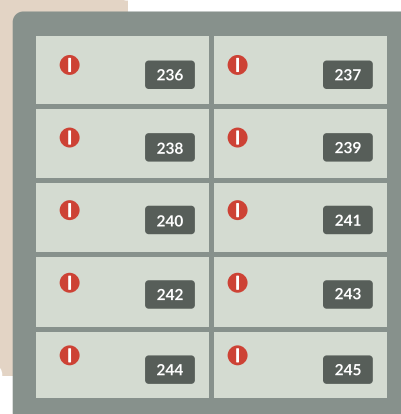
*daiber*



### Natürlicher Gruß mit Wachstumseffekt

Dieser Saattgüß kombiniert nachhaltige Werbung mit kreativem Design. Ein hochwertiges Saatgut-Tütchen ist an einem Holzspatel befestigt und wird von einer individualisierbaren Banderole verdeckt. Diese besondere Präsentation macht ihn zu einem Markenbotschafter der kreativen Art. Alternativen sind das Saatkonfetti im Pergamin-Tütchen oder die Postkarte als Saattpapier.

**TDJ Stadtgärtner GmbH**  
[www.diestadtgaertner.de](http://www.diestadtgaertner.de)  
 PSI 49090



# Kommunikation mit Haptik und Mehrwert

Mailing-Beilagen sind ein bewährtes Instrument der direkten Kundenansprache. Im Gegensatz zu digitalen Werbeformaten, die oft übersehen werden, erzwingen sie eine bewusste Wahrnehmung – sei es als Gutschein in einer Rechnung, Produktprobe in einer Fachzeitschrift oder personalisiertes Give-away im Versandpaket. Ihr größter Vorteil liegt in der Kombination aus Haptik und Kontextbezug: Was der Empfänger in Händen hält, prägt sich ein und schafft eine emotionale Verbindung zur Marke.

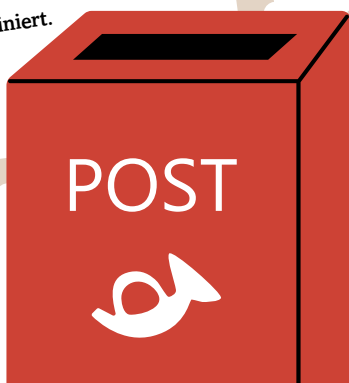
Besonders effektiv sind Beilagen, wenn sie einen klaren Nutzen bieten. Ein Saatgut-Tütchen im Gartensortiment oder ein Rabattcode im Paket fördern die Kundenbindung. Durch die gezielte Ansprache lassen sich Botschaften präzise platzieren. Zudem ermöglichen sie eine nahtlose Verknüpfung mit digitalen Kanälen, etwa durch QR-Codes, die zu exklusiven Angeboten führen und werden so zum kostengünstigen, aber wirkungsvollen Werkzeug für langfristige Kundenbeziehungen.



### Kunden gewinnen mit „Drei gewinnt“

Ganz gleich, ob man es als Tic Tac Toe, Drei gewinnt oder Dodelschach kennt: Das simple Schnellspiel ist immer für einen Pausenfüller gut. Besonders die nachhaltige Version aus FSV-zertifiziertem Birkenesperrholz im biologisch abbaubaren Pergamin-Beutel passt in jeden Umschlag. Ein Spiel, das Strategie, Nachhaltigkeit und Spaß ideal kombiniert.

**tobra GmbH & Co. KG**  
[www.tobra.io](http://www.tobra.io)  
 PSI 47317



### Ein Gramm sorgt für sauberen Weingenuß

Mit seinem Fliegengewicht von nur einem Gramm und seinem ultraflachen Design ist der DropStop der optimale Mailing- oder Magazinbeileger. Er ist wiederverwendbar und dient dem Empfänger für lange Zeit als nützlicher Helfer für mehr Sauberkeit beim Ausschenken verschiedenster Getränke. DropStop wird in unterschiedlichsten Varianten und Individualisierungsmöglichkeiten angeboten.

**Kandinsky Deutschland GmbH**  
[www.kandinsky.de](http://www.kandinsky.de)  
 PSI 46232



# THE POWER OF DIGITAL PRINTING

➤ **PSI**

Besuchen Sie uns  
auf der PSI: Halle 10,  
Stand L56

**Neu**

**THE COLLECTION | 26**  
**UND DREI NEUE, EINZIGARTIGE**  
**DRUCKTECHNIKEN**

**TOPPOINT**



Die EU will mit der Entwaldungsverordnung (EUDR) weltweit Entwaldung und Waldschädigung reduzieren: Bestimmte Rohstoffe und daraus hergestellte Produkte aus entwaldeten Flächen sollen nicht mehr auf den europäischen Markt gelangen. Die Wirtschaft unterstützt dieses Ziel – doch die Ausgestaltung stellt viele Unternehmen vor kaum lösbare Aufgaben.



Die globale Zerstörung der Waldflächen schreitet unaufhörlich voran. Die Hauptursachen: Landnutzung durch großflächige Monokulturen wie Kaffee, Kakao oder Soja, aber auch Straßenbau und Brennholzgewinnung. Das Ausmaß der Verwüstung wird im Luftbild besonders deutlich.

# Europäische Entwaldungsverordnung (EUDR)

## Hohes Ziel, komplizierte Umsetzung

**E**nde des Jahres soll die „EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte“ (EUDR, Regulation on deforestation-free products) in Kraft treten. Dann müssen Unternehmen mit Sitz in der EU den Nachweis erbringen, dass ihre Produkte einschließlich ihrer Bestandteile nicht von Flächen stammen, die nach dem 31. Dezember 2020 entwaldet worden sind. Unter diese Nachweispflicht fallen relevante Rohstoffe wie Rindfleisch, Palmöl, Soja, Kaffee, Kakao, Holz und Kautschuk, denn ihre Produktion vernichtet global die größten Waldflächen. Betroffen ist eine kaum überschaubare Menge an Erzeugnissen, die auf diese Rohstoffe zurückgehen, darunter auch viele Produkte, die auf dem Werbeartikelmarkt vertrieben werden.

### Werbeartikelbranche ist auch betroffen

Das Thema beschäftigt Hersteller, Importeure und Händler aus nahezu allen Wirtschaftszweigen, auch die Werbeartikelbranche mit ihrem breiten Produktspektrum. In den Geltungsbereich der Verordnung fallen nicht nur die klassischen Holzprodukte selbst, sondern beispielsweise auch Schokolade und Pralinen, Notizbücher und andere Artikel aus/mit Papier, aber auch Karton, Verpackungen und Kulinarisches. Viele Unternehmen mit relevantem Produktangebot befürchten neuen bürokratischen Aufwand und stehen der aktuellen Ausgestaltung kritisch gegenüber. Die Verordnung wird europaweit kontrovers diskutiert, sie ist bereits mehrfach geändert und ihr Geltungsstart verschoben worden. Aktuell liegt ein erweiterter Vorschlag der EU-Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat zur Prüfung und Abstimmung vor. Brisant in der jetzigen Situation sind Zeitdruck und Rechtsunsicherheit.

### Aufwändige Dokumentation

Unternehmen müssen für relevante Produkte große und teils schwer zugängliche Datenmengen zusammentragen und durch die Lieferkette transparent machen, um nachzuweisen, dass die Herstellung ihrer Produkte keine Entwaldung begünstigt hat. Hierfür sind beim erstmaligen Inverkehrbringen Geodaten zu erfassen und in der nachgelagerten Lieferkette umfangreiche Sorgfaltspflichten zu erfüllen. Gerade kleine und mittlere Unternehmen verfügen oft nicht über die nötigen Ressourcen, um diese komplexen Nachweise zu erbringen. Erschwerend kommt hinzu, dass einige wichtige Handelspartner – darunter China – teilweise die Herausgabe der geforderten Geodaten verweigern. Die Gefahr von Lieferengpässen oder sogar Importstopps liegt auf der Hand.

### Weiterhin Rechtsunsicherheit

Die EUDR als ein Bestandteil des Green Deal ist bereits 2023 in Kraft getreten und sollte ursprünglich Ende 2024 für Industrie und Handel verbindlich werden. In letzter Minute wurde der Termin jedoch um ein Jahr verschoben, denn die europäischen Marktteilnehmer haben sich vehement dagegen gewehrt – obwohl sie mehrheitlich die Verordnung als ein wirksames Instrument gegen Entwaldung befürworten. Allerdings sahen sich die Unternehmen nicht in der Lage, zum Stichtag die umfangreichen gesetzlichen Vorgaben zu erfüllen. Vor allem waren die technischen Voraussetzungen und die erforderlichen Systeme seitens der EU noch nicht so weit ausgereift, dass sie eine rechtzeitige und reibungslose Nutzung erlaubt hätten. Diese Probleme sind bis heute noch nicht völlig behoben, das EU-Informationssystem ist nach wie vor den zu er- >>



Dass die Entwaldung gestoppt werden muss, wird auch seitens der verantwortungsbewussten Wirtschaft vertreten. Ob der derzeit von der EUDR verfolgte Weg hierzu geeignet ist, bleibt umstritten.



>> wartenden großen Datenmengen nicht gewachsen und viele Fragen sind noch offen – das bedeutet weiterhin Rechtsunsicherheit für die betroffenen Akteure.

### Mehrfache Verschiebung und Änderungen

Daher hat die Europäische Kommission – auch auf Druck der Wirtschaft – im September 2025 einen Änderungsvorschlag vorgelegt, der unter anderem die nochmalige Verschiebung des Geltungsbeginns auf Ende 2026 vorsieht. Nur einen Monat später (am 21.10.2025) hat sie diesen Vorschlag konkretisiert und weiter ausgeführt: Grundsätzlich soll der Anwendungsbeginn ab 30.12.2025 beibehalten werden. Allerdings gelten neue Übergangsfristen: Nur für Kleinst- und Kleinunternehmen wird der Anwendungsstart um ein Jahr auf den 30.12.2026 verschoben. Für große und mittlere Unternehmen gilt weiterhin der 30.12.2025. Allerdings werden sie während einer Übergangsfrist von 6 Monaten nicht mit Sanktionen belegt, falls sie bei einer Kontrolle die Vorgaben der EUDR nicht erfüllen. Zudem soll es vereinfachte Meldepflichten für Klein- und Kleinstunternehmen geben und für Händler sowie nachgelagerte Lieferketten sind Entlastungen vorgesehen.

Marcus Sperber, elasto

### „Wir brauchen praktikable Lösungen statt Symbolpolitik.“

Das Ziel der EU-Entwaldungsverordnung ist richtig – der Weg dorthin völlig falsch. Wer solche Regeln beschließt, hat offensichtlich noch nie gesehen, wie komplex Lieferketten in der Praxis sind. Ein einfaches Notizbuch kann mehrere Holzarten enthalten. Für jede einzelne sollen künftig Geokoordinaten, Risikobewertungen und Chargenmeldungen vorliegen – bevor die Ware überhaupt eingeführt wird. Das ist kein Umweltschutz, das ist Bürokratie pur. Und sie trifft ausgerechnet diejenigen, die verantwortungsvoll handeln. Ohne verlässliche Datenbasis und klare Standards sollen Unternehmen plötzlich selbst zu Risikoanalysten werden. Das schafft keine Transparenz, sondern lähmt. Wir bei elasto stehen für Nachhaltigkeit und faire Lieferketten. Aber was hier von Mittelständlern verlangt wird, ist in der Realität kaum machbar. Wir sprechen von Hunderten Produkten und Tausenden Einzelkomponenten, für die künftig jedes Gramm Holz bis zur Quelle zurückverfolgt werden soll. Natürlich passen wir unsere Systeme an – mehr Digitalisierung, engere Zusammenarbeit mit Lieferanten, präzisere Dokumentation. Doch all das kostet Zeit, Geld und Energie, die wir lieber in echte Nachhaltigkeit investieren würden. Wir brauchen praktikable Lösungen statt Symbolpolitik. Wenn Regulierung dazu führt, dass faire Unternehmen vom Markt verschwinden, läuft etwas grundlegend schief.



Das Ziel der EU-Entwaldungsverordnung ist richtig – der Weg dorthin völlig falsch. Wer solche Regeln beschließt, hat offensichtlich noch nie gesehen, wie komplex Lieferketten in der Praxis sind. Ein einfaches Notizbuch kann mehrere Holzarten enthalten. Für jede einzelne sollen künftig Geokoordinaten, Risikobewertungen und Chargenmeldungen vorliegen – bevor die Ware überhaupt eingeführt wird. Das ist kein Umweltschutz, das ist Bürokratie pur. Und sie trifft ausgerechnet diejenigen, die verantwortungsvoll handeln. Ohne verlässliche Datenbasis und klare Standards sollen Unternehmen plötzlich selbst zu Risikoanalysten werden. Das schafft keine Transparenz, sondern lähmt. Wir bei elasto stehen für Nachhaltigkeit und faire Lieferketten. Aber was hier von Mittelständlern verlangt wird, ist in der Realität kaum machbar. Wir sprechen von Hunderten Produkten und Tausenden Einzelkomponenten, für die künftig jedes Gramm Holz bis zur Quelle zurückverfolgt werden soll. Natürlich passen wir unsere Systeme an – mehr Digitalisierung, engere Zusammenarbeit mit Lieferanten, präzisere Dokumentation. Doch all das kostet Zeit, Geld und Energie, die wir lieber in echte Nachhaltigkeit investieren würden. Wir brauchen praktikable Lösungen statt Symbolpolitik. Wenn Regulierung dazu führt, dass faire Unternehmen vom Markt verschwinden, läuft etwas grundlegend schief.

Das Ziel der EU-Entwaldungsverordnung ist richtig – der Weg dorthin völlig falsch. Wer solche Regeln beschließt, hat offensichtlich noch nie gesehen, wie komplex Lieferketten in der Praxis sind. Ein einfaches Notizbuch kann mehrere Holzarten enthalten. Für jede einzelne sollen künftig Geokoordinaten, Risikobewertungen und Chargenmeldungen vorliegen – bevor die Ware überhaupt eingeführt wird. Das ist kein Umweltschutz, das ist Bürokratie pur. Und sie trifft ausgerechnet diejenigen, die verantwortungsvoll handeln. Ohne verlässliche Datenbasis und klare Standards sollen Unternehmen plötzlich selbst zu Risikoanalysten werden. Das schafft keine Transparenz, sondern lähmt. Wir bei elasto stehen für Nachhaltigkeit und faire Lieferketten. Aber was hier von Mittelständlern verlangt wird, ist in der Realität kaum machbar. Wir sprechen von Hunderten Produkten und Tausenden Einzelkomponenten, für die künftig jedes Gramm Holz bis zur Quelle zurückverfolgt werden soll. Natürlich passen wir unsere Systeme an – mehr Digitalisierung, engere Zusammenarbeit mit Lieferanten, präzisere Dokumentation. Doch all das kostet Zeit, Geld und Energie, die wir lieber in echte Nachhaltigkeit investieren würden. Wir brauchen praktikable Lösungen statt Symbolpolitik. Wenn Regulierung dazu führt, dass faire Unternehmen vom Markt verschwinden, läuft etwas grundlegend schief.

### Kritik an der Ausgestaltung der Verordnung

Aus der Sicht der deutschen Bundesregierung geht der jüngste Vorschlag der EU-Kommission in die falsche Richtung. Der Bundesminister für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat, Alois Rainer, fordert eine grundlegende Überarbeitung: „Die wichtigste Forderung, die Null-Risiko-Variante, ist nicht in dem vorgelegten Vorschlag enthalten. Der Bürokratieaufwand bleibt damit unverändert viel zu hoch und belastet Unternehmen unnötig. Der heute vorgestellte Vorschlag ist in dieser Form deshalb nicht akzeptabel und muss dringend überarbeitet werden. In Deutschland gibt es keine Entwaldung, das muss sich in der Verordnung auch widerspiegeln. Dass die EUDR neuerdings nur für kleine Unternehmen verschoben werden soll, ist so nicht hinnehmbar und trifft viele Betriebe überraschend. Dieser Vorschlag ist trotz einiger Verbesserungen völlig ungenügend und geht an der Realität der Menschen in Europa vorbei. Wir brauchen eine neue, praxistaugliche Variante, die Rechtssicherheit schafft und unsere Wirtschaft nicht zusätzlich hemmt“, erklärte Rainer. Der jüngste und umfassendere Vorschlag der EU-Kommission ist *(bei Redaktionsschluss)* noch nicht beschlossen. Der Europäische Rat und das EU-Parlament werden als nächstes darüber beraten und abstimmen. Sollten sie die Vorschläge der Kommission nicht annehmen, bleibt es beim Anwendungsstart der EUDR am 30. 12. 2025 – ohne Veränderungen.

### Unumstrittener Handlungsbedarf

Das Ziel ist klar und der Handlungsbedarf ebenfalls: EU-Bürger sollen mit ihrem Konsum nicht dazu beitragen, dass die globalen Waldflächen weiter schrumpfen. Die Realität sieht jedoch anders aus: Die Zerstörung der Wälder geht kaum zurück, und die EU steht in diesem Zusammenhang nicht gut da. Denn nach Recherchen des ZDF verursachen die Importe der EU jährlich die Abholzung von rund 190.000 Hektar Wald, das entspricht etwa einem Drittel des Schwarzwaldes. Damit steht Deutschland nach den Niederlanden an Platz zwei der Verursacher von Waldzerstörung durch Importgüter. Das Ziel, bis 2030 die weltweit fortschreitende Entwaldung zu stoppen, rückt immer weiter in die Ferne. Agrarnutzung, Straßenbau und Brennholzgewinnung als Hauptursachen der Entwaldung müssen begrenzt und so gestaltet werden, dass die lebensnotwendige Biodiversität und die Klimafunktion der Wälder erhalten bleiben. Verschärft wird das Problem durch illegale Abholzung und Umgehung von Gesetzen, die von der internationalen Agrarindustrie und von skrupellosen Geschäftemachern gleichermaßen vorangetrieben werden. Hier setzt die EUDR an, indem Marktteilnehmer entlang der Lieferkette nachweisen müssen, dass für ihre Produkte keine Waldflächen verloren gingen. Umweltschützer und NGOs kämpfen seit Langem für Regulierung der Landnutzung und nachhaltige Forstwirtschaft. >>



### EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte: Änderungsvorschlag der EU-Kommission vom 21.10.2025

- ▶ Für Kleinst- und Kleinunternehmen wird der Anwendungsstart der Verordnung auf den 30. Dezember 2026 verschoben.
- ▶ Für mittlere und Großunternehmen gilt weiterhin der 30. Dezember 2025. Allerdings werden sie sechs Monate lang nicht mit Sanktionen belegt, falls sie bei einer Kontrolle nicht die Vorgaben der EUDR erfüllen sollten.
- ▶ Marktteilnehmer und Händler der nachgelagerten Lieferkette sollen nicht mehr verpflichtet sein, Sorgfaltserklärungen vorzulegen. Die erste Meldung durch den Inverkehrbringer genügt für die gesamte Lieferkette. Diese Maßnahme würde das EU-Informationssystem deutlich entlasten und effizienter machen.



Europäische Unternehmen sind bereits mit gesetzlichen Vorgaben überlastet und sehen jede zusätzliche Anforderung kritisch. Auf die Anbieter EUDR-relevanter Produkte kommen weitere Sorgfaltspflichten zu.

### Kontroverse Diskussion

Der Erhalt der Wälder ist elementar und jeder, der über den Tellerrand hinausschaut, wird sich dafür einsetzen. Doch die Sorge vor einem komplizierten und zeitraubenden Handling haben zur Forderung nach Verschiebung der EUDR geführt. Der WWF schätzt, dass allein wegen der Verzögerung um ein weiteres Jahr mehr als 30 Millionen Bäume verloren gehen würden. Zudem verliere die EU damit Vertrauen weltweit und gegenüber Unternehmen, die sich bereits auf die Verordnung eingestellt haben, so der WWF. Die promovierte Forstwissenschaftlerin Elisabeth Hoch, Co-Autorin des Forest Declaration Assessment 2025, wird auf der ZDF-Plattform zitiert: „Praktisch jeder internationale Großkonzern will klimaneutral werden – zumindest offiziell. Recherchen zeigen jedoch: Ambitionierte Klimaversprechen sind häufig wenig mehr als heiße Luft.“ Die Wissenschaftlerin hofft, dass die EUDR nicht noch weiter aufgeweicht wird. Wie unsere kleine Umfrage in der Branche zeigt, stehen die Unternehmen hinter der EUDR, auch wenn sie sich mehr Praxisnähe und Augenmaß bei der Ausgestaltung wünschen. <

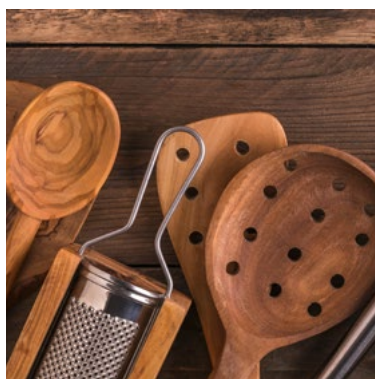
Fabian Frank, Holz Frank

### „Wir begrüßen die EUDR und sind startklar.“

Wir sind inhaltlich bereit und begrüßen die EUDR ausdrücklich. Entscheidend wird jetzt eine praxisnahe, schlanke Umsetzung: Die Prozesse müssen für Unternehmen – insbesondere KMU – unkompliziert handhabbar sein. Ich setze darauf, dass Warenwirtschafts-/ERP-Hersteller die Anforderungen zügig standardisiert per API abbilden, damit Datenfluss und Nachweise ohne Medienbruch funktionieren. Als Holzunternehmen liegt uns der Wald am Herzen. Deshalb wünsche ich mir, dass Grauzonen vermieden und die Regeln konsequent und einheitlich durchgesetzt werden. Positiv ist, dass wir – wie viele in unserer Branche – bereits umfangreich



FSC®-zertifiziert sind. Diese etablierten Prozesse erleichtern die Umstellung spürbar. Wir sind mit allen Produkten von der EUDR betroffen und haben unsere Hausaufgaben gemacht: Prozesse, Verantwortlichkeiten und Datenerhebung sind eingerichtet, die relevanten Nachweise werden bereits systematisch gesammelt und dokumentiert. Unsere FSC®-Zertifizierung und der hohe Anteil FSC®-zertifizierter Produkte haben die Vorarbeit erleichtert – viele Abläufe und Anforderungen an Rückverfolgbarkeit sind dadurch bereits gelebte Praxis. Ziel ist eine vollständig digitale Kette von der Beschaffung bis zur Auslieferung, damit wir Behörden- und Kundenanforderungen transparent, reversionssicher und effizient erfüllen. Kurz: Wir sind startklar – und freuen uns, dass die EUDR nun kommt.



# EUDR-Sorgfaltspflicht im Überblick

**Die EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR) unterscheidet zwischen Marktteilnehmern und Händlern sowie zwischen vor- und nachgelagerter Lieferkette und gibt unterschiedliche Pflichten vor. Wer muss was genau tun?**

Alle relevanten Rohstoffe und Erzeugnisse aus Anhang I der EUDR müssen Art. 3 der Verordnung entsprechen.

Diese **Voraussetzungen** müssen erfüllt sein:

- ▶ Sie sind entwaldungsfrei.
- ▶ Sie wurden gemäß den einschlägigen Rechtsvorschriften des Erzeugerlandes erzeugt (Rechtsvorschriften gemäß Art. 2 Nr. 40).
- ▶ Für sie liegt eine Sorgfaltserklärung vor.

Um dies zu gewährleisten, müssen Unternehmen (gemäß Art. 8 ff. und Art. 12 f. EUDR) ein **Sorgfaltspflichten-system** etablieren und jährlich auf Aktualität hin überprüfen sowie für fünf Jahre im Unternehmen aufbewahren. Wer kontrolliert wird, muss der zuständigen Behörde die eigene Sorgfaltspflichtenregelung vorlegen.

**Entwaldungsfrei** bedeutet, dass die relevanten Rohstoffe nicht auf Flächen erzeugt worden sein dürfen, die nach dem 31. Dezember 2020 entwaldet wurden oder – im Falle von Holz und Holzserzeugnissen – dass das Holz aus dem Wald geschlagen wurde, ohne dass es dort nach dem 31. Dezember 2020 zu Waldschädigung gekommen ist.

**Angaben zur Geolokalisierung** aller Grundstücke im Sinne von Art. 9 Abs. 1 Buchstabe d) EUDR: Jede Entwaldung oder Waldschädigung auf den betreffenden Grundstücken hat automatisch zur Folge, dass alle relevanten Erzeugnisse und relevanten Rohstoffe von diesen Grundstücken vom Inverkehrbringen, von der Bereitstellung auf dem Unionsmarkt oder von der Ausfuhr ausgeschlossen sind.

Durch Übermittlung einer **Sorgfaltserklärung** bestätigt der Marktteilnehmer, dass er die Sorgfaltspflicht gemäß der EUDR durchgeführt hat, und dass kein oder lediglich ein vernachlässigbares Risiko dahingehend festgestellt wurde, dass die relevanten Erzeugnisse gegen Artikel 3 Buchstaben a) und b) dieser Verordnung verstoßen (Anhang II EUDR).

Unternehmen dürfen dabei Dritte mit der Abgabe der Sorgfaltserklärung im EU-Informationssystem bevollmächtigen oder beauftragen. Es gibt kein auszufüllendes Standardformular der Sorgfaltserklärung, das eingesendet werden kann: **Die Abgabe der Sorgfaltserklärung erfolgt ausschließlich digital im EU-Informationssystem.** Alle Informationen, die zur Eingabe nötig sind, sind im Anhang II EUDR genau aufgelistet.

Die **Sonderregelung zur „Vereinfachten Sorgfaltspflicht“** gilt für relevante Rohstoffe und Erzeugnisse aus Ländern, die von der EU-Kommission als Länder mit geringerem Risiko für Entwaldung eingestuft wurden.

## Kontrollen der BLE:

- ▶ Prüfung der Sorgfaltspflichtregelung, einschließlich Risikobewertungs- und Risikominderungsverfahren sowie der dazugehörigen Unterlagen.
- ▶ Prüfung von Unterlagen und Aufzeichnungen, aus denen hervorgeht, dass ein bestimmtes Produkt der Verordnung entspricht, einschließlich der einschlägigen Sorgfaltserklärungen.
- ▶ Zu den weiteren Aufgaben der BLE gehören auch die Anordnung von Korrekturmaßnahmen, Ahndung von Verstößen sowie die Zusammenarbeit mit Zollbehörden, mit Behörden anderer Mitgliedstaaten und der Kommission.

## ▶ Detaillierte Informationen zur EUDR:

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, [www.ble.de](http://www.ble.de)

## ▶ Informationen zum Geltungsbereich:

<https://www.ble.de/DE/Themen/Wald-Holz/Entwaldungsfreie-Produkte/Geltungsbereich/>

## ▶ Informationen zum EU-Informationssystem:

<https://eudr.webcloud.ec.europa.eu/tracesnt/login>

Die PSI rückt näher und bei Ausstellern, Besuchern und dem Messteam werden die Tage vom 7. bis 9. Januar 2026 nun im Detail geplant. Viele Sonderflächen, ein attraktives Rahmenprogramm und eine tolle Party-Nacht bieten Inspiration und Praxiswissen, aber auch Networking und Spaß – also alles, was das Business spannend und erfolgreich macht.

## Branchentreffpunkt PSI 2026

# Bereit für den Endspurt



**D**ie Branche und das PSI-Messteam bereiten sich auf den Endspurt der PSI 2026 in den Hallen 9, 10 und 11 des Düsseldorfer Messegeländes vor. Schon in weniger als zwei Monaten werden sich die Tore der europäischen Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising wieder öffnen. Für Werbeartikelprofis aus aller Welt ist die PSI der unentbehrliche Innovations-Hotspot und wichtigste Branchentreffpunkt zum Jahresauftakt. Aus ihr gehen immer wieder Produkt-Highlights, viele Klassiker, Bestseller und kreative Ideen hervor. Sie legt den Grundstein für Freundschaften und Karrieren und bringt seit über 60 Jahren die vielen Interessen, Bedürfnisse und Möglichkeiten von Fachbesuchern und Ausstellern zusammen. Im Januar findet die PSI zum letzten Mal in Düsseldorf statt, bevor sie nach Köln umzieht. Dort bieten sich neue Entwicklungsmöglichkeiten und es wird mehr Terminalsicherheit geben. Ob nun Düsseldorf oder Köln – „Home ist where PSI is“!

### Messestart am Mittwoch

Eine wichtige Änderung im Vergleich zu den Vorjahren: Die PSI 2026 beginnt ausnahmsweise an einem Mittwoch statt wie gewohnt am Dienstag. „Dienstag, der 6. Januar 2026, ist in vielen Ländern ein gesetzlicher Feiertag. Um sicherzustellen, dass der traditionell starke erste Messetag nicht durch Abwesenheit wichtiger Fachbesucher beeinträchtigt wird, haben wir den Start der PSI 2026 um einen Tag verschoben“, erläutert Petra Lassahn, Director PSI. „So garantieren wir drei Tage voller intensiver Begegnungen und Produktpräsentationen.“ Die Messe läuft also von Mittwoch bis Freitag – eine sinnvolle Terminanpassung, die vielen Unternehmen die Teilnahme erleichtert. Schon jetzt haben namhafte Aussteller ihre Stände gebucht, darunter Anda Present, BIC GRAPHIC EUROPE, doppler + Knirps H. Würflingsdober, Easy Gifts, elasto, Giving Europe, Goldstar Europe, Inspirion, JUNG since 1828, Kalfany Süße Werbung, Koziol, MACMA Werbear-

tikel, magna sweets, Mahlwerck Porzellan, MAKITO, Nestler-matho, Neutral, Paul Stricker, Schwan-STABILO, SENATOR, SOLO midocean, Spranz, Prodir, REFLECTS, Reisensthele Accessoires, Toppoint, TROIKA Germany, uma Schreibgeräte, xd connects sowie die JCK Gruppe mit Daiber, FARE Günther Fassbender, Halfar, der mbw Vertriebsgesellschaft und der SND PorzellanManufaktur.

### Aktuelle Branchenthemen im Fokus

Die PSI 2026 bietet zahlreiche Sonderflächen, die aktuelle Branchenthemen aufgreifen: Im Textile Village in Halle 9 dreht sich alles um Textilien und ihre Einsatzmöglichkeiten in Merchandising und Werbung. In Halle 11 demonstrieren Aussteller auf der Veredelungs-Sonderfläche, wie vielfältig Werbeartikel individuell gestaltbar sind. Ein besonderes Highlight ist die PSI Academy Expo, wo alle nominierten Produkte und Kampagnen der 2025 erstmals verliehenen PSI Academy Awards zu sehen sind. Die Ausstellung versteht sich als Präsentation von Practice Cases und als Inspiration für die Branche. Gleichzeitig kann sie bei Marketeers, Politikern, Verbänden und Sponsoren das Bewusstsein für die Wirkung haptischer Werbung schärfen und sie zeigt eindrucksvoll, wie innovativ, kreativ und nachhaltig Werbeartikel sein können. Um Unternehmen auf diesem Weg zu unterstützen und zukunftsfähig zu machen, wird sich das Workshop-Programm der PSI Academy dem Themenbereich Künstliche Intelligenz (KI) widmen. Das Programm bekommt derzeit noch den letzten Schliff und wird zeitnah veröffentlicht. Wichtig für alle Interessierten: Die PSI Academy wird in gut ausgestattete Konferenzräume umziehen, die mehr Möglichkeiten als bisher bieten.



**Inspiration, Information und Networking:** Die PSI wird auch 2026 wieder das erste Branchen-Highlight des Jahres werden.

### Internationaler Treffpunkt

Auf der PSI sind wieder eine ganze Reihe internationaler Verbände und Netzwerke vertreten. Die International Lounge sowie der Stand von Promo Alliance mit den ASI und Sourcing City in Halle 11 sind zentrale Anlaufstellen für den internationalen Austausch. Klassische Treffpunkte für Gespräche in entspannter Atmosphäre sind auch die Community Cafés in den Hallen 10 und 11. Das PSI selbst informiert am Stand „PSI Membership & Services“ in Halle 11 über die Vorteile einer Mitgliedschaft im größten europäischen Werbeartikel-Netzwerk. Rund die Hälfte der Besucher reist aus dem Ausland an, was die europäische Leitfunktion der Messe unterstreicht. Ein Höhepunkt der PSI 2026 ist die PSI Night am Donnerstag, 8. Januar, die um 19 Uhr in der Nachtresidenz eröffnet wird. Gleich im Anschluss werden langjährige PSI-Mitglieder für ihr Engagement in der Branche ausgezeichnet, bevor das Dinner-Büffet den geselligen Teil der PSI Night einläutet. Ab 22 Uhr startet die PSI Party mit Tanz und Networking. Bereits am Mittwoch, 7. Januar, laden die GWW Young Professionals gemeinsam mit dem PSI um 17 Uhr zum Umtrunk und Austausch an den Stand „The Hap“ (Halle 10, Stand L09) ein.

### Ticketshop ist geöffnet

Der Ticketkauf ist bereits möglich. Neben PSI Mitgliedern haben ausschließlich Fachbesucher Zutritt zur PSI. Als Fachbesucher gelten Händler, Importeure und Hersteller von Werbeartikeln, Dienstleister der Werbeanbringung, Werbeagenturen, Full-Service-Agenturen sowie Marketingberatungen. Nicht-Mitglieder müssen ihre Legitimation im PSI Ticketshop nachweisen. Industriekunden können die PSI wie bisher ausschließlich am 9. Januar 2026 auf Einladung ihres PSI Händlers besuchen. <



## Hochkarätige Nominierungen der PSI Academy Awards 2025

# Zukunftsweisende Produkte und Ideen

Bei der festlichen Verleihung der PSI Academy Awards 2025 wurden die von der Fachjury ausgewählten Gewinner gekürt. Doch nicht nur sie, sondern auch die übrigen Nominierten haben zukunftsweisende Produkte und Kampagnen eingereicht, die alle Aufmerksamkeit verdienen. Wir stellen sie vor – lassen Sie sich inspirieren!

Alle Auszeichnungen der Welt haben dieses Problem: Es können nicht alle gewinnen. Und je vielseitiger und hochkarätiger die Einreichungen sind, desto schwieriger ist der Job der Jury. Das war auch bei den PSI Academy Awards nicht anders: Der fachkundigen Jury des PSI Academy Awards haben die Köpfe geraucht, bis nach intensiven Diskussionen die Sieger feststanden. Das Ergebnis dieser Entscheidungsfindung haben wir Ihnen in der November-Ausgabe präsentiert. Doch wir haben uns auch mit den Unterlagen all der Nominierten beschäftigt, die ganz knapp einen Platz auf dem "Treppchen" verpasst haben. Unter ihnen haben wir bei unserer Nachbetrachtung eine Menge weiterer toller Artikel, Kampagnen und Unternehmen gefunden, die die ungeteilte Aufmerksamkeit der Werbemittelbranche verdienen. Man darf sicher sein, dass auch diese Nominierten sich erfolgreich am Markt behaupten können und werden. Für das PSI Journal Grund genug, Ihnen diese Nominierungen in dieser Ausgabe explizit vorzustellen. Sie dürfen sicher sein, dass Sie hier den einen oder anderen Preisträger kommender Awards entdecken!

### Kategorie Bekleidung und Textilien

#### EcoFlow 10in1 Bandana – Vielseitig und nachhaltig



Das EcoFlow 10in1 ist ein multifunktionales Bandana, das als Halstuch, Stirnband oder Maske tragbar ist und mit wasserloser Sublimation beidseitig bedruckt wird. Es vereint Designfreiheit,

schnelle Produktion und FSC-zertifizierte Verpackung zu einem nachhaltigen Werbeartikel.

Spandia Textile Sp. z.o.o. (brand name: TedGifted)

### Kategorie Kampagne

#### Goldstar® Reborn – Wiedergeburt einer Marke



Goldstar® hat sich in nur fünf Monaten zu einem nachhaltigen, modernen Markenführer gewandelt. Die Kampagne steht für Einfachheit, verantwortungsbewusstes Design und den Weg zur CO<sub>2</sub>-Neutralität.

Goldstar Europe

#### Everlence Brand Launch – Erlebnis mit System



Zum globalen Markenstart von Everlence wurde ein Starterkit mit Kleidung, Flasche und Karte entworfen. Die technische Lösung ermöglichte personalisierte Bestellungen und effiziente, datenschutzkonforme Versandprozesse.

Bensussen Deutsch & Associates GmbH

## Treebytree – Bäume schenken, Zukunft pflanzen



Treebytree ermöglicht Unternehmen und Privatpersonen, Bäume zu verschenken und so Wälder weltweit wiederaufzuforschten. Jedes Geschenk ist digital nachvollziehbar und trägt messbar zum Klimaschutz bei

Treebytree

## The Hapticologist – Erlebnis für alle Sinne



Diese multisensorische Bar verbindet Getränke, Sound, Design und Werbematerial zu einem haptischen Markenerlebnis. Sie steht für kreative Kooperation, Nachhaltigkeit und emotionales Branding.

cyber-Wear Heidelberg GmbH

## Kategorie Lifestyle & Accessoires

### Loop Cup – Nachhaltig feiern



Der Loop Cup ist ein langlebiger Mehrwegbecher aus Deutschland, entwickelt für Großveranstaltungen. Er zeigt, wie praktisches Umweltbewusstsein und Markenbotschaft Hand in Hand gehen.

Bartenbach Werbemittel GmbH & Co. KG

### Milu Thermobehälter – Warm, stylish, wiederverwendbar



Der vakuumisolierte Edelstahlbehälter hält Speisen lange warm oder kalt und ist BPA-frei. Er fördert nachhaltige To-go-Kultur durch Vermeidung von Einwegverpackungen.

Milu

### Adventskalender-Kranz – Tradition trifft Nachhaltigkeit



Der dekorative Adventskranz-Kalender nutzt FSC-zertifizierte Materialien und wiederverwendbare Teelichter. So verbindet er weihnachtliche Stimmung mit Umweltbewusstsein.

ANTS & FRIENDS GmbH

## ÄVA – Ordnung mit Stil



ÄVA ist eine modulare Sammelbox aus Metall und Karton, perfekt für Notizen, Stifte und kleine Utensilien. Nachhaltig gefertigt im DACH-Raum, recyclebar und formschön im Design.

Tiff-Toff Product

## Clip'n'Clean Cloth – Sauber unterwegs



Das Mikrofasertuch aus recycelten PET-Flaschen ist kompakt, bedruckbar und ideal für Bildschirme und Brillen. Mit FSC-Verpackung kombiniert es Funktionalität mit Nachhaltigkeit.

TedGifted

## Idra Living – Trinkgenuss ohne Plastik



Die Edelstahl-Karaffe mit Claysilite-Filter reinigt Wasser in Sekunden – ganz ohne Kunststoff. Alle Teile sind recyclebar oder kompostierbar und sorgen für umweltfreundlichen Trinkkomfort.

Idra Water srl

## newkee Face Sunscreen – Schutz & Pflege



Die vegane Sonnencreme mit SPF 50+ schützt effektiv vor UV-Strahlen und pflegt mit Hyaluronsäure und L-Carnosin. Sie verzichtet vollständig auf Mikroplastik, Duftstoffe und Octocrylene.

Deutsche Kosmetikwerke AG

## Papier-Werbetüte Fruchtgummi – süß und recyclebar



Diese neuartige Werbetüte aus Papier ist vollständig im Altpapier recyclebar. Sie bewahrt Süßigkeiten frisch und stärkt nachhaltige Markenkommunikation.

JUNG since 1828 GmbH & Co. KG

## The Bio Universal Tumbler – Natürlich wiederverwendbar



Der doppelwandige Becher ist biologisch abbaubar, recyclebar und BPA-frei. Er hält Getränke länger warm und zersetzt sich rückstandsfrei, wenn er entsorgt wird.

Keramikos Ltd

## Kategorie Re-Lifestyle

### ZOGI 2nd Matter – Neues Leben für Abfallstoffe



Diese Materialserie verwandelt industrielle Nebenprodukte in nachhaltige Alternativen zu Kunststoff, Holz und Metall. Sie bietet Designfreiheit und eignet sich für individuelle Markenartikel.

ZOGI Europe GmbH

### WOODEN BRICKS – Klemmbausteine aus Holz



OPEN BRICKS produziert passgenaue Holzbausteine aus Buchenholz als nachhaltige Alternative zu Kunststoff. Das Produkt steht für Präzision, Umweltbewusstsein und kreative Markenkommunikation.

OPEN BRICK SOURCE GMBH & CO. KG

### Grüner Hennes – Nachhaltiges Maskottchen



Der 1. FC Köln präsentiert die erste Plüschkollektion, die vollständig aus recycelten Materialien besteht. Der „Grüne Hennes“ ist gemeinsam mit dem zertifizierten Spielzeughersteller Trigon Deutschland entworfen und umgesetzt worden. Trigon steht auch hinter der

bekannten Marke „Semo Plüschtierwelt“ und ist seit Jahren Vorreiter bei der Entwicklung naturgetreuer, individueller Plüschfiguren nach Kundenwunsch. Das nachhaltige Maskottchen ist GRS-zertifiziert und zeigt echtes Umweltengagement im Merchandising.

Trigon Deutschland GmbH

### GreenLoop Memorizer – Erinnerungen mit Haltung



Dieses Armband aus recyceltem PET und Bambus steht für bewussten Konsum und persönliche Bedeutung. Mit individueller Gestaltung und einer schnellen Fertigung vereint es Stil und Nachhaltigkeit.

TedGifted

### EcoMotion Crossbody – Nachhaltig unterwegs



Die Crossbody-Tasche aus recycelten PET-Flaschen kombiniert Stil, Funktionalität und ökologische Verantwortung. Materialien wie Bambus-Weizen-Mix und FSC-Verpackung runden das Konzept ab.

TedGifted

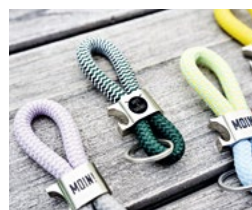
### Betula Natura – Schönheit aus Birkenrinde



Die Pflegeprodukte basieren auf nachhaltiger Birkenrinde und verbinden natürliche Funktionalität mit minimalistischem Design. Handwerklich hergestellt in Deutschland – pflanzenbasiert und besonders ergiebig.

Betula Natura UG

### 2in1 Schlüsselanhänger – Praktisch und personalisierbar



Dieser Schlüsselanhänger aus rPET vereint Design, Qualität und Funktion mit integriertem Flaschenöffner. Er lässt sich farblich an Kunden-CI anpassen und steht für langlebige Nachhaltigkeit.

ANTS & FRIENDS GmbH

### Reusable Fabric Gift Wrap – Wiederverwendbar schenken



FabRap ersetzt Einwegpapier durch stilvolle Stoffverpackungen aus Bio-Baumwolle und Seide. Jede Verpackung ist langlebig, wiederverwendbar und stärkt das nachhaltige Markenimage.

FabRap

## Kategorie Schul- und Bürobedarf

### RECYCLED PET PEN PRO F SI – Verantwortung zeigen



Der Kugelschreiber besteht aus recycelten PET-Flaschen und Aluminiumdosen, beides in Europa verarbeitet. Sein modernes Design und die ClimatePartner-Zertifizierung machen ihn zum grünen Klassiker.

uma Schreibgeräte Ullmann GmbH

## Kategorie Taschen, Gepäck und Reise

### Second Life Laptop Tasche – Müll mit Mehrwert



Aus gebrauchten Messtapeten und Bannern entstehen einzigartige Laptop-taschen. Jedes Stück erzählt die Geschichte einer nachhaltigen Wiederverwertung.

Reciclage GmbH

➤ **PSI**

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

**7 - 9 JAN 2026**

# **PSI NIGHT**

**8 JAN 2026**

## **PSI Night Dinner & Party**

Datum: 8 Januar 2026

Einlass: 19:00 Uhr

## **PSI Night Party**

Datum: 8 Januar 2026

Einlass: 22:00 Uhr

**SICHERE DIR  
JETZT EIN  
TICKET!**



**SCAN ME**

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

**LOCATION**

**event  
residenz**  
*we create good moments*

**Eventresidenz Düsseldorf  
Bahnstraße 13-15  
40212 Düsseldorf**

Wenn Qualität, Stil und  
Verlässlichkeit auf  
**sommerliche Leichtigkeit**  
treffen, entsteht die perfekte  
Bühne für starke  
Werbebotschaften. Sie  
stehen für Vertrauen,  
Langlebigkeit und Werte,  
die man spürt.





## Süße Klassiker neu gedacht

Der Zuckerbäcker verbindet Nostalgie und Trendbewusstsein in perfekter Balance. Ob Fruchtgummis, Lollis oder Bonbons – die liebevoll verpackten Süßigkeiten werden zu Botschaftern guter Laune. Mit individuellen Etiketten, nachhaltigen Verpackungen und sommerlichen Sorten wie Erdbeere oder Wassermelone überzeugen sie als charmante Give-aways, Event-Snacks oder Mailing-Extras. So wird aus jedem Bonbon ein Stück Markenfreude, das lange nachwirkt.



## Riesenhafte Werbung

Die Storck Riesen in der FSC®-Werbeklappkarte von MAGNA sweets verbinden Genuss und Markenbotschaft auf köstliche Weise. Dunkle Schokolade trifft auf zähes Karamell – ein Klassiker mit Kultstatus und emotionalem Werbewert. Die individuell bedruckbare Klappkarte schafft Raum für kreative Kampagnen und nachhaltige Präsentation. Ob als süßes Dankeschön oder Markenbotschafter mit Augenzwinkern: Dieses Werbegeschenk spricht alle Sinne an und bleibt lange in Erinnerung – ein „Riesen“-Erfolg für jede Aktion.



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

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



## Immergrüne Evergreens

Die Schmoozies® Evergreenies® von mbw bringen frische Farbe auf jeden Schreibtisch. Als charmante Displayreiniger mit Mikrofaserunterseite sorgen sie für klare Bildschirme – und ein Lächeln. Sechs liebenswerte Charaktere bieten Raum für kreative Werbebotschaften, die nie verwelken. Ob als Giveaway, Mitarbeiterprämie oder Messegeschenk: Diese Evergreenies® bleiben dauerhaft im Gedächtnis. Sie vereinen Funktion, Humor und Markenstärke – perfekt für alle, die ihre Werbung aufblühen lassen wollen.



## Natürlich markant und cool

Mit dem STABILO swing cool NatureCOLORS bringt die Traditionsmarke natürliche Eleganz an den Schreibtisch. Der beliebte Textmarker präsentiert sich nun in sechs neuen, von der Natur inspirierten Tönen: Schlammgrün, Grünerde, Umbra, Siena, Beige und Warmgrau. Diese sanften Farben ergänzen das bestehende Neon- und Pastellsortiment um eine dezente, stilvolle Variante – ideal für nachhaltige Markenbotschaften mit ästhetischem Anspruch. Mit zwei variablen Strichstärken und der bewährten STABILO Anti-Dry-Out Technology, die ein Austrocknen bis zu vier Stunden verhindert, bleibt der BOSS ORIGINAL zuverlässig und langlebig. Seine charakteristische Keilform verhindert das Wegrollen und sorgt dafür, dass Werbung immer im Blick bleibt. Der STABILO BOSS MINI Naturevibes ist die charmante, handliche Variante des BOSS ORIGINAL – perfekt für unterwegs oder als sympathisches Giveaway. Sechs liebevoll gestaltete Naturmotive machen ihn zum Hingucker auf jedem Schreibtisch. Wie seine großen Geschwister punktet der MINI mit einer Keilspitze für zwei Strichstärken und umweltfreundlicher Tinte auf Wasserbasis. Auch als Werbeträger macht er eine gute Figur: dezentes Branding per Tampondruck auf der Kappe oder kreative Werbeanbringung auf der 4er-Box per 4c-Digitaldruck sind möglich.



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





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

## Sonnige und blühende Botschaften

Mit dem Artikel „Sonnige Grüße“ bringt Multiflower ein Stück Sommer in jede Kampagne. Die Zwergsonnenblume steht für Optimismus und Lebensfreude – perfekt als natürliches Give-away. Bereits ab 250 Stück lassen sich Etikett und Banderole individuell gestalten. Das Kompaktformat (Ø 90 mm, 47 g) enthält Erdtablette und Samen – fertig zum Aussäen. Ein kleines Werbebeschenk mit großer Wirkung, das nachhaltig in Erinnerung bleibt.

## Sommer zum Mitnehmen

Sonne, Sand und Stickerei: Die Accessoires von Stickerei Klam bringen den Sommer auf jede Werbefläche. Bestickte Handtücher, Taschen und Schirme verwandeln sich in hochwertige Markenbotschafter mit Charakter. Liebevoll gearbeitete Details und farbechte Materialien garantieren langlebige Qualität – perfekt für Pool, Event oder Strand. Wer seine Marke mit Emotion, Wertigkeit und Haptik verbinden will, setzt auf Stickerei Klam. So bleibt der Sommer – und das Logo – in bester Erinnerung.



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

## Wikingerspaß mit Markencharakter

Mit dem Wikingerspiel von goki wird Teambuilding zum Abenteuer. Aus robustem Holz gefertigt und im Baumwollbeutel verpackt, lädt das klassische Kubb-Spiel zu spannenden Duellen im Freien ein. Ob Firmenfeier, Sommerfest oder Kunden-Event – dieses nachhaltige Outdoor-Spiel vereint Spaß, Bewegung und Markenbotschaft. Mit individueller Gravur wird aus dem Freizeitspaß ein personalisiertes Geschenk, das Zusammenhalt und Spielfreude fördert.



PSI 42351  
goki Gollnest & Kiesel GmbH & Co. KG  
Tel +49 415888220 • info@goki.eu  
www.goki.eu

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



## Einheit aus Technik und Design

Mit der CONVERTICS-Serie verbindet REFLECTS® Technik und Design zu einer harmonischen Einheit. Der jüngste Zuwachs: der 2-in-1 Wireless Charger REEVES-CONVERTICS CHARGE, der kabelloses Laden mit bis zu 15 Watt und Qi2-kompatible Magnethalterung kombiniert – ideal für Schreibtisch oder Reise. Ergänzt wird das Sortiment durch das beleuchtete 4-in-1-Kabel REEVES-CONVERTICS LIGHT UP, das Funktionalität mit Markenwirkung verknüpft. Klassiker wie die 6-in-1-Modelle BAMBOO und TRIPLE (100 W) sowie das DESKTOP-Kabel mit integriertem Halter runden die Serie ab.

## Sonnenschutz mit Verantwortung

Die wasserfesten Sonnenmilch-Rezepturen von Sanders Imagetools bieten pflegeintensiven Schutz für jeden Hauttyp. Ob sensitive und parfümfrei (LSF 30/50) oder klassisch duftend (LSF 30) – alle Varianten sind frei von Nanopartikeln, Mikroplastik und riffschonend nach Hawaii-Gesetz. Vom 10-ml-Sachet über Tuben (25–100 ml) bis zum Spray oder Duopack steht eine Vielzahl an Formaten zur Verfügung. Das Design ist individuell bedruckbar – für starke Markenwirkung unter der Sonne.



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

## Minipuzzle mit Werbewirkung

Das Minipuzzle von goki ist ein kleines Geschenk mit großer Botschaft. Gefertigt aus Holz und verpackt in einer individuell bedruckbaren Faltschachtel, wird es zum sympathischen Werbeträger mit Erinnerungswert. Ob als Mailing-Beileger, Messe-Give-away oder Kundenpräsent: Das Puzzle verbindet Nachhaltigkeit, Emotion und Kreativität. Unternehmen gestalten Puzzle und Verpackung im eigenen Design – für Markenpräsenz, die verbindet. So entsteht ein charmantes Präsent, das spielerisch im Gedächtnis bleibt.



PSI 42351  
goki Gollnest & Kiesel GmbH & Co. KG  
Tel +49 415888220 • info@goki.eu  
www.goki.eu



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



## Groß rauskommen

Der FARE Travelmate Camper Allover Xpress zeigt, wie aus einem Sonnenschirm ein Statement wird. Bereits ab 100 Stück individuell vollflächig bedruckbar, bietet der 147-cm-Schirm enorme Werbefläche und doppelte Funktion: Sonnenschutz (UPF 50+) und Regenschutz in Reisegröße. Das Modell überzeugt durch einfache Handhabung, nachhaltige Materialien wie waterSAVE®-Bezug aus recyceltem Kunststoff und vielfältige Veredelungsoptionen – vom Doming bis zum bedruckten Futteral. FARE, seit 1955 Synonym für Schirm-Innovation aus Remscheid, bringt Marken und Motive eindrucksvoll unter einen Schirm – im besten Sinne.

## Lizenzfiguren als Helden mit Herz

Bekannte Charaktere wie Wickie, Halvar oder Biene Maja schaffen emotionale Nähe und Vertrauen – ein unschlagbarer Vorteil für Marken. mbw bietet ein vielseitiges Sortiment an Lizenzartikeln, die mit Logos oder Slogans veredelt werden können. Diese Figuren wecken Kindheitserinnerungen und transportieren Werte wie Freundschaft und Lebensfreude. Ob für Kampagnen, Promotion oder Kundengeschenke: Die Lizenzhelden machen Marken menschlich und unvergesslich.



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





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

## Doppelt praktisch im Alltag

Die Outdoor-Klassiker von Condedi vereinen Funktion und Stil. Der Multitool-Flaschenöffner Global bietet gleich fünf Funktionen – vom Dosen- über Konservenöffner bis zum Entvakuumierer – und glänzt in modernem Design mit ergonomischer Form. Ergänzend sorgt der Tüten- und Befüller-Clip für Ordnung in Küche und Haushalt: öffnen, befüllen, verschließen – einfach und sauber. Beide Produkte überzeugen durch Langlebigkeit, Farbvielfalt und Druckveredelung. Produziert in Geseke, stehen sie für westfälische Qualität mit cleverem Nutzen. Ob im Garten, beim Camping oder zu Hause – Condedi liefert durchdachte Alltagshelfer mit werbestarker Präsenz.



## Form und Funktion auf der Arbeitsplatte

Mit der Gewürzkiste von Fairwerk ziehen Ordnung und Stil in die Küche ein. Ob Salz, Pfeffer oder Öl – alles findet seinen Platz in der eleganten Box aus massivem, geöltem Eichenholz. Dank praktischem Griff lassen sich alle Zutaten mit einem Handgriff auf den Tisch oder nach draußen tragen. Der Boden aus nachhaltigem Violan-Filz schützt empfindliche Oberflächen. Erhältlich in zwei Größen, eignet sich die Kiste auch ideal für Gastronomie oder Outdoor-Küche. Fair produziert in Deutschland, steht sie für Qualität, Langlebigkeit und minimalistisches Design.

PSI 60835 • Fairwerk - Stiftung Attl -  
Einrichtung für Menschen mit Behinderung  
Tel +49 8071102226 • info@fairwerk.de  
www.fairwerk.de



PSI 41941 • Trendfactory BV  
Tel +31 252 622233 • info@trendfactory.eu  
www.trendfactory.eu



## Süßer Duft mit Stil bringt Ruhe

Die Duftkerze „Sweet Jasmine“ aus der Private Collection verwandelt jeden Raum in eine Oase der Ruhe. Frische Zitrusnoten und Beeren treffen auf zarte Pfingstrose und Maiglöckchen, abgerundet durch warm-sinnliches Sandelholz. Das champagnerfarbene Glas setzt einen eleganten Akzent und kann nach dem Abbrennen als Dekogefäß weiterverwendet werden. Trendfactory liefert damit ein Duft-Statement für sinnliche Markenerlebnisse.



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

## Vielseitiger Jute-Held

Die planto Jute-Tasche von igro ist Sommer-Allrounder und Alltagshelfer zugleich. Robust, laminiert und nachhaltig gefertigt, macht sie als Strand-, Shopping- oder Kaminholz-Tasche eine gute Figur. Das Naturmaterial trotzt Feuchtigkeit und Schmutz, während das schlichte Design Stil und Umweltbewusstsein verbindet. Für nachhaltige Marken ein ideales Werbemittel, das Funktionalität mit grünem Statement vereint und das ganze Jahr über begeistert.

## Durchblick für starke Marken

Die Microfaser-Brillentücher von Polyclean vereinen Funktionalität und Markenwirkung. Sie reinigen Brillen, Displays und Linsen gründlich und setzen zugleich Logos und Designs perfekt in Szene. Dank hochwertiger Druckqualität und individueller Gestaltungsmöglichkeiten sind sie ideale Werbeträger – langlebig, waschbar und nachhaltig. Ob als Giveaway oder Kampagnenbaustein: Die Tücher punkten mit Qualität „Made in Germany“. Auch bei der Verpackung zeigt Polyclean Vielfalt – von recyclingfähigen Beuteln bis zu kreativ bedruckten Etuis. Seit über 20 Jahren steht das Unternehmen aus Ahaus für präzise gefertigte Hightech-Reinigungsprodukte.



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



## Klassiker mit moderner Linie

Das Textilveredelungszentrum Zego präsentiert mit der eterna-Kollektion Hemden und Blusen, die zeitlose Eleganz mit moderner Funktion vereinen. Das „Original Shirt“ für Herren und das „Poplin Shirt“ für Damen überzeugen durch Atmungsaktivität, Knitterfreiheit und edle Verarbeitung. Beide Modelle lassen sich durch Kragenstick individuell veredeln – ein feiner Touch für klassische Berufskleidung. Die Verbindung aus Tradition und Innovation macht diese Linie zu einem idealen Botschafter für Qualität und Stil.

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

## Wachskerzen im Golfball Design

Nicht nur in der ruhigen Adventszeit und zu Weihnachten machen die in Deutschland handgefertigten Wachskerzen im Golfball-Design eine gute Figur. Die Kerzen gibt es in den Größen 45 und 70 Millimeter. Sie sind einzeln im Klarsichtbeutel verpackt und auf Wunsch mit Logosticker versehen.



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

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



## Nachhaltig aktiv mit Stil

Das rPET ActiveTowel® Sports von Polyclean ist das neue Must-have für sportlich Aktive. Das leichte Handtuch aus recycelter P-9000®-Microfaser überzeugt mit hoher Saugkraft, schneller Trocknung und angenehmem Griff. Es besteht zu 90 % aus recyceltem Polyester und zu 10 % aus Polyamid – umweltbewusst, ohne Kompromisse bei der Performance. Besonders stark: die individuelle Gestaltung durch brillanten Fotodruck, der jedes Handtuch zum Unikat macht. Verpackt in einer eleganten Geschenkbox oder Banderole, eignet es sich ideal als hochwertiges Präsent für Kunden oder Mitarbeitende.

## Für perfekten Badespaß im Pool

Wer seinen Pool optimal nutzen möchte, braucht zuverlässige Informationen über die aktuelle Wassertemperatur. Die WS 9079 Temperaturstation von technoline bietet hier eine elegante und funktionale Lösung. Das schwimmende Poolthermometer zeigt die Wassertemperatur direkt im Wasser an und kann an eine Schnur befestigt werden. Die Basisstation mit Quarzuhr bietet eine präzise Anzeige von Innen- und Wassertemperatur in °C oder °F sowie eine MIN/MAX-Funktion für Höchst- und Tiefstwerte. Ideal für die entspannte Nutzung mit Swimmingpools, aber auch für nahe Badegewässer, Fischteiche oder größere Aquarien.

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





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



## Emotionales Merchandising mit Charakter

Mit den Produktlinien MiniFeet®, Herr Bert® & Berta und Schnabels® zeigt mbw®, wie Werbemittel zu sympathischen Markenbotschaftern werden. Die MiniFeet®-Plüschfiguren verbinden weiches Design mit Markenpräsenz: Ob Teddy, Tier oder Maskottchen – sie schaffen emotionale Nähe. Durch individuell bedruckbare Accessoires wie T-Shirts oder Dreieckstücher lassen sie sich in Werbekonzepte einbinden. Besonders nachhaltig sind Shirts aus SEAQUAL® YARN, gefertigt aus recyceltem Meeresmüll. Für humorvolle Entspannung stehen Herr Bert® und Berta. Die knautschbaren Figuren aus Polyurethanschaum bringen mit über 80 Designs – von „Busy Bert®“ bis „Dr. Bert®“ – für jede Branche den passenden Charakter. Ein Klassiker unter den Give-aways sind die Schnabels®-Quietscheenten in über 250 Varianten. So werden Emotion, Design und Markenwirkung auf charmante Weise verbunden.

## 365 Tage Markenpräsenz

Seit Jahrzehnten zählen Kalender von ATHESIA zu den Klassikern unter den Werbemitteln – täglich sichtbar und praktisch zugleich. Der traditionsreiche Verlag, bekannt für erfolgreiche Reihen wie den Heye-Familienplaner seit 1998, bietet mit Millionenauflagen und Themen von „Die Maus“ bis „Peanuts“ vielfältige Motive für jede Zielgruppe. Besonders beliebt sind Modelle mit fünf Spalten, Ferienübersicht und Stundenplänen – ideal für Familien und Büros. Werbung ist bereits ab 50 Exemplaren möglich, geliefert wird in vier bis sechs Wochen. Ein bewährter Alltagsbegleiter, der Werbebotschaften stilvoll über das Jahr trägt.

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



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



## Ein Gläschen voller Sonne

Das „Gläschen Sonne“ von Multiflower bringt Lebensfreude auf den Schreibtisch. Das Weckglas mit Ertablette und Zwergsonnenblumen-Samen ermöglicht eine freundliche Werbebotschaft im Mini-Gartenformat. Logo und Etikett lassen sich ab 250 Stück individuell gestalten. Ein einfaches, nachhaltiges Produkt, das zeigt, wie werbliche Kleinigkeiten große Freude säen können.

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



## Klassiker mit Dreh

Der Zauberwürfel 3 × 3 von elxact ist Kult und Kommunikationsfläche zugleich. Bereits ab 25 Stück erhältlich, lässt sich das meistverkaufte Puzzle der Welt individuell gestalten – auf allen Seiten oder klassisch nur auf einer. Produziert in Deutschland, überzeugt der Würfel mit Qualität, Präzision und kurzen Lieferzeiten. Farbenfroh, spielerisch und interaktiv bringt er Bewegung in jede Werbekampagne. Ob als Giveaway, Mitarbeitergeschenk oder Messe-spiel: Der Zauberwürfel verbindet Nostalgie mit Markenpräsenz – ein Symbol für Köpfchen, Kreativität und Spaß an der Lösung.

## Stickerliebe mit Sommerlaune

Die 333 bunten Sticker und Etiketten aus dem EMF-Verlag bringen Farbe in den Sommer. Mit fröhlichen Motiven und beschreibbarer Oberfläche verwandeln sie Geschenke, Karten und Journals in kleine Kunstwerke. Marken können Design und Umfang individuell anpassen – auf Wunsch auch mit eigenem Logo auf dem Cover oder Produkten im Innenteil. So wird aus einem charmanten Bastelset ein personalisiertes Werbemittel mit hohem Wiedererkennungswert. Ein kreatives Sommer-Highlight für Fans von Handarbeit, Individualität und guter Laune.

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





## Am Tisch stilvoll genießen

Mit der Porzellanserie AMINA zeigt Seltmann Weiden, dass Tischkultur mehr ist als Funktion – sie ist Gefühl. Das feine Stäbchenrelief und vier edle Farbglasuren – Weiß, Rosé, Silbergrau und Seladon – verleihen jeder Tafel eine individuelle Note. AMINA ist 100 % Made in Germany und steht für Tradition, Design und Nachhaltigkeit. Ob beim Frühstück, Dinner oder Kaffeegenuss: Das Porzellan schafft eine Atmosphäre von Ruhe und Wohlgefühl – eine Einladung zum Verweilen und Genießen in handwerklicher Perfektion.



## Nachhaltige Entspannung verschenken

Das „The Ritual of Jing – Small Gift Set“ von Rituals, angeboten von Trendfactory, verbindet Pflege und Achtsamkeit in einem Geschenk. Die Produkte mit Jujube und Lotus sorgen für innere Ruhe und Regeneration – ideal zum Start in den Tag oder zum Abendritual. Die edle Geschenkbox aus nachhaltigen Materialien kann später als Aufbewahrung weiterverwendet werden. Trendfactory positioniert Rituals damit als Premium-Marke im Bereich Treue- und Werbegeschenke – eine Symbiose aus Achtsamkeit und Markenwert.

## Zwei Haken für Ordnung mit Stil

Das Wandhaken-Set Vielfalt von Fairwerk beweist, dass Funktion und Design Hand in Hand gehen. Die beiden Haken aus massivem, geöltem Eichen- und Ahornholz bringen natürliche Eleganz an jede Wand – ob für Jacken, Schlüssel oder Notizen. Produziert wird nachhaltig in Deutschland, mit handwerklicher Präzision und hochwertiger Verarbeitung. Das reduzierte, zeitlose Design passt in Wohnräume ebenso wie ins Büro und zeigt, wie einfache Alltagshelfer zu stilvollen Statements werden können. Im Set enthalten sind zwei Haken inklusive Schraubenset.

PSI 60835 • Fairwerk - Stiftung Attl -  
Einrichtung für Menschen mit Behinderung  
Tel +49 8071 102226 • [info@fairwerk.de](mailto:info@fairwerk.de)  
[www.fairwerk.de](http://www.fairwerk.de)



## Blühende Grüße, die bleiben

Die Saatgrüße am Stiel von die Stadtgärtner sind eine charmante Idee für nachhaltige Sommerbotschaften. Unter einer liebevoll gestalteten Banderole verbirgt sich eine kleine Saattüte am Holzstiel, aus der bald Erdbeeren, Bohnen oder Wildblumen wachsen. Statt kurzlebiger Karten entsteht so ein Geschenk, das Wurzeln schlägt. Ob als Dankeschön, Mailing-Beigabe oder Event-Give-away – die individuell gestaltbaren Motive bieten reichlich Platz für kreative Botschaften. Praktisch, flach und mit emotionalem Mehrwert stehen sie für grüne Werbung, die wächst.

PSI 49090 • TDJ Stadtgärtner GmbH  
Tel +49 5921 8183986  
[werbemittel@diestadtgaertner.de](mailto:werbemittel@diestadtgaertner.de)  
[www.diestadtgaertner.de](http://www.diestadtgaertner.de)



## Sommerliche Stärke im Naturlook

Der „Cotton Pocket Natural Starched Jute Shopper“ von Westford Mill, veredelt von zego, bringt Nachhaltigkeit und Stil in Einklang. Die Kombination aus gestärkter Jute und Bio-Baumwolle bietet Robustheit und Raum für kreative Veredelungen. Mit 21 Litern Fassungsvermögen und natürlicher Farbe ist er ideal für umweltbewusste Markenauftritte – ob auf Messen oder im Alltag. Eine Tasche mit Charakter – und einem klaren Statement für nachhaltige Eleganz.

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

## Werbung, die aufblüht

Wenn im Sommer alles blüht, entfalten auch die nachhaltigen Flower-Produkte von tobra ihre ganze Wirkung. Die runden oder herzförmigen Seedballs, Sterne oder Eier sind torffrei, BIO-zertifiziert und verwandeln sich nach dem Aussäen in bunte Wiesen, die Bienen und Schmetterlinge anlocken. Verpackt in transparenten Pergaminbeuteln oder individuell gestalteten Hüllen mit Logodruck, vereinen sie Natürlichkeit und Design auf charmante Weise. 100 % Made in Germany und umweltfreundlich produziert, sind sie ideale Give-aways für nachhaltige Sommeraktionen. Wer sich für tobra entscheidet, setzt auf Werbung, die wächst – im wörtlichen wie übertragenen Sinn.

MADE  
IN  
GERMANY

100%  
TORFFREI

BIO  
nach  
EG-Öko-Verordnung



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

MADE  
IN  
GERMANY

BIO  
nach  
EG-Öko-Verordnung





PSI 41848  
UMA Schreibgeräte Ullmann GmbH  
Tel +49 7832 7070 • info@uma-pen.com  
www.uma-pen.com

## Unendlich recycelbar schreiben

Nachhaltigkeit beginnt im Kleinen. Das macht der neue Drehkugelschreiber von uma vor. Er vereint Umweltfreundlichkeit mit modernem Design und vielseitigen Gestaltungsmöglichkeiten. Gefertigt aus dem Material einer 0,5-Liter PET-Flasche, zeigt der uma CHANGE eindrucksvoll, wie Recycling zu einem geschlossenen Kreislauf wird. Bestehend aus vollständig recyceltem Material und zu 100 % recycelbar, setzt er Maßstäbe im Umweltschutz. Mit einem breiten Clip, der reichlich Platz für individuelle Werbeanbringung bietet, wird er zum perfekten Botschafter der Marke. Er ist in drei Modellvarianten – gedeckt, transparent glänzend oder in frischen Ocean-Farben lieferbar.



PSI 60762 • naschlabor GmbH  
Tel +49 6073 7469600  
shop@naschlabor.de  
www.naschlabor.de

## Genuss. Design. Branding.

Der Premium-Aperitif „Pink Sprizz“ (8 Vol%) von naschlabor vereint exotische Maracuja, fruchtige Mango und herb-frische Blutorange zu einem spritzigen Sommerhighlight – ready to drink in 0,2l oder 0,75l Flaschen. Ideal als stylischer Aperitif, für Events oder als hochwertiges Geschenk. naschlabor bietet zudem flexible Brandingoptionen – bis hin zum vollständig personalisierten Frontetikett. So wird Pink Sprizz zum echten Markenbotschafter. Produziert in Deutschland.

Schneider



Made in Germany

## Slider Rave

Gehäuse aus 68 %  
Recycling-Kunststoff.



Emissionen  
vollständig  
kompensiert

[schneiderpen-promotion.com](http://schneiderpen-promotion.com)



46325  
 Slodkie Upominki Spółka z o. o. Sp. K.  
 Tel +48 22 6479000 • sales@slodkie.com  
 www.slodkie.eu



## Erfrischendes Markenstatement

Mit der Brand Me! Mints Mini Rectangular Tin bringt Slodkie frische Ideen ins Werbegeschäft. Die stilvolle Metalldose ist wahlweise mit zuckerfreien Minzdragees (18 g) oder Kaugummi (20 g) befüllt – beide können mit Logo direkt auf jedem Dragee personalisiert werden. Damit entsteht ein dreistufig individualisierbares Give-away, das Geschmack und Markenbewusstsein verbindet. Die Dose aus Weiß- oder Silbermetall steht für Langlebigkeit und Zero-Waste-Denken – ein Werbegeschenk, das bleibt.



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

## Kompaktes Kraftpaket fürs Büro

Das InLine USB-C-Kabel mit einziehbarem Mechanismus von intos ist die smarte Lösung für alle, die Effizienz und Ordnung schätzen. Mit 0,8 Metern Länge bleibt es flexibel einsetzbar, während das robuste ABS-Gehäuse das Kabel sicher schützt. Die USB-C-auf-USB-C-2.0-Schnittstelle liefert bis zu 100 W Ladeleistung – ideal für Notebooks, Tablets oder Dockingstations – und überträgt Daten mit 480 Mb/s. Perfekt für den mobilen Arbeitsalltag, lässt sich das Kabel nach Gebrauch elegant im Gehäuse verstauen. Das Ergebnis: maximale Funktion auf minimalem Raum.

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

## Persönlich und präzise ansprechen

Mit den hochwertigen Geschenkideen von Victorinox – von Taschenmessern über Uhren bis Reisegepäck – wird Wertschätzung greifbar. Besonders in der Weihnachtszeit zeigen personalisierte Gravuren auf Gehäuseboden oder Klinge echte Verbundenheit. Über den Online-Konfigurator lassen sich Firmenlogos oder Botschaften einfügen, um praktische Begleiter in individuelle Geschenke zu verwandeln. Qualität, Funktionalität und Schweizer Präzision treffen auf emotionale Geste: Victorinox macht Corporate Gifts zu bleibenden Erinnerungen – robust, edel und immer pünktlich im Ausdruck von Dankbarkeit.





PSI 46095 • Lumitoys-GmbH  
Tel +49 2331 3775450 • info@lumitoys.de  
www.lumitoys.de

## Werbung mit Frischekick

Der Message Fan Ventilator von Lumitoys ist der Hingucker des Sommers: Während er kühlt, projiziert er per LED bis zu sechs frei programmierbare Textzeilen – Ihre Botschaft schwebt buchstäblich in der Luft. Das Umhängeband sorgt für Tragekomfort, das Gehäuse lässt sich in Pantone-Farben gestalten und zusätzlich bedrucken. Ob batteriebetrieben oder wiederaufladbar – der handliche Werbeventilator liefert coole Präsenz bei Events, Messen oder im Sommer-Mailing. Verpackt in einer auf Wunsch individuell bedruckten Falt-schachtel, wird er zum idealen Give-away mit bleibendem Eindruck.

## Grillen mit Stil und Präzision

Der Rominox® Grillkoffer von Römer lifestyle bringt Profiqualität in jede Sommerparty. Der stabile Aluminiumkoffer schützt Zange, Wender und Gabel – klar geformte Tools für komfortables Handling und lange Lebensdauer. Besonders edel: die seidenmatt gebürstete Edelstahl-Plakette, die ab 60 Stück individuell graviert werden kann. Damit wird der Grillkoffer zum idealen Geschenk für Grillfans, Mitarbeitende oder Geschäftspartner. Römer lifestyle, Mitglied der RömerFamilie, steht für stilvolle Werbeartikel aus den Bereichen Kochen, Outdoor und Genuss.



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

PSI 41816 • Nestler-matho GmbH & Co. KG  
 Tel +49 7221 21540  
 info@nestler-matho.de  
 www.nestler-matho.de



## Frische zum Mitnehmen

Der mobile Luftbefeuchter pure von Nestler-Matho bringt ein Stück Wohlgefühl in trockene Räume – ohne Tank, ohne Aufwand, einfach in jedes Gefäß mit klarem Wasser setzen. Besonders in der Heizperiode oder bei Klimaanlage hilft er, Schleimhäute feucht zu halten und damit die Abwehrkräfte zu stärken. Auch Haut, Lippen und Augen profitieren von der sanften Befeuchtung. Das Gehäuse besteht komplett aus recyceltem ABS-Kunststoff, betrieben wird das kompakte Gerät per Akku mit bis zu sechs Stunden Laufzeit. Ob auf dem Schreibtisch oder im Schlafzimmer – der Luftbefeuchter schwimmt leise, effizient und bietet oben Platz für Werbelogos.

## Extrem leichte Regenschirme

Klein, leicht, praktisch – das sind die Taschenschirme aus der U.Serie von Doppler / Knirps. Sie überzeugen mit minimalem Gewicht, kompakten Maßen und stabiler Bauweise. Dank hochwertigem Flugzeug-Aluminium und Fiberglas halten sie Windgeschwindigkeiten von bis zu 120 km/h stand und sind so perfekt für jedes Wetter. Ob für junge oder ältere Nutzer in Stadt oder Land – die leichten Ultra-Schirme passen immer. Der Hersteller bietet zahlreiche Möglichkeiten zur individuellen Veredelung von Knirps, die den Schirm in ein wirkungsvolles Werbemittel oder persönliches Accessoire verwandeln.

# U.SERIES

**ULTRA LIGHT**

**ULTRA SLIM**

**ULTRA STRONG**

PSI 41752 • doppler H. Würfingsdobler GmbH  
 Tel +49 85719122218  
 individual@knirps.com  
 individual@dopplerschirme.com  
 www.dopplerschirme.com

knirps.de  
 individual@knirps.com

## Eleganz mit Funktion

Der „Styling Classic“ von heri ist mehr als ein Stift – er ist Schreibgerät und Stempel in einem. Das schlanke Metallgehäuse in Chrom oder Lack, kombiniert mit präziser Stempelmechanik, überzeugt durch Design und Technik. Der integrierte Stempel liefert gestochen scharfe Abdrucke mit bis zu drei Zeilen. Dank Online-Code kann der Nutzer seine persönliche Stempelplatte kostenfrei anfordern. So entsteht ein Werbeartikel, der Individualität mit Tradition verbindet – und Eindruck hinterlässt.

PSI 41016 • Heri-Rigoni GmbH  
Tel +49 7725-93930 • armin.rigoni@heri.de  
[www.heri.de](http://www.heri.de)  
[www.emotion-factory.com](http://www.emotion-factory.com)



SELINA SCHUMACHER  
Selina505@web.de • ☎ 0171/526699  
D-12200 BERLIN

– Anzeige –

  
**stilolinea®**

NEW  
**BARON® 03**  
TOTAL RECYCLED



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



STILOLINEA.COM



PSI 48501  
Colorissimo® c/o Reiter Polska SP. z.o.o.  
Tel +48 223314100 • head@reiter.pl  
[www.reitergroup.eu](http://www.reitergroup.eu)  
[www.colorissimo.com](http://www.colorissimo.com)

## Kompakter Schutz mit Stil

Der Dynamic Umbrella von Colorissimo ist ein Regenschirm für alle, die Premium-Qualität schätzen. Dank solidem Metallrahmen, windresistenter Konstruktion und leichtem Polyester-Pongee-Dach vereint er Stärke und Eleganz. Das Double Automatic System ermöglicht bequemes Öffnen und Schließen per Knopfdruck. Griff mit PU-Beschichtung, REACH-zertifiziert und inklusive Schutzhülle – ein langlebiger Begleiter für Stadt, Reise und Business.

## Klassiker bewirken Sicherheit

Klassiker haben ihren festen Platz auch im Bereich der Verkehrssicherheit. Die reflektierenden Klackbänder von reflAktive sind ein bewährtes Werbemittel mit Schutzfunktion. Sie erhöhen die Sichtbarkeit im Straßenverkehr deutlich und können im Ernstfall Leben retten. Dank ihrer einfachen Handhabung und hohen Akzeptanz sind sie nie unnötig, sondern ein sinnvoller Begleiter für Jung und Alt. Als Made in Germany-Produkt überzeugen die Klackbänder durch hochwertige Materialien, präzise Verarbeitung und langlebige Reflexwirkung.



PSI 46970  
reflAktive - Eine Marke der safeReflex GmbH  
Tel. +49 4971 923312 • info@reflaktive.de  
[www.reflaktive.de](http://www.reflaktive.de)





## Ordnung mit System

Mit dem TROIKA PATENT behalten selbst Vielschlüssel-Träger die Übersicht. Sechs ausklinkbare Ringe lassen sich blitzschnell einzeln aushaken – für maximale Flexibilität im Alltag. Ob Autoschlüssel, Firmenschlüssel oder Einkaufschip: Alles hat seinen Platz. Der Karabinerhaken sorgt für sicheren Halt, die robuste Metall-Messing-Kombination für Langlebigkeit. Seit über 20 Jahren steht TROIKA für deutsches Design mit praktischem Mehrwert. PATENT überzeugt durch Funktionalität, klare Formen und clevere Detaillösungen – ein Key Organizer, der Alltag und Anspruch elegant verbindet. Ideal für Beruf, Haus oder Freizeit – und ein Stück „German Engineering“ im Taschenformat.



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

## Schokolade mit Markencharakter

Aus dem Haus Slodkie kommt eine quadratische 65 g-Schokolade, bei der Genuss und Markenbotschaft perfekt verschmelzen. Die Tafeln werden in Sonderformen gefertigt und können vollständig individualisiert werden – von der Form bis zur Verpackung. Zehn edle Sorten, darunter Zartbitter, Ruby, Goldkaramell oder pflanzliche Varianten, bieten Vielfalt auf Premium-Niveau. Die nachhaltige Verpackung aus biologisch abbaubarem Papier oder Folie in Weiß, Kraftpapier oder Ecru mit Grasfasern unterstreicht den umweltfreundlichen Anspruch.



46325  
Slodkie Upominki Spółka z o. o. Sp. K.  
Tel +48 22 6479000 • sales@slodkie.com  
[www.slodkie.eu](http://www.slodkie.eu)

YOUR LOGO  
and design here

## elasto mit Wirtschaftspreis gewürdigt

Die starke Verbundenheit des Werbemittelherstellers mit seinem regionalen Standort wurde kürzlich mit einem renommierten Preis gewürdigt – dem Wirtschaftspreis 2025 der Region Amberg-Sulzbach. Die Jury-Mitglieder aus Politik, Wirtschaft, Presse und Bankwesen lobten elasto für seine nachhaltige Unternehmensentwicklung, seine kontinuierliche Innovationskraft und das klare Bekenntnis zum Standort Sulzbach-Rosenberg. Das Familienunternehmen erklärte, es betrachte den Preis nicht nur als Symbol unternehmerischer Leistung, sondern auch als Ausdruck von Verantwortung und Zukunftsorientierung. elasto bekennet sich klar zu seiner Rolle als Arbeitgeber und Innovator in der Region, der nachhaltige Wertschöpfung mit gelebtem Teamgeist verbindet.

Zudem betonte Frank Sperber, CEO von elasto: „Diese Auszeichnung ist für uns eine besondere Anerkennung – sie steht für den gemeinsamen Einsatz unseres gesamten Teams, für unsere Werte und für das Vertrauen in den Standort Deutschland. Wir sehen sie als Ansporn, weiterhin konsequent in unsere Mitarbeiter, unsere Produktion und unsere Region zu investieren.“ Sperber dankte abschließend seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, „ohne deren Engagement dieser Erfolg nicht möglich wäre.“

Die festliche Verleihung des von der VR Bank gestifteten Preises fand im Amberger Congress Centrum statt. Rund 700 Gäste feierten elasto und lauschten dem inspirierenden Vortrag von Sportkommentator Marcel Reif, der die Bedeutung von Klarheit, Leidenschaft und Haltung für langfristigen Erfolg betonte – Werte, die elasto seit jeher prägen. [www.elasto.de](http://www.elasto.de)



**Feierliche Preisverleihung: Frank Sperber, CEO von elasto dankte seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr Engagement.**  
Foto: elasto GmbH & Co. KG

## The Hapticologist und MoPa erneut ausgezeichnet

Nachdem die Cybergroup International bereits im Sommer gleich zwei Mal Gold bei den German Stevie Awards geholt hat, folgt nun wieder eine doppelte Auszeichnung von The Hapticologist und MoPa – diesmal mit dem renommierten German Design Award. Beide Projekte erfüllen höchste Ansprüche in der Gestaltung zukunftsweisender Markenwelten. Das digitale und immersive Museum für Markenartikel (MoPA) vereint Funktionalität mit klarer Formensprache und bringt somit zeitgemäßes Produktdesign auf eindrucksvolle Weise zum Ausdruck. Das einzigartige Barprojekt The Hapticologist eröffnet ungeahnte Perspektiven auf sensorische Markenkommunikation und hebt das haptische Erleben fühlbar auf ein neues, strategisches Niveau.

Die Cyber-Wear GmbH sieht sich durch die Auszeichnungen auf ihrem Weg, kreative Exzellenz mit strategischem Denken zu verbinden, bestätigt. „Wer mit cyber-Wear arbeitet oder Teil unseres Teams wird, bewegt sich in einem Umfeld, das Ideen Raum gibt und Veränderung gestaltet. Wir blicken mit großer Vorfreude auf die Preisverleihung im Februar und arbeiten schon jetzt an den nächsten Konzepten, die Marken erlebbar machen“, lassen die Heidelberger verlauten. Die beiden ausgezeichneten Projekte würden zeigen, wie Design Impulse geben kann,

die weit über einzelne Produkte hinausreichen. Für die Werbeartikelbranche bedeute dies eine gestalterische Weiterentwicklung, die Qualität, Erlebnis und Markenidentität neu zusammendenkt. „Wir möchten die Werbeartikelbranche aktiv mitgestalten und neue Maßstäbe setzen. Innovation, Nachhaltigkeit und Qualität sind für uns kein Trend, sondern ein klares Zukunftsversprechen“, betonen die Gewinner.



Der German Design Award würdigt die besten Designleistungen aus aller Welt. Die Cybergroup International gehört zu den diesjährigen Preisträgern.

**Cybergroup**



## Frischer Markenauftritt und spannende Neuigkeiten

Die GC Footwear GmbH präsentiert sich seit Kurzem in neuem Look: Im Rahmen eines umfassenden Rebrandings wurde nicht nur die Markenidentität modernisiert, sondern auch die neue, benutzerfreundliche Webseite gelauncht. Damit setzt das Unternehmen ein klares Zeichen für Aufbruch, Innovation und Nähe zum Kunden.

Besonderes Highlight ist das erweiterte Produktsortiment: GC Footwear bringt zahlreiche neue und teils exklusive Artikel auf den Markt. Als einziger Anbieter im Werbeartikel-Segment mit einer eigenen Linie an Hausschuhen setzt das Unternehmen einen unverwechselbaren Akzent und erweitert das Portfolio um ein Produkt, das sowohl emotional als auch praktisch überzeugt.

Auch personell stellt sich GC Footwear für die Zukunft stark auf: Mit Andrey Rocha als neuem Country Manager für Spanien gewinnt das Unternehmen einen erfahrenen Branchenkenner, der die Internationalisierung weiter vorantreiben wird. Mit frischem Markenauftritt, innovativen Produkten und einem gestärkten Team blickt GC Footwear optimistisch in die Zukunft – und setzt neue Maßstäbe im Werbeartikelmarkt.

[gcfootwear.com](https://gcfootwear.com)



GC Footwear

Andrey Rocha

## Platin-Status bei EcoVadis

Die Kaiser Promotion AG wurde erstmals mit dem Platin-Status von EcoVadis ausgezeichnet, der höchsten Bewertung, die im Rahmen des internationalen Nachhaltigkeitsratings vergeben wird. Mit einer Gesamtbewertung von 88 von 100 Punkten zählt das Unternehmen zu den Top 1 Prozent aller weltweit bewerteten Unternehmen. Die Auszeichnung würdigt das umfassende Engagement der Kaiser Promotion AG in den zentralen Bereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik sowie nachhaltige Beschaffung. Damit bestätigt EcoVadis die konsequente Umsetzung verantwortungsvoller und zukunftsorientierter Unternehmenspraktiken.



### Hervorragende Ergebnisse in allen Bewertungsbereichen

Im Bereich Umwelt- und Klimaschutz erreichte die Kaiser Promotion AG 88 von 100 Punkten. Besonders hervorgehoben wurden die klar definierten Ziele zur Reduktion von Energieverbrauch, Treibhausgasemissionen und Abfällen. Auch im Bereich Arbeits- und Menschenrechte konnte das Unternehmen mit 88 Punkten überzeugen – dank transparenter Richtlinien, fairer Arbeitsbedingungen und umfassender Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen. Im Themenfeld Ethik erzielte die Kaiser Promotion AG 70 Punkte und demonstrierte ihre Verpflichtung zu Datenschutz, Integrität und Transparenz in allen Geschäftsprozessen. Mit 94 von 100 Punkten im Bereich nachhaltige Beschaffung wurde zudem die vorbildliche Verantwortung in der Lieferkette gewürdigt – inklusive der engen Zusammenarbeit mit Lieferantinnen und Lieferanten, um ökologische und soziale Standards zu fördern.

„Die Auszeichnung mit dem EcoVadis Platin-Status ist ein wichtiger Meilenstein für unser Unternehmen“, sagt Peter Kaiser, Geschäftsführer der Kaiser Promotion AG. „Sie bestätigt, dass unser Engagement für Nachhaltigkeit messbare Wirkung zeigt – sowohl in unserer eigenen Wertschöpfungskette als auch in der Beratung unserer Kundinnen und Kunden.“

Mit der EcoVadis Platin-Auszeichnung stärkt die Kaiser Promotion AG ihre Position als verantwortungsbewusster Partner für nachhaltige Werbemittel und unterstreicht ihre Vorreiterrolle in der Schweizer Werbemittelbranche.

[www.kaiserpromo.ch](https://www.kaiserpromo.ch)



Auf der ersten Connect & Knowledge Konferenz des polnischen Werbeartikelverbandes PIAP standen neben Wissenstransfer und Diskussionen auch Inspiration und Networking auf dem Programm. Foto: PIAP

## Werbeartikel im europäischen Vergleich

Der polnische Werbeartikelverband PIAP diskutierte auf seiner ersten Connect & Knowledge Konferenz Ende September über die Höhe von Firmengeschenken. Die Veranstaltung fand im Rahmen des Marketing Festivals auf der EXPO XXI in Warschau statt und brachte über 150 Vertreter der Werbebranche und verwandter Bereiche zusammen. Ehrengast war Ministerin Agnieszka Majewska, Ombudsfrau für kleine und mittlere Unternehmen sowie Schirmherrin der Konferenz. Zu den Referenten zählten Joanna Tonkowicz, Karolina Śliwińska, Marcin Grela und Marcin Banaszkiewicz – als Experten für Vertrieb, Führung und Personal Branding. Content-Partner war das ICAN Institute. Das wichtigste Thema war die behördlich vorgeschriebene Begrenzung der Ausgaben für Firmengeschenke. Der Vergleich europäischer Vorschriften zeigte deutliche Unterschiede zwischen den EU-Ländern. So liegt das Limit in Polen bei nur etwa 20 PLN pro Person, während in Italien Firmengeschenke bis zu 50 EUR und in Slowenien bis zu 42 EUR kosten dürfen. In anderen Ländern wiederum, wie Dänemark und Malta, sind Werbebeschenke in unbegrenzter Höhe erlaubt. Vertreter der Branche forderten daher von der Verwaltung eine Beseitigung dieses Wettbewerbsnachteils polnischer Unternehmen.

Das Treffen fand im Rahmen der 17. Ausgabe des Marketing Festivals statt, das in diesem Jahr über 200 Aussteller und 3.100 Teilnehmer anzog. Die gelungene Premiere der Konferenz PIAP Connect&Knowledge 2025 zeigte, dass diese den führenden Stimmen der Branche bei wichtigen Debatten über die Zukunft des Werbemittelmarktes durchaus Gehör verschaffen kann. [www.piap-org.pl](http://www.piap-org.pl)

## Starke Präsenz im Außendienst

Die REFLECTS® GmbH als Multispezialist für hochwertige und kreative Werbeartikel baut weiter ihren Außendienst aus. Bedingt durch eine deutliche Profilierung des Sortiments und Steigerung der eigenentwickelten Produkte, erhöht das Kölner Traditionsteam den persönlichen Service bei den Kunden vor Ort.

Die erfahrenen Branchenprofis Olaf Ulbrich und Lars Leppert betreuen die Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Während Olaf Ulbrich der Ansprechpartner für die Kunden im Bereich Deutschland-Nord ist, verantwortet Lars Leppert das Gebiet Deutschland-Süd, Österreich und Schweiz. Anthony Donoyan betreut als Außendienstmitarbeiter die Kunden in Frankreich, sowie den französischsprachigen Regionen Belgiens und der Schweiz. Janine Busser ist bereits seit 2014 für REFLECTS® im Team Export tätig und steht im direkten Austausch mit Kundinnen und Kunden in Benelux. Neben einem der Landessprache entsprechenden Serviceangebot, spezialisierten Vertriebsunterlagen und digitalen Tools setzt das Unternehmen somit gezielt auf direkte Kundenkontakte durch regionale Ansprechpartner.

Kontakt: Peter Leseberg, Head of Sales and Marketing • [p.leseberg@reflects.com](mailto:p.leseberg@reflects.com) • Tel +49 2234 9900 510

[www.reflects.com](http://www.reflects.com)



Vor genau einem Jahr trat Daniel Faller in die Geschäftsleitung der international agierenden Merchandising-Design- und Promotionsagentur von cyber-Wear mit Hauptsitz in Mannheim ein. Seitdem hat er ein intensives Jahr voller Veränderungen, Herausforderungen und entscheidender Weichenstellungen erlebt.

## Daniel Faller: Ein Jahr bei cyber-Wear

# Ein klares Ziel vor Augen

**U**m Interview spricht Daniel Faller über seine persönlichen Eindrücke, die größten Meilensteine und darüber, warum für ihn das vergangene Jahr vor allem eines war: eine Zeit der Vorbereitung auf die Zukunft.

**Du bist nun seit einem Jahr Teil von cyber-Wear. Wie würdest du dieses erste Jahr in deinem Rückblick zusammenfassen?**

Mein erstes Jahr bei cyber-Wear war intensiv und stark geprägt von Umstrukturierung, sowohl personell als auch organisatorisch, und Weichenstellungen für die Zukunft. Auch wenn das angestrebte Wachstum in diesem Jahr noch nicht eingetreten ist, war es wichtig, die Grundlagen zu schaffen, um den Weg zur angestrebten Vision gehen zu können. Rückblickend sehe ich es als ein Jahr der Vorbereitung – mit vielen Entscheidungen, die uns künftig Stabilität, Skalierbarkeit und Entwicklungsmöglichkeiten geben werden.

**Welche Projekte oder Momente haben dich in diesem Jahr besonders begeistert oder stolz gemacht?**

Ich durfte schon nach wenigen Wochen im Unternehmen an der großen 30 Jahr Feier teilnehmen. Es war schon toll dort zu sehen, wie groß der Zusammenhalt und die Identifikation mit dem Unternehmen sind. Auch wenn es im Tagesgeschäft nicht immer so offensichtlich ist, bin ich doch stolz, dass wir es geschafft haben gewachsene Strukturen zu durchbrechen, neu aufzubauen und gleichzeitig Prozesse zu verbessern und Pain-Points, die wir aus der Mannschaft gespiegelt bekommen haben, abzubauen. Es motiviert mich, dass wir als Geschäftsleitung geschlossen nach vorne arbeiten und ein klares Ziel vor Augen haben.

**Gab es Herausforderungen, die dir besonders in Erinnerung geblieben sind, und was hast du daraus gelernt?**

Eine der größten Herausforderungen war sicherlich, Veränderungen anzustoßen und gleichzeitig Geduld zu bewahren, wenn Erfolge nicht sofort messbar sind. Ich habe gelernt, dass Transparenz und Kommunikation dabei ent-

scheidend sind – sowohl intern mit den Teams als auch nach außen. Diese Balance zwischen kurzfristigen Erwartungen und langfristiger Perspektive ist für mich ein wichtiger Lernmoment gewesen.

**Wie hast du die Zusammenarbeit mit deinem Team und den anderen Abteilungen erlebt?**

Das Team ist für mich das größte Asset bei cyber-Wear. Jeder unterstützt jeden, neue Kolleginnen und Kollegen werden sofort offen und freundlich aufgenommen und ich habe mich im Team wirklich von Tag Eins an wohl gefühlt, sehr schnell auch schon so, als würde ich schon deutlich länger mit den Kollegen zusammenarbeiten. In einem Jahr voller Umstrukturierung war dieser Zusammenhalt extrem wertvoll und zeigt, wie stark die Unternehmenskultur hier ist.

**Gibt es eine Anekdote oder ein Erlebnis aus diesem Jahr, das dich besonders geprägt hat?**

Da fällt es mir wirklich schwer ein einzelnes Erlebnis herauszupicken – es gab viele lustige Momente auf jeden Fall.

**Was sind deine Ziele oder Wünsche für das kommende Jahr bei cyber-Wear?**

Für das kommende Jahr wünsche ich mir, dass die Weichenstellungen der letzten Monate sichtbar Früchte tragen. Mein Ziel ist es, die angestrebten finanziellen Ergebnisse zu erreichen, dadurch die Stabilität weiter zu sichern und vor allem Möglichkeiten zur weiteren Investition zu generieren. Ich wünsche mir, dass die getroffenen Veränderungen auch im gesamten Team noch spürbarer werden und, dass wir dann gemeinsam den Wachstumspfad attackieren.

<



## Familienzuwachs zum 50sten

Zur Feier seines 50-jährigen Bestehens erweitert der Schweizer Schreibgerätespezialist Prodir, eine Marke des Schweizer Unternehmens Pagani Pens SA, die im vergangenen Jahr als QS Stone eingeführte QS50-Familie. Der sechseckige Klassiker, der an traditionelle Bleistifte erinnert, ist nun mit weiteren Oberflächen und in 12 Mineral- und Metallicfarben erhältlich, etwa in Malachitgrün, Amethystviolett, Black Carbon, Rosenquarz oder Lazulitblau. Darüber hinaus offeriert das schlanke, elegante Schreibgerät zahllose Personalisierungsmöglichkeiten.

Originell ist zudem das Gehäuse der QS Stone Serie. So werden alle Modelle dieser Serie aus einem speziellen, mit Mineralien angereicherten Material gefertigt – wie alle Produkte aus dem Hause Prodir vollständig und exklusiv in der Schweiz. Die Stone-Serie der erweiterten QS50-Familie erweist sich somit auch als besonders nachhaltig, denn im Vergleich zu einem Standardstift aus ABS werden beim QS Stone 60 Prozent Kunststoff eingespart, obwohl er bis zu 50 Prozent schwerer ist. Ein gewichtiger Vorteil! Denn das zusätzliche Gewicht steigere die Wertwahrnehmung, wenn er an Geschäftspartner, Interessenten und Mitarbeitende verschenkt wird, heißt es bei Prodir. All jenen, die es sich gern leicht machen, bietet die Familie QS50 aber auch weniger schwere ABS-Gehäuse mit Matt- und Soft-Touch-Oberflächen sowie eine große Auswahl an Kunststoff- und satinierten Metallclips, Knöpfen und Cliphaltern. So oder so bietet die große Clip-druckfläche des QS50 Hunderte verschiedene Individualisierungsmöglichkeiten.

Giorgio Pagani, Gründer und CEO von Prodir, sagt über die QS50-Familie: „Ich habe im Laufe der Jahrzehnte viele Kugelschreiber auf den Markt gebracht, und ich kann wirklich sagen, dass der QS50 ein zeitloser Klassiker ist. Ein stolzes Zeugnis für die Langlebigkeit unserer Marke Prodir, die ich 1975 gegründet habe, und ein Beweis für die anhaltende Bedeutung von Schreibgeräten, sowohl im Alltag als auch als Werbeartikel in der Geschäftswelt. Der QS50 ist ein eleganter Markenbotschafter für Unternehmen, die sich kontinuierlich aus der Masse herausheben und zeigen wollen, was sie einzigartig macht.“ [www.prodir.com](http://www.prodir.com)

**Prodir**



**Der QS50 kommt im Jubiläumsjahr mit neuen Oberflächen und in neuen Farben auf den Markt.**

## elasto und HALFAR verstärken Präsenz in Skandinavien

Die elasto GmbH & Co. KG, Kunststoffproduzent aus Sulzbach-Rosenberg, und der Taschenspezialist Halfar System GmbH aus Bielefeld bauen ihre internationale Präsenz weiter aus. Ab Oktober 2025 betreut Bernt Sandin als freier Handelsvertreter die Kunden in Schweden und Norwegen für beide Unternehmen. Damit setzen elasto und HALFAR gemeinsam auf eine noch intensivere Marktentwicklung in Skandinavien.

Bernt Sandin wird als lokaler Ansprechpartner die Schnittstelle zu den Kunden bilden. Unterstützt durch die Sales-Teams am deutschen Hauptsitz, ist er fortan das Gesicht von elasto und HALFAR in Schweden und Norwegen. Ziel ist es, die bestehenden Beziehungen zu vertiefen und gleichzeitig neue Marktpotenziale zu erschließen. „Durch die enge und freundschaftliche Zusammenarbeit von elasto und HALFAR entsteht eine starke Basis, um Kunden- nahe, Flexibilität sowie Servicequalität auf höchstem Niveau zu gewährleisten“, heißt es von den Unternehmen. [www.elasto.de](http://www.elasto.de) • <http://de.halfar.com>

**Elasto | Halfar System**



Bernt Sandin



Johannes Lehmann, Tatjana Henn, Frank Platenik, Erika Groth (v.l.).

## Aufbruch in eine neue Zeit

Als vielseitiger und erfahrener Partner beliefert SNAP Sportswear den Werbeartikelhandel mit hochwertig veredelten Textilien. Nach dem Abschied der langjährigen Geschäftsleitung Astrid Nasse in den Ruhestand hat das Unternehmen eine strategische Neuausrichtung in Angriff genommen – konsequent, fokussiert und mit klarem Blick nach vorn. Schon beim ersten Blick hinter die Kulissen wird deutlich, dass hier neuer Schwung eingezogen ist. Der Vertrieb wird nun durch Johannes Lehmann verstärkt, der mit frischen Ideen und einem feinen Gespür für Kundenbedürfnisse neue Akzente setzt. In der Grafik verantwortet Patrick Bohn die visuelle Weiterentwicklung der Marke und sorgt für ein noch markanteres Erscheinungsbild. Auch im Lagerteam hat sich Entscheidendes getan: Kevin Schikowski und Thorsten Rüdiger bringen zusätzliche Schlagkraft in Logistik und Warenfluss – und sichern reibungslose Abläufe selbst bei steigendem Auftragsvolumen. Es ist eine Ergänzung, die nicht nur personell, sondern vor allem in ihrer Wirkung deutlich spürbar wird.

Getragen wird dieser Aufbruch von einer neuen Führungsebene, die dem Unternehmen eine klare Handschrift verleiht. Tatjana Henn gestaltet den Innendienst neu und etabliert dabei Transparenz, Effizienz und kurze Entscheidungswege. An der Spitze des Vertriebs bringt Frank Platenik neue Impulse und setzt einen Kurs, der auf Wachstum, Nähe und spürbare Präsenz abzielt. Zusammen bilden sie das Führungsduo, das die nächsten Kapitel der Unternehmensentwicklung maßgeblich prägen wird. Selbstverständlich steht auch der Geschäftsführer und Firmengründer Harald Schnorbach mit seinem jahrzehntelangen Know-how den Kunden zur Verfügung.

SNAP verbindet gewachsene Erfahrung mit dem Elan einer neuen Generation. Statt auf Übergang setzt man auf Aufbruch – tatkräftig, ambitioniert und mit einer Entschlossenheit, die sich bereits heute in Dynamik und Marktpresenz widerspiegelt.

**[www.snap-sportswear.com](http://www.snap-sportswear.com)**

## uma macht Nachhaltigkeitspflicht zur Kür

uma zeigt in diesen Tagen gleich zweifach, wie sehr sich das Unternehmen für eine nachhaltige Produktion von Schreibgeräten engagiert. So wurden die Bemühungen des Herstellers von Werbekugelschreibern mit der Ecovadis-Medaille in Bronze gekürt. Die anerkannte Auszeichnung bestätigt, dass sich uma in den Bereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik sowie nachhaltige Beschaffung kontinuierlich weiterentwickelt. Das Nachhaltigkeitsmanagement von uma zählt damit zu den besten 35 Prozent der von Ecovadis bewerteten Unternehmen.

Wie uma Verantwortung für die Umwelt, die Mitarbeitenden und die Region übernimmt, lässt sich aber auch im gerade veröffentlichten ESG-Report nachlesen. Der Bericht veranschaulicht das messbare Engagement von uma und macht deutlich: Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmensphilosophie. Mit dem ESG-Report schafft uma Transparenz – und Vertrauen, bei Kunden, Lieferanten und Mitarbeitenden. Alexander Ullmann, CEO von uma ergänzt: „Der Nachhaltigkeitsbericht ist für uma kein Pflichtdokument, sondern ein Statement und zeigt, wofür wir einstehen: Innovation, Verantwortung und Zukunftsorientierung.“

**[www.uma-pen.com](http://www.uma-pen.com)**



Die Beziehung zwischen Goldstar, Cimpres sowie National Pen ist in der Branche nicht allen gleichermaßen bekannt. Heather Smartt, Global Head von Goldstar, verdeutlicht die Position des Unternehmens auf dem Markt und bekräftigt sein Bekenntnis zum ausschließlichen Vertrieb über Vertriebspartner.

**Goldstar**

# Vertriebspartner stehen an erster Stelle



agieren als vollständig unabhängige Marke mit eigenen Teams, Strategien und Ressourcen. Der wesentliche Unterschied besteht darin, dass andere Marken von Cimpres, wie Pens.com, Endverbraucher direkt bedienen, während Goldstar sich zu 100 Prozent auf Vertriebspartner konzentriert. Alles, was wir tun, dient dazu, unsere Vertriebspartner zu unterstützen und ihr Wachstum zu fördern.

**I**n der heutigen, schnelllebigen Werbeartikelbranche zählen Vertrauen und Transparenz mehr denn je. Vertriebspartner sind das Herzstück unseres Geschäfts, und wir möchten Missverständnisse ausräumen und bekräftigen, was unsere Mission jeden Tag vorantreibt“, sagt Heather Smartt, Global Head von Goldstar. Im Rahmen eines Hintergrundgesprächs stellt sie klar, dass sich Goldstar ausschließlich darauf konzentriert, Vertriebspartnern innovative Produkte, durchdachte Dekorationen und zuverlässigen Support zur Verfügung zu stellen, damit sie sich auf ihren Märkten erfolgreich positionieren können.

**Auf dem Markt herrscht einige Verwirrung hinsichtlich der Beziehung zwischen Goldstar und Cimpres sowie National Pen. Können Sie das näher erläutern?**

Gerne. Goldstar gehört zur Cimpres-Unternehmensgruppe, die in ein globales Portfolio von Unternehmen für kundenspezifische Produkte investiert und diese betreibt. Wir

**Vertriebspartner sorgen sich manchmal, dass Goldstar mit ihnen im Wettbewerb stehen könnte. Wie reagieren Sie auf diese Sorge?**

Ich möchte ganz deutlich sagen: Goldstar verkauft niemals direkt an Endverbraucher. Wir geben keine Endverbraucherdaten außerhalb von Goldstar weiter und stehen auch nicht im Wettbewerb mit den Vertriebspartnern, die uns vertrauen. Unser Geschäftsmodell ist und bleibt, Vertriebspartner stets an erste Stelle zu setzen. (Distributor-first-Strategie)

**Warum gibt es Ihrer Meinung nach diese Verwirrung?**

Meistens handelt es sich dabei um Überschneidungen bei Produkten. Manchmal bemerken Händler, dass sowohl auf Goldstar als auch auf Pens.com dasselbe Produkt angeboten wird. Dies liegt daran, dass Pens.com eine weitere Marke von Cimpres ist und beide Unternehmen manchmal bei denselben internationalen Herstellern einkaufen, genau wie andere Unternehmen der Branche, die sich bei



gemeinsamen Lieferanten versorgen. Die Produkte selbst können zwar identisch sein, aber die Art und Weise, wie sie verkauft werden, unterscheidet sich deutlich. Pens.com ist ein Online-Händler, der Endverbraucher direkt beliefert, während Goldstar ein globaler Partner ist, der sich ausschließlich an Vertriebspartner richtet, mit unterschiedlichen Zielen, Strategien und Preisen.

#### Was ist mit den Bedenken hinsichtlich der „aggressiven“ Sonderangebote von Pens.com?

Das ist eine berechtigte Frage, und wir wissen, dass dies zu Frustrationen führen kann. Pens.com führt eigene Kampagnen durch, wie beispielsweise Reaktivierungs- oder Neukundenaktionen, an denen Goldstar nicht beteiligt ist und diese nicht kontrolliert. Das Preismodell von Goldstar ist ein völlig eigenständiges Modell. Unser Ziel ist es, die Preisgestaltung transparent, konsistent und fair zu halten, damit unsere Vertriebspartner wettbewerbsfähig und zuversichtlich bleiben.

#### Was hebt Goldstar in der Werbeartikelbranche besonders hervor?

Es gibt einige Punkte, auf die wir stolz sind und die wir hervorheben möchten.

- Distributor-first-Strategie: Wir sind nur dann erfolgreich, wenn unsere Geschäftspartner auch erfolgreich sind.
- Transparente Preisgestaltung: Einfach, fair und wettbewerbsfähig.
- Engagement für durchdachtes Design: Wir konzentrieren uns darauf, Produkte zu entwickeln, die sowohl innovativ als auch verantwortungsbewusst sind, und verwenden dabei, soweit möglich, recycelte und erneuerbare Materialien.
- Erstklassige Dekoration und Verarbeitung: Produkte, die Marken zum Strahlen bringen.
- Wachstum durch Partnerschaften: Initiativen wie unser Sponsoring von PromoTron helfen uns dabei, Vertriebspartner dort zu erreichen, wo sie sind, und ihre Möglichkeiten in ganz Europa zu erweitern.

#### Was sagen Sie Vertriebspartnern, die möglicherweise noch Fragen haben?

Wir sind hier, um Sie zu unterstützen, nicht um mit Ihnen im Wettbewerb zu stehen. Der Erfolg von Goldstar basiert auf dem Vertrauen und dem Wachstum unserer Vertriebspartner und das wird sich auch in Zukunft nicht ändern. Wenn Sie dennoch Bedenken haben sollten, möchten wir diese gerne erfahren, denn der Aufbau starker, transparenter und kooperativer Geschäftsbeziehungen ist das Fundament unseres Unternehmens. Sie können uns jederzeit kontaktieren: [support@simplygoldstar.com](mailto:support@simplygoldstar.com) <



Heather Smartt,  
Global Head von Goldstar

## Über Goldstar

Goldstar ist ein weltweit tätiger Anbieter von Werbeartikeln und bietet eine breite Produktpalette von sorgfältig entworfenen Produkten an, darunter Schreibgeräte, Schreibwaren, Trinkgefäße und Taschen. Mit einem neuen Fokus auf Simplicity und Nachhaltigkeit ermöglicht Goldstar seinen Geschäftspartnern und Marken, intelligentere und wirkungsvollere Entscheidungen zu treffen. Die innovativen Produkte, die einfache transparente Preisgestaltung, die außergewöhnlichen Veredlungslösungen und das Engagement für verbesserte ökologische Maßnahmen machen Goldstar zur vertrauenswürdigen Wahl für Vertriebspartner weltweit.

Wer auf **Authentizität, Wertigkeit und smarte Kommunikation** setzt, wird hier fündig. Noch immer gilt: Made in Europe / Germany, Switzerland, Austria steht für verlässliche Werbeartikel und kurze Wege.



46325 • Slodkie Upominki Spółka z o. o. Sp. K.  
Tel +48 22 6479000 • sales@slodkie.com  
www.slodkie.eu

## Genuss in zwölf Teilen

Das Schokoladenset mit Puzzle-Druck von Slodkie ist eine süße Einladung zum Mitdenken. Zwölf Stücke feinsten weißer Schokolade (27 % Kakaobutter) ergeben zusammen ein vollständiges Motiv – individuell gestaltet, auf jedem Stück und der Verpackung. Produziert wird in eigener Manufaktur mit Fokus auf Nachhaltigkeit: recycelte R-PET-Form, wahlweise Verpackung aus Weiß-, Kraft- oder Ecrü-Papier mit natürlichen Grasfasern. Ideal als Markenbotschafter für Unternehmen, die Kreativität und Geschmack vereinen wollen. Digitaldruck auf Papier und Schokolade sorgt für gestochen scharfe Details, das kompakte Format ist perfekt für Mailings geeignet.



## Starke Marken starten auf festem Boden

MercuryFlooring zeigt mit der neuen „Elegance mit GripCore™“ eine Premium-Logomatte, die Design, Sicherheit und Nachhaltigkeit vereint. Modernste Digitaldrucktechnologie bringt Logos in fotorealistischer Präzision auf edle Polyamid-Garne, die Farben dauerhaft brillant halten. Der GripCore™-Rücken aus PVC und recyceltem Gummi sorgt für Stabilität, rutschfesten Halt und umweltbewusste Langlebigkeit. Mit einer Absorptionsleistung von bis zu 2,5 Litern pro m<sup>2</sup> und Maschinenwaschbarkeit bei 30 °C ist sie ideal für hochfrequentierte Eingangsbereiche. Die Matte ist vollständig individualisierbar – von Farbwelt bis Motiv – und damit ein sichtbarer Ausdruck starker Markenidentität.



PSI 60995 • Mercuryflooring NV  
Tel +32 56610695  
info@mercuryflooring.com  
www.mercuryflooring.com



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

## Edler Alltagsbegleiter aus Holz

Der InLine woodpen von intos vereint Eleganz und Funktion in einem Stift. Gefertigt aus edlem Walnussholz und verchromtem Metall, kombiniert er Kugelschreiber und Stylus in einem ergonomischen Design. Die gummierte Touch-Spitze ermöglicht präzises Arbeiten auf Tablets und Smartphones, während die 0,5-mm-Mine saubere Schrift liefert. Ideal für Büro, Reisen oder kreative Notizen, vermittelt der woodpen Nachhaltigkeit und Stil zugleich. Sein Holzgriff liegt angenehm in der Hand und macht jedes Schreiben zu einem haptischen Erlebnis. Ein Werbeartikel, der Qualität, Technik und Natur harmonisch verbindet.

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

## Schneidebrett mit Markencharakter

Funktional, ästhetisch und langlebig: Das rechteckige Schneidebrett von Holz Frank aus FSC®-zertifizierter Esche vereint Handwerk und Design. Mit 27 × 18 cm ist es ideal für Camping, Outdoor oder die Küche. Lasergravur oder Branding setzen Logos dauerhaft in Szene, optional ergänzt durch Ölung oder Speckmesser. Gefertigt in Deutschland und Europa, steht das Brett für nachhaltige Werte und tägliche Nutzung – ein Werbeartikel mit Substanz, der Markenbotschaften authentisch transportiert.



## Markenbotschaft auf Schritt und Tritt

Schon der erste Schritt zählt – und mit den individuell bedruckten Fußmatten von emco wird der Eingangsbereich zum überzeugenden Markenbotschafter. Ob als CI-konformes Werbemittel, als Teil eines professionellen Interieurs oder als nützliches Geschenk: die in Deutschland produzierten Matten kombinieren Design, Funktion und Nachhaltigkeit auf höchstem Niveau. Gedruckt mit leuchtenden, abriebfesten Farben und gefertigt aus regeneriertem econyl®-Garn, vereinen sie ökologische Verantwortung mit langlebiger Qualität. Ihre Vielseitigkeit macht sie zum Alleskönner. Mit frei wählbaren Maßen und Sonderformen lässt sich nahezu jede kreative Idee realisieren.



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



PSI 6067 • 5marcolor GmbH & Co. KG  
Tel +49 6562 93126-0 • kontakt@marcolor.de  
www.marcolor.de

## Sauber gedacht, nachhaltig gemacht

Kalli heißt das Schwammtuch von marcolor, das Nachhaltigkeit greifbar macht. Komplette „Made in Germany“ – vom Tuch bis zur Banderole – vereint es Funktionalität mit Umweltbewusstsein. Hergestellt aus Baumwollfasern und Zellulose ist Kalli vollständig kompostierbar, langlebig und äußerst saugfähig. Individuelle Logos, Sprüche oder Motive werden im spezialisierten Druckverfahren aufgebracht, die Banderole besteht aus Recyclingpapier. Produktion, Bedruckung und Konfektionierung finden vollständig in Deutschland statt – das sichert Qualität und kurze Lieferzeiten von rund zehn Werktagen. Schon ab 500 Stück individualisierbar, ist Kalli ein Werbeträger, der sauber wirkt – im doppelten Sinn.

## Smarter Schlüsselring schon Nagel

Mit dem NAIL GUARD präsentiert TROIKA die Evolution des Schlüsselrings – funktional, edel und preisgekrönt mit dem German Design Award 2025. Der patentierte Öffnungsmechanismus ermöglicht ein fingernagelschonendes Wechseln von Schlüsseln ohne Kraftaufwand oder Hilfsmittel. Gefertigt aus hochwertigem Edelstahl mit matt-silberner Oberfläche und ausgestattet mit drei zusätzlichen Ringen ist der NAIL GUARD ein Designstatement für Alltag und Business – praktisch, ästhetisch und robust.



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



Zum Öffnen  
drücken!

PSI 6067 • 5marcolor GmbH & Co. KG  
Tel +49 6562 93126-0 • kontakt@marcolor.de  
www.marcolor.de



## Textiles Statement aus Deutschland

Mit ihren bedruckten Geschirrtüchern aus 100 % Baumwolle steht die marcolor GmbH & Co. KG für echte deutsche Wertarbeit. In Größe 50 × 70 cm gefertigt, kombinieren die Tücher Funktionalität mit langlebiger Qualität. Sie sind saugstark, strapazierfähig und in klassischer Industriequalität hergestellt – ideal für Gastronomie, Haushalt und als Werbegeschenk. Besonderheit: Produktion und Textilsiebdruck erfolgen vollständig in Deutschland. Kurze Wege, faire Bedingungen und kontrollierte Qualität garantieren zuverlässige Lieferzeiten. Bereits ab 100 Stück können Unternehmen ihre Motive individuell umsetzen lassen. Ein einfaches Produkt, das durch regionale Herstellung und Nachhaltigkeit überzeugt – und zeigt, dass auch Alltägliches Werbewert hat.

## Natürliches Spielzeug mit Sinn

Das Haus goki steht für nachhaltige Holzspielwaren, gefertigt mit Liebe zum Detail und sicher für die Kleinsten. Der Greifling aus der goki-baby-Serie ist ein klassisches Beispiel: aus hochwertigem Holz, in sanften Farben gestaltet und individuell veredelbar durch Druck oder Lasergravur. Das Produkt unterstützt die sensorische und motorische Entwicklung von Babys, fördert das gezielte Greifen und vermittelt spielerisch erste Sinneseindrücke. Gefertigt in Deutschland, steht der Greifling für Qualität, Sicherheit und Verantwortungsbewusstsein. goki beweist, dass Spielzeug nicht nur Freude bereiten, sondern auch Werte vermitteln kann – durch nachhaltige Materialien, kindgerechtes Design und hohe Verarbeitungsstandards.



PSI 42351  
goki Gollnest & Kiesel GmbH & Co. KG  
Tel +49 415888220 • info@goki.eu  
www.goki.eu

## Werbung mit Herkunft und Haltung

Bei Reidinger setzt man auf kurze Wege und klare Werte: Schreibgeräte „made in EU“ – von Bleistiften über Zimmermannsstifte bis zu Zollstöcken. FSC®-zertifizierte Materialien, faire Bedingungen und regionale Produktion schaffen Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Über den Online-Konfigurator lassen sich Farben, Gravuren und Logos individuell gestalten. So wird jeder Stift zum sympathischen Werbeträger mit nachhaltiger Botschaft. Für Marken, die Verantwortung und Qualität sichtbar machen wollen, ist Reidinger der passende Partner – mit Produkten, die ebenso praktisch wie aussagekräftig sind.



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



## Schreiben zum Vergnügen

Schneider Schreibgeräte begeistert mit drei neuen und knallig-frischen Farben: Der Druckkugelschreiber Slider Rave ist zusätzlich zu den neun bereits bestehenden Standardfarben in Hellgrün, Orange und Pink erhältlich – perfekt für alle, die Stil und Funktionalität schätzen. Die einzigartige und patentierte Viscoglide®-Technologie ergibt ein unvergleichlich sanftes Schreibgefühl, das Schreiben zum Vergnügen macht. Eine spezielle Fluid Paste sowie die Direct2Point-Schreibspitze sorgen für sofortiges Anschreiben ohne Aussetzer, ohne Patzer und Verschmieren. Der Kugelschreiber ist mit seiner gummierten Oberfläche nicht nur ein Meisterwerk der Ergonomie und garantiert eine angenehme Schreibhaltung ohne Ermüdung der Hand, sondern ist auch umweltfreundlich: Das Gehäuse besteht jetzt zu 68 Prozent aus recyceltem Kunststoff. Mit der blauen Schreibfarbe und der auswechselbaren Großraummine Slider 755 XB mit hochpräziser, bleifreier und verschleißfester Edelstahlspitze ist der Slider Rave ideal für alle, die Wert auf Qualität und Langlebigkeit legen. Die Kombination Spitze und Paste liefert ein sauberes Schriftbild bis der Mineninhalt vollständig aufgebraucht ist. Die dokumentenechte Paste ist lichtbeständig, wassertropfenfest, schnelltrocknend und wischfest, selbst beim Übermarkieren mit Textmarkern (ausgenommen die Schreibfarbe Rot). Der Slider Rave ist nachfüllbar und bietet somit eine nachhaltige Lösung für alle Schreibbedürfnisse. Er ist für Rechts- und Linkshänder gleichermaßen geeignet.

## Persönliche Werte in Stahl gefasst

Ein Geschenk, das bleibt: Victorinox verbindet in seinem Gemüsemesser-Set mit Schäler Schweizer Präzision mit emotionaler Wirkung. Gerade zur Weihnachtszeit sind solche hochwertigen und zugleich nützlichen Präsente ein starkes Zeichen der Wertschätzung. Die scharfen Klingen und der ergonomische Schäler stehen für Qualität und Funktion, die sich im Alltag bewährt. Doch das Besondere liegt in der Individualisierung: Eine Ätzung auf der Messerklinge und ein Tampondruck auf dem Schäler verleihen jedem Set eine persönliche Note. Über den Online-Konfigurator von Victorinox können Unternehmen Taschenmesser, Haushaltsmesser, Uhren und Reisegepäck frei gestalten – mit Logo, Slogan oder Botschaft.

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





## Süße Werbung mit Haltung

Der Zuckerbäcker verbindet Genuss mit Verantwortung. In Heilbronn werden Fruchtgummis, Bonbons, Kekse und Schokolade von Hand konfektioniert und veredelt – mit geprüften Zutaten, kurzen Lieferwegen und viel Liebe zum Detail. So entstehen kreative Werbeideen, die süß aussehen und zugleich nachhaltig wirken. Verpackungen aus recycelbaren Materialien und individuell gestaltete Designs machen die Produkte zu charmanten Botschaftern moderner Markenkommunikation. Regionalität, Qualität und Fairness stehen dabei im Mittelpunkt. Wer Wert auf verantwortungsvolle Werbung legt, findet hier köstliche Inspirationen, die lange im Gedächtnis bleiben.

## Intelligente Erinnerung ans Trinken

Die Ulla Ocean Edition ist mehr als ein Gadget – sie ist ein smarter Begleiter für den Alltag. Der kleine, an Flaschen oder Gläsern befestigte Trinkcoach erinnert Nutzer nur dann ans Trinken, wenn es wirklich nötig ist. Dank intelligenter Sensoren erkennt Ulla das individuelle Trinkverhalten und blinkt dezent, ganz ohne App, Geräusch oder Zeitplan. Gefertigt aus recyceltem Meeresplastik des Schweizer Unternehmens #tide und entwickelt in Slowenien, vereint Ulla Nachhaltigkeit mit Design und Funktion. Das unaufdringliche Tool fördert Wohlbefinden und Konzentration am Arbeitsplatz und ist zugleich Symbol für Umweltbewusstsein.



PSI 41848  
 UMA Schreibgeräte Ullmann GmbH  
 Tel +49 7832 7070 • info@uma-pen.com  
 www.uma-pen.com



## Ein smarter Stift verbindet

Mit dem uma® inside NFC PEN setzt das Schwarzwälder Unternehmen uma ein digitales Statement: Der klassische Kugelschreiber wird zum smarten Werbeträger. Ein unscheinbarer NFC-Tag im Inneren macht den Stift zum Kommunikationskanal – Daten, Links oder Kontaktdetails lassen sich kontaktlos an Smartphones übertragen. Optisch überzeugt der Stift durch einen breiten Schaft und Clip, die reichlich Platz für kreative Markenauftritte bieten. Ob Siebdruck oder digitaler Folientransfer (uma VISUAL) – die Individualisierungsmöglichkeiten sind nahezu unbegrenzt. Farbe, Design und Botschaft verschmelzen zu einem interaktiven Markenerlebnis, das sich in der Hand des Kunden fortsetzt. Damit bringt uma klassische Haptik und digitale Innovation in Einklang.

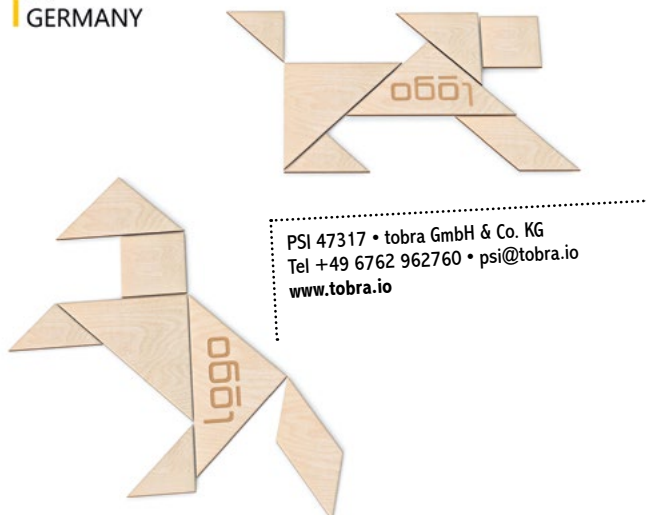
MADE  
IN  
GERMANY

## Spiele mit grünem Gewissen

Bei tobra verbindet man Spielspaß mit Nachhaltigkeit. Die FSC®-zertifizierten Holzspiele Tangram und Tic-Tac-Toe entstehen in eigener Produktion unter Einsatz von Solar- und Ökostrom – ein klares Bekenntnis zu Qualität und Umweltbewusstsein. Die Spiele sind CE-zertifiziert, entsprechen der europäischen Spielzeugrichtlinie EN 71 und werden wahlweise in Baumwoll- oder Pergaminbeuteln mit Werbefläche verpackt. Langlebig, sicher und „made in Germany“ werden sie zu sinnvollen Give-aways für Marken mit ökologischem Anspruch. So zeigt tobra, dass nachhaltiges Handeln und Spielvergnügen perfekt zusammenpassen.



MADE  
IN  
GERMANY



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



**SCHNEIDERS**

**Ihr Produzent mit Liebe  
für Spielkarten**

schnell, günstig und flexibel

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

– Anzeige –

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



## Schutz und Pflege „Made In Germany“

Hochwertige Lippenpflege „Made in Germany“ produzieren die Kosmetikspezialisten der KHK GmbH seit über 30 Jahren als Stifte, in Döschen und in Tiegeln. Zum eleganten Premium-Sortiment gehört der Lippenpflegestift Lipcare Deluxe mit glänzender Hülle in Silber oder Gold. Mit der Rezeptur Planty lässt sich der Stick bereits ab 300 Stück mit einer Gravur individualisieren, ab 1.000 Stück wird er auch in einer individuell bedruckten Faltschachtel geliefert. Dann stehen acht weitere Pflege-Rezepturen zur Auswahl: mit Lichtschutzfaktor 20 oder 30, als Naturkosmetik – sogar mit Fairtrade-Siegel oder in den besonders pflegenden Varianten mit Aloe Vera oder Hyaluron. Alle Rezepturen werden im hauseigenen Labor entwickelt, nach Kosmetikverordnung und GMP-Standard produziert und im CPNP Portal gemeldet.



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

## Schwarzwälder Qualität zum Bürsten

Die Kleiderbürste „Flotter Feger“ von Frank Bürsten steht für handwerkliche Präzision Made in Germany. Gefertigt aus regionalem Buchenholz und bestückt mit feinem Rosshaar, entfernt sie Staub und Schmutz schonend von empfindlichen Stoffen. Ergonomisch geformt, lackiert und mit Aufhängeloch versehen, überzeugt sie durch Funktion und Ästhetik. Produziert im Schwarzwald, verbindet sie Tradition mit Nachhaltigkeit – und kann auf Wunsch individuell gelabelt werden.

## Edler Gruß von der Mosel

Mit dem Necto Riesling von Römer Präsente kommt deutsche Weinkultur auf den Punkt. Der trocken ausgebaute Spitzenriesling aus der Moselregion überzeugt durch aromatische Frische und feine Balance. Geliefert wird die 0,75-Liter-Flasche im schwarzen Geschenkkarton mit edlem Sizzle-Inlay – ein Präsent, das Stil und Geschmack vereint. Ab 60 Stück kann das Set mit Anhänger oder personalisiertem Etikett versehen werden. Ideal als Geschenk für Geschäftspartner oder Weinliebhaber.

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





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

## Werbung, die haftet

Die Tattoo-Mäppchen von Römer Wellness bringen Spaß auf die Haut – individuell bedruckt, dermatologisch getestet und komplett in Europa gefertigt. Ob Firmenlogo, Eventmotiv oder Slogan: Die temporären Tattoos werden im maßgeschneiderten Kartonmäppchen geliefert und machen jede Marke sichtbar. Ab 500 Stück erhältlich, sind sie ideale Streuartikel für Mailings, Events oder Promotionaktionen. Das Ergebnis: Werbung, die nicht nur auffällt, sondern bleibt – zumindest für ein paar Tage.

## Praktisch schön serviert

Das Gasthaus von Fairwerk ist mehr als ein Untersetzer-Set – es ist ein Stück gelebte Tischkultur. In dem kleinen Holzhaus aus geölter Eiche stecken acht Filzuntersetzer aus recyceltem PET, immer griffbereit und waschbar bei 30 °C. Das schlichte Design, gefertigt in Deutschland, verbindet Ästhetik und Nachhaltigkeit in einem Objekt, das sowohl dekorativ als auch funktional ist. Erhältlich in drei Farben, wird das Ensemble schnell zum Blickfang in Küche, Büro oder Restaurant. Fairwerk steht für Handarbeit mit sozialem Anspruch.



PSI 60835 • Fairwerk - Stiftung Attl -  
Einrichtung für Menschen mit Behinderung  
Tel +49 8071102226 • info@fairwerk.de  
www.fairwerk.de



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

## Komfort mit Weitblick

Ob beim Wandern, Angeln oder auf dem Festival – das Sitzkissen „Weitblick“ von team-d bringt Komfort an jeden Ort. Gefertigt in Europa und bereits ab 100 Stück mit individuellem all-over-Druck erhältlich, verbindet es praktische Funktion mit Markenwirkung. Das kompakte Format (33 × 30 × 3 cm) schützt vor Nässe und Kälte, ist leicht zu transportieren und ideal für Werbeaktionen im Freien. So zeigt team-d, dass durchdachtes Design auch bei kleinen Auflagen große Wirkung erzielt.

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



## Natürlich werben im Biergarten

Schlichte Eleganz trifft Nachhaltigkeit: Die Besteckbehälter von Holz Frank sind aus europäischer Fichte gefertigt und ideal für Gastronomie, Terrassen oder Biergärten. Durch brillanten 5C-Digitaldruck kommen Logos und Claims wirkungsvoll zur Geltung. Wählbare Finishes – natur, klar lackiert oder geflammt – unterstreichen die Handwerksqualität. Gefaste Kanten, stabile Maße und plastikfreie Materialien machen den Behälter zu einem langlebigen Werbeträger mit natürlichem Charme. Made in Germany, sichtbar nachhaltig und perfekt für Marken mit Stil.

## Kleine Kugeln, großer Geschmack

Mit den Promo Drops von Römer Drinks wird Trinken zum Erlebnis. Die kleinen Kugeln aus 100 % natürlichen Teeextrakten verwandeln Wasser in Sekunden in ein aromatisches Getränk – ganz ohne Zucker, Gluten oder Konservierungsstoffe. Ob Wildberry oder Zitrone, ob heiß oder kalt: ein Sachet genügt. Verpackt in individuell gestaltbaren Klappkarten ab 100 Stück sind die Drops das ideale Give-away für Messen oder Mailings. Produziert in Deutschland, leicht im Gewicht und vielseitig im Geschmack, zeigen sie, wie innovativ moderne Werbegetränke sein können.



1 3-5 TEABALLS



2 200 ml Wasser/water



3 Auflösen lassen/  
Dissolve



4 Genießen!  
Enjoy! 😊



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



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

## Heimatküche neu entdeckt

Das Kochbuch „Heimat auf dem Teller“ verbindet bodenständige Küche mit emotionaler Markenkommunikation. Der EMF-Verlag bietet damit Unternehmen eine kulinarische Reise durch deutsche Regionen – mit Rezepten, die an Kindheit und Tradition erinnern. Inhalt, Design und Format lassen sich individuell anpassen; sogar das Firmenlogo kann auf dem Cover erscheinen. So entsteht ein einzigartiges Corporate-Buch mit Herz und Geschmack. Von der Idee bis zur Auslieferung übernimmt EMF alle Schritte – zuverlässig, kreativ und made in Europe.

## Süße Vielfalt im Corporate Look

Mit den neuen Premium-Bärchen von Kalfany Süße Werbung wird Markenkommunikation buchstäblich zum Genuss. Unter der Marke bären company® produziert das Unternehmen in seiner ifs-zertifizierten Manufaktur jährlich rund 2000 Tonnen Fruchtgummi – ab 2026 auch in veganer Variante. Die sortenreinen Bärchen verbinden Geschmack, Farbe und Markenidentität zu einem harmonischen Ganzen: Gelb nach Zitrone, Grün nach Passionsfrucht, Rot nach Himbeere, Orange nach Orange, Transparent nach Ananas und neu – Blau nach Cassis. Die Verpackungen in 10-, 15- oder 20-Gramm-Größen bieten Flexibilität für jede Werbekampagne: wahlweise glänzend, matt oder kompostierbar. Schon ab 3.500 Stück lassen sich individuelle Farbwünsche und Designs umsetzen.



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

– Anzeige –

## KLEINER PREIS, GROSSE WIRKUNG.

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



Mehr Infos unter:

[lupenmaxx.de](http://lupenmaxx.de)  
[zeckenkarten.de](http://zeckenkarten.de)  
[mikrofasertuch.de](http://mikrofasertuch.de)

**lupenmaxx®**  
...wir machen's größer!



PSI 48078 • Wera Werkzeuge GmbH  
Tel +49 202 4045144  
matuschek@wera.de  
www.wera.de



## Sicher unter Spannung

Mit dem neuen Kraftform Safe-Torque Speed VDE setzt Wera Maßstäbe für sicheres Arbeiten unter Spannung bis 1000 Volt. Der vollisolierte Drehmoment-Schraubendreher ermöglicht schnelles Einstellen von fünf voreingestellten Drehmomentwerten über einen praktischen Schiebeschalter. Dank Überrutschtechnik ist ein Überschreiten ausgeschlossen. Das System bietet Präzision, Tempo und maximale Sicherheit – im 23-teiligen Set perfekt für Schaltschränke und Elektrofros.

## Keine Farbe ist unmöglich

Jetzt wird es bunt bei Klio-Eterna: Kugelschreiber in Sonderfarben können ab sofort bereits zu einem kleinen Aufpreis gefertigt werden. Ab einer Menge von 3000 Stück werden die ausgewählten Modelle nach Kundenwunsch in Farben der Pantone-Skala eingefärbt – und das für einen moderaten Aufpreis. Es stehen vier Modelle in 17 Varianten und in vier unterschiedlichen Materialien zur Verfügung. Damit ist die Auswahl besonders vielfältig und es ist für jede Marke und jeden Einsatzzweck das passende Modell dabei.



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

Das niedersächsische Unternehmen **WERKHAUS** ist Sieger des **Deutschen Nachhaltigkeitspreises (DNP) 2026** in der Kategorie „Bürobedarf und Werbeartikel“. Die Auszeichnung würdigt damit das konsequente Engagement für ökologische Verantwortung, Kreislaufwirtschaft und faire Arbeitsbedingungen.

## WERKHAUS gewinnt Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2026

# Nachhaltigkeit auf allen Ebenen

**D**ie Jury bezeichnete WERKHAUS als „Vorreiter für konsequente Ressourcenschonung in Design und Produktion und als Beispiel für eine ganzheitliche Unternehmenskultur und ein tief verankertes Nachhaltigkeitsverständnis“. Die Preisverleihung findet am 4. und 5. Dezember 2025 im Rahmen des 18. Deutschen Nachhaltigkeitspreises in Düsseldorf statt.

„Dieser Preis ist für uns eine große Ehre und gleichzeitig ein Ansporn, unseren Weg weiterzugehen“, freut sich Eva Danneberg, Geschäftsführerin von WERKHAUS. „Seit unserer Gründung setzen wir auf nachhaltige Materialien, innovative Fertigung und regionale Verantwortung. Dass dies nun durch den Deutschen Nachhaltigkeitspreis gewürdigt wird, macht uns glücklich und zeigt, dass konsequentes Umdenken Wirkung hat.“

### Nachhaltigkeit Kern der Unternehmensphilosophie

WERKHAUS entwickelt und produziert seit 33 Jahren innovative Büro- und Wohnaccessoires, Möbel, Werbemittel sowie Warendisplays, die durch das von WERKHAUS entwickelte **Stecksystem** ohne Schrauben und Nägel auskommen. Alle Produkte entstehen am Standort Bad Bodenteich und werden vorwiegend aus **FSC-zertifizierten Holzwerkstoffen** gefertigt. Die Produkte sind langlebig,



**Freude über die Auszeichnung (von links hinten): Luise Gümeceler, Lukas Danneberg, Eva Danneberg, Ruben Danneberg-Utter und Holger Danneberg (vorne). Eva und Holger Danneberg sind die Gründer der Firma WERKHAUS Produkt und Design GmbH, die mittlerweile gemeinsam mit den Kindern Luise, Lukas und Ruben das nachhaltige Familienunternehmen leiten.**

Foto: WERKHAUS

stabil und können dank des Stecksystems flach gelagert, versandt und problemlos in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt werden. Eine seit 1992 konsequent auf ökologische Alternativen ausgerichtete Produktpalette, Materialeffizienz und die Schonung der natürlichen Ressourcen bei der Produktion ausschließlich in Deutschland, begleitet von Engagement für den Umwelt- und Klimaschutz und einer hohen sozialen Verantwortung für die Mitarbeitenden und die Region sind zentrale Bestandteile der Unternehmensphilosophie. WERKHAUS ist gemeinwohlorientiert und strebt Klimaneutralität an.

### Signalwirkung für die Branche

Mit der Auszeichnung unterstreicht der DNP die Vorreiterrolle von WERKHAUS im Bereich Bürobedarf und Werbeartikel.

Das Unternehmen zeigt, dass nachhaltige Produkte funktional, langlebig, designorientiert und zugleich sozial sowie ökologisch verantwortungsvoll sein können.

### Mehr als nur Werbeartikel

Die WERKHAUS GmbH wurde 1992 in Bad Bodenteich (Niedersachsen) gegründet. Heute beschäftigt das Unternehmen rund 120 Mitarbeitende und produziert neben Büroaccessoires und Werbeartikeln Warendisplays, Möbel, Wohn- und Geschenkartikel. Von Beginn an setzte WERKHAUS auf **Nachhaltigkeit, Regionalität und Fairness** – in der Produktgestaltung ebenso wie in der Unternehmenskultur.

Premiere für die Gustav Daiber GmbH: Zum ersten Mal präsentierte der Corporate-Fashion-Hersteller seine Kollektionen gemeinsam mit dem Tanzkraftwerk Stuttgart in einer eigenen Fashion Show. Rund 70 geladene Gäste, darunter Kunden aus ganz Deutschland, erlebten im Mercedes-Benz Museum ein Event, das Mode und Tanz auf besondere Weise verband.

## Erste Fashion Show von Daiber

# Corporate Fashion trifft Entertainment



Oben links:

Einer der zahlreichen Durchgänge zeigte modischen Oversized-, Interlock- und Colour-Block-Artikel, ebenfalls aus der diesjährigen Kollektion.



Oben rechts:

Das Tanzkraftwerk Stuttgart präsentierte in Dreiergruppen und insgesamt 18 Durchgängen unterschiedlichste veredelte Styles aus dem Hause Daiber.

Alle Bilder: Daiber

**M**it einer gelungenen Premiere begeisterte die Gustav Daiber GmbH ihre Kunden: Erstmals in der Unternehmensgeschichte lud der Corporate-Fashion-Hersteller aus Albstadt am 9. Oktober 2025 zu einer Fashion Show ein und verwandelte das Mercedes-Benz Museum in Stuttgart in eine außergewöhnliche Bühne für Corporate Fashion. Rund 70 geladene Gäste, darunter Kunden aus ganz Deutschland, folgten der Einladung ins Museum, wo der gemeinsame Nachmittag mit einer Begrüßung durch die Geschäftsführung von Daiber eingeläutet wurde.

### Format setzt neue Maßstäbe

Daran anschließend das Highlight: die Fashion Show, welche die Mode aus dem Hause Daiber mit dynamischen Tanzeinlagen in Szene setzte. „Mit unserer Fashion Show

haben wir bewusst neue Wege beschritten und auf kreative Weise gezeigt, dass Corporate Fashion weit mehr ist als funktionale Arbeitskleidung. Die positive Resonanz unserer Gäste bestätigt uns darin, dass wir mit diesem Format neue Maßstäbe in unserer Branche setzen“, so Christof Kunze, der das Unternehmen gemeinsam mit Kai Gminder führt.

### Zwischen Corporate Fashion und Choreografie

Das Tanzkraftwerk Stuttgart brachte die vielfältige Produktwelt des Corporate-Fashion-Herstellers tänzerisch auf die Bühne: Sechs Tänzer:innen präsentierten in Dreiergruppen und insgesamt 18 Durchgängen unterschiedlichste veredelte Styles aus dem Hause Daiber – von funktionaler Workwear über Bestseller und vielseitige Crossover-Artikel bis hin zu den Neuheiten 2025. Darunter die Workwear Pants - STRONG, eine der Workwear-Bestseller, die



Daiber veranstaltete seine erste Fashion Show an prominenter Stelle: dem Mercedes-Benz Museum in Stuttgart.



Eigens zur Fashion Show gab's ein T-Shirt mit Sonderdruck.



Besonders im Blickpunkt in dieser Jahreszeit: die Winterjacken-Neuheiten 2025.



Ein starkes Segment der Dainer-Kollektion: die Workwear.



Kleines, feines Catering setzte schmackhafte Akzente.

College-Jacket UNISEX, das Kollektionshighlight 2025, sowie die modischen Oversized-, Interlock- und Colour-Block-Artikel, ebenfalls aus der diesjährigen Kollektion. Die dynamische Choreografie lieferte zugleich Inspiration für den vielfältigen Einsatz und die unterschiedlichen Kombinationsmöglichkeiten der Corporate Fashion von Daiber. Als besonderes Highlight gewährte Daiber einen exklusiven Sneak Peek in die Kollektion 2026 – mit neuen modernen Schnitten und Farbwelten. Die Kooperation mit dem Tanzkraftwerk Stuttgart geht über die Fashion Show hinaus: „Als Unternehmen aus der Region ist es uns wichtig, Kultur und Vereine vor Ort zu unterstützen. Im Gegenzug für die gelungene Präsentation unserer Mode danken wir den Tänzerinnen und Tänzern mit einer eigens für sie designten Kollektion“, sagt Kai Gminder, Geschäftsführer in vierter Familiengeneration der Gustav Daiber GmbH.

### Feierlicher Abschluss der Premiere

Im Anschluss an die Show hatten die Gäste Gelegenheit, die präsentierten Produkte in einer Ausstellung zu erkunden und sich mit den Geschäftsführern Kai Gminder und Christof Kunze, Marketingleiter André Knaus, Einkaufsleiter Thomas Früh sowie den beiden Vertriebsleitern Mario Besenfelder und Bernd Seeger auszutauschen. Den Abschluss des Events bildete ein Besuch auf dem Cannstatter Volksfest, wo Daiber den Tag gemeinsam mit seinen Kunden ausklingen ließ. Die erfolgreiche Premiere unterstreicht die innovative Ausrichtung von Daiber und setzt neue Impulse für die Corporate-Fashion-Branche. <

# Einfache Produktaktualisierung im PSI Product Finder

## Effizienz steigern mit wenigen Klicks

**Der PSI Product Finder, die leistungsfähige Werbeartikeldatenbank des PSI, bringt Angebot und Nachfrage von Werbeartikeln übersichtlich zusammen. Für Lieferanten ist es jetzt noch einfacher, ihre Produkteinträge zu aktualisieren. Starten Sie jetzt mit der Aktualisierung – für mehr Effizienz und zufriedene Kunden.**

Seit einiger Zeit gibt es im PSI Product Finder eine neue, äußerst nützliche Funktion: die Bestätigung der Produktdatenaktualität. Aktuelle Produkteinträge sind so wichtig, dass wir das Thema nochmals aufgreifen. PSI E-Business Managerin Martina Lipp erklärt im Gespräch mit dem PSI Journal, wie Lieferanten mit wenigen Klicks die Aktualität ihrer Produkte bestätigen können. So bleiben Einträge stets auf dem neuesten Stand und Geschäftschancen werden maximiert. Dieses Update bietet sowohl für Händler als auch für Lieferanten echten Mehrwert und steigert die Effizienz im täglichen Geschäft.



**PSI E-Business Managerin Martina Lipp erklärt, wie Produkteinträge im Product Finder aktuell bleiben.**

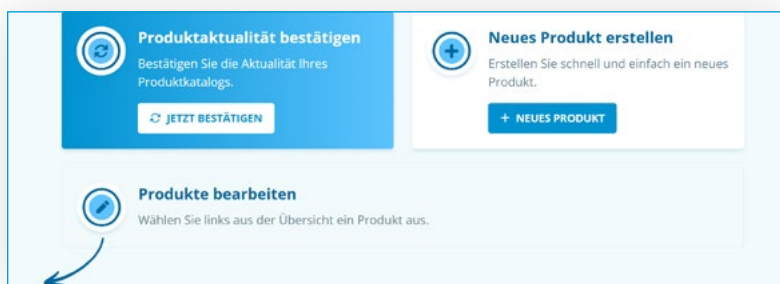
### Was genau verbirgt sich hinter der Bestätigung der Produktdatenaktualität und warum ist diese Funktion so bedeutend?

Die Bestätigung der Produktdatenaktualität ist eine Funktion, die wir speziell dafür entwickelt haben, damit alle im PSI Product Finder gelisteten Produkte immer auf dem neuesten Stand sein können. Bisher mussten unsere Lieferanten

ihre Produktdaten regelmäßig manuell aktualisieren, um einen neuen Zeitstempel zu erhalten. Leider wurde das oft nicht gemacht, wenn die Daten nach wie vor aktuell waren. Das führte dazu, dass veraltete Zeitstempel angezeigt wurden – so entstand bei Händlermitgliedern der Eindruck, dass das Produkt nicht mehr verfügbar ist. Mit unserer Aktualisierungsfunktion können Lieferanten jetzt einfach und schnell die Aktualität ihrer Einträge bestätigen. Das löst das Problem effektiv.

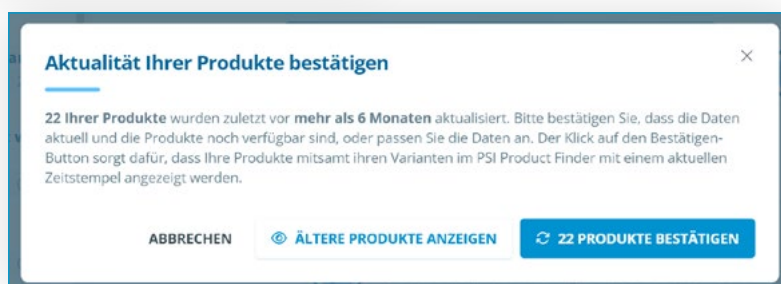
### Welche Auswirkungen hat es, wenn diese Bestätigung nicht regelmäßig erfolgt?

Wenn die Aktualität der Produktdaten nicht bestätigt wird, kann das erhebliche Folgen haben. Das System zeigt auf der Produktdetailseite das Datum der letzten Aktualisierung an. Ist dieses



**Ansicht der Backend-Startseite für Lieferanten im PSI Product Finder**

**Das System erinnert an die Aktualisierung, wenn Produkte sechs Monate nicht aktualisiert wurden.**



Datum veraltet, könnte das bei interessierten Händlern den Eindruck erwecken, das Produkt sei nicht mehr aktuell. Die Folge: anstatt bei dem Lieferanten nachzufragen, suchen sie nach Alternativen. Das führt wiederum dazu, dass beide Seiten Geschäftsmöglichkeiten verlieren. Zudem erscheinen Produkte, die einen älteren Datumsstempel haben, bei einer Sortierung nach Aktualität weiter unten in den Suchergebnissen. Das verringert ihre Sichtbarkeit erheblich.

#### Wie genau funktioniert die Bestätigungsfunktion für die Lieferanten?

Die Funktionsweise ist ganz bewusst einfach gehalten, um den Aufwand für unsere Mitglieder zu minimieren. Sobald ein Produkteintrag älter als sechs Monate ist, erscheint im Backend des Product Finders automatisch die Option zur Bestätigung der Aktualität. Die Lieferanten können dann entweder den gesamten Produktkatalog oder einzelne Einträge überprüfen und mit wenigen Klicks bestätigen, dass die Daten noch korrekt sind und die Produkte verfügbar bleiben. Diese Bestätigung versieht den Eintrag mit einem aktuellen Zeitstempel, der auf der Produktdetailseite im Product Finder auch angezeigt wird. Dadurch erscheinen die Produkte bei einer Filterung der Suchergebnisse nach Aktualität weiter oben, und das Vertrauen der Händlermitglieder wird gestärkt.

#### Welche Vorteile hat das langfristig für PSI-Mitglieder?

Langfristig profitieren sowohl Händler als auch Lieferanten von dieser Funktion. Für die Händler bedeutet es, dass sie sich darauf verlassen können, dass die im Product Finder aufgeführten Produkte aktuell und verfügbar sind. Das spart ihnen Zeit, da sie nicht nach Alternativen suchen müssen, weil sie fälschlicherweise denken, dass das favorisierte Produkt nicht mehr erhältlich ist. Für die Lieferanten ist die Bestätigungsfunktion ein effektives Mittel, um ihre Produkte optimal zu präsentieren. Das wiederum erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Anfragen eingehen, und eröffnet neue Chancen für den Geschäftserfolg.

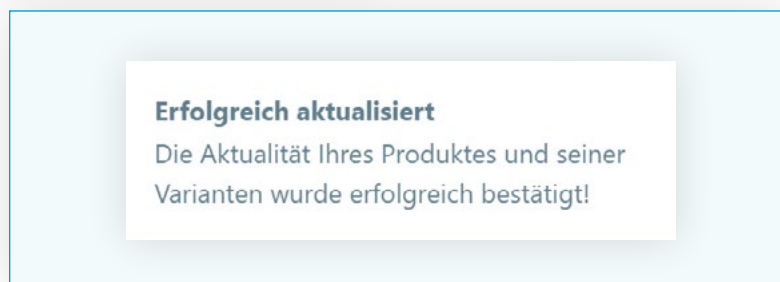
#### Ein letzter Punkt: Worauf sollten Mitglieder bei der Nutzung dieser Funktion besonders achten?

Es ist wichtig, dass die Bestätigung der Produktdatenaktualität nicht nur pro forma erfolgt. Die Lieferanten sollten im eigenen Interesse sicherstellen, dass die angegebenen Daten korrekt und die Produkte weiterhin verfügbar sind. Nur so kann die Qualität der Informationen hochgehalten und das Vertrauen der Händlermitglieder in die Plattform gestärkt werden. Die regelmäßige Nutzung dieser Funktion wird langfristig dazu beitragen, dass der PSI Product Finder eine verlässliche Quelle für aktuelle Produktinformationen bleibt. <



So einfach kann man die Aktualität seines Produkteintrags bestätigen.

Die Bestätigung sieht so aus.





## Fingernagelfreundlich unterwegs

Der TROIKA NAIL GUARD EASY macht Schluss mit dem lästigen Kampf am Schlüsselbund. Sein patentierter Öffnungsmechanismus schützt Fingernägel zuverlässig und erlaubt das schnelle Anbringen oder Entfernen von Schlüsseln – ohne Kraftaufwand, ohne Bruchgefahr. Der mattierte Edelstahl wirkt **modern und langlebig zugleich**, drei Zusatzringe sorgen für Ordnung und Übersicht. Das dezente Design passt perfekt in die Hand und überzeugt mit funktionaler Eleganz. TROIKA bleibt seinem Motto treu: intelligente Technik trifft auf stilvolle Alltagstauglichkeit – und das mit einem Produkt, das so simpel wie genial ist. Ein Must-have für alle, die clevere Lösungen schätzen und Wert auf Qualität legen.

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



## Natürlich wachsen lassen

Mit dem Kräuter-Pflanzstäbchen von tobra wird nachhaltiges Werben zur lebendigen Botschaft. Das kleine FSC®-zertifizierte Holzstäbchen trägt Bio-Saatgut – Basilikum, Dill, Petersilie oder Schnittlauch – und lässt sich einfach in die Erde stecken. Schon bald sprießt frisches Grün als **Symbol für Wachstum und Umweltbewusstsein**. Der Clou: Eine neu entwickelte Klapprägerkarte bietet viel Platz für kreative Markenbotschaften, Logos oder Grüße. In Kombination mit einer feinen Lasergravur entsteht ein natürliches Werbemittel mit Persönlichkeit. Gefertigt in Deutschland und mit Pflanzenextrakt statt Klebstoff hergestellt, steht es für Nachhaltigkeit mit Stil – und für Marken, die Verantwortung übernehmen.

PSI 47317 • tobra GmbH & Co. KG  
Tel +49 6762 962760 • psi@tobra.io  
[www.tobra.io](http://www.tobra.io)



MADE  
IN  
GERMANY



## Kleine Kunstwerke mit Präzision

Seit 2003 steht FullDesigns für hochwertige Anstecknadeln, Medaillen und Abzeichen, die weltweit Marken sichtbar machen. Das Unternehmen produziert komplett in Eigenregie – von der Materialauswahl bis zur Verpackung – und garantiert so Qualität und Sicherheit auf höchstem Niveau. Mit feinem Gespür für Details entstehen maßgeschneiderte Produkte, die **Corporate Identity greifbar machen**. Ob für Vereine, Unternehmen oder Events: Die individuell gestaltbaren Pins und Coins verbinden Handwerkskunst mit moderner Markenkommunikation.

PSI 60894 • FullDesigns.de GmbH  
Tel +49 15753639285 • psi@fulldesigns.com  
[www.fulldesigns.de](http://www.fulldesigns.de)



## Heiße Sache mit kühlem Kopf

Der RETUMBLER myOrinoco Ceramic von REFLECTS® bringt Marken groß raus – im wahrsten Sinne des Wortes. Dank 360° UV-Rundumdruck lassen sich individuelle Designs vollflächig auf dem 600-ml-Becher inszenieren. Keramische Innenbeschichtung, Vakuumisolierung und nachhaltige Materialien sorgen für **langlebige Qualität und pures Geschmackserlebnis**: Getränke bleiben bis zu 9 Stunden warm oder 48 Stunden kalt. Mit 17 Farboptionen für Silikonelemente und Griff lässt sich der Becher im Online-Konfigurator ganz nach Wunsch gestalten. Hergestellt und veredelt in Köln, verbindet REFLECTS® modernes Design, Umweltbewusstsein und haptische Markenkommunikation zu einem perfekten Werbeträger für jeden Anlass.

PSI 42487 • REFLECTS GmbH  
Tel +49 2234 99000 • info@reflects.com  
[www.reflects.com](http://www.reflects.com)

## Willkommen mit Stil

Neue Talente verdienen einen großartigen Start. Mit der Willkommensbox von Karl Knauer wird aus einem einfachen Begrüßungsgeschenk ein emotionales Statement. Dank cleverer Einlagen verwandelt sich eine klassische Geschenkverpackung in ein **individuelles Präsent voller persönlicher Note** – ob für neue Mitarbeitende, Kundinnen oder Messegäste. Die Verpackung kann komplett im Corporate Design gestaltet werden, mit Logo, Prägung oder farbiger Banderole. So wird jede Box zum Markenbotschafter, der Wertschätzung sichtbar macht und den ersten Eindruck unvergesslich gestaltet.

PSI 41794 • Karl Knauer KG  
Tel +49 7835 7820 • werbemittel@karlknauer.de  
[www.karlknauer.de](http://www.karlknauer.de)



# Kurzer Blick zurück und dann nach vorn



ieder geht ein Jahr zu Ende – und was für eins. 2025 hat unsere Branche gefordert und beflügelt: eine starke PSI im Januar, eine beeindruckende Premiere der PSI Academy im September. Wir haben einmal mehr gezeigt, wie viel Innovationskraft, Verantwortung und Gemeinschaft in uns steckt. Aber: mehr Rückblick braucht es an dieser Stelle auch nicht. Ich war zuletzt auf einer sehr interessanten KI-Konferenz – und sie hat meinen Blick auf die dringendsten Themen unserer Zeit noch einmal geschärft und der Blick geht schon wieder nach vorn – auf die PSI im Januar – und auf ein Thema, das 2026 prägen wird: Künstliche Intelligenz.

KI hilft uns, passgenaue Produkte zu entwickeln und Qualität verlässlich zu sichern, Marketing zu personalisieren, Vertrieb und Logistik vorausschauend zu planen und Ressourcen messbar zu sparen. Kurz: effizienter, schneller, belastbarer zu werden. Zugleich braucht es deutliche Wegweiser, denn KI kann irren, Trends überhöhen, Antworten verzerren und manipuliert werden. Die richtige Reaktion ist aber nicht zögern, sondern neben regulatorischen Lösungen des Gesetzgebers tiefgehende Kompetenzen aufzubauen – mit klaren Prozessen, sauberer Datenbasis und dem Ziel, für Antwortmaschinen (LLMs) sichtbar und korrekt zitierbar zu sein.

Genau hier setzt die PSI 2026 an. Vom 7. bis 9. Januar in Düsseldorf – zum letzten Mal an diesem Standort und ausnahmsweise von Mittwoch bis Freitag – widmen wir Keynote und Rahmenprogramm ganz dem Thema KI. In der Halle 10 finden PSI Workshops statt, die KI von der Strategie bis zur Umsetzung für unsere Werbeartikelbranche greifbar machen. Und weil Lernen auch Erleben heißt, zeigen wir im PSI Membership Bereich KI „zum Anfassen“: ein KI-Roboter, der Porträts in unter 60 Minuten zeichnet – exklusiv für PSI-Mitglieder. Eine interessante Aktion, aber vor allem ein guter Anlass, darüber zu sprechen, wie wir Mensch, Marke und Maschine sinnvoll zusammenbringen können.

Für mich ist ganz eindeutig: Die PSI ist die erste Messe des Jahres und der beste Ort, 2026 mit klarem Blick nach vorn zu starten – fokussiert, vernetzt, mit einem klaren KI-Kompass. Bis dahin wünsche ich Ihnen und Ihren Familien friedliche Feiertage und ein wenig Ruhe. Ich freue mich auf unser Wiedersehen in Düsseldorf!

Ihre

Petra Lassahn

Director PSI



# PS1

**A world of choices –  
yours to explore, yours  
to choose the best.**

**7-9 JAN 2026**  
Exhibition Centre Düsseldorf

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

**psi-messe.com**

Built by

**RX**

In the business of  
building businesses



## Die Zukunft zum Anfassen

Nachhaltigkeit ist längst mehr als ein Trend – sie ist das Herzstück der Werbeartikelbranche. Auf der PSI 2026 zeigen Aussteller eindrucksvoll, wie verantwortungsbewusstes Handeln und kreative Markenkommunikation Hand in Hand gehen können. Von recycelten Materialien über ressourcenschonende Herstellungsverfahren bis hin zu Produkten mit langer Lebensdauer: Umweltbewusstsein wird zum Markenzeichen moderner Werbeartikel. Doch auch Innovation, Design und Vielfalt kommen nicht zu kurz – smarte Gadgets, neue Materialien und frische Ideen machen deutlich, wie dynamisch die Branche bleibt. In dieser Ausgabe präsentieren wir Ihnen eine erste Auswahl nachhaltiger Highlights und inspirierender Produktneuheiten, die auf der PSI 2026 zu sehen sein werden – ein Vorgeschmack auf eine Messe voller Zukunft, Verantwortung und kreativer Energie.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Februar 2026 des PSI Journals, die sich den Themengruppen „Merchandising und Fanartikel (Fußball-WM)“ sowie „Frühling, Ostern, Garten“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens **14. November 2025** an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: [hoechemer@edit-line.de](mailto:hoechemer@edit-line.de)

## PSI 2026 – Finale in Düsseldorf



Wenn Sie diese Ausgabe zur Hand nehmen, ist die PSI 2026 nur noch einen Monat entfernt. Das Werbeartikelereignis des Jahres findet dann letztmalig auf dem Düsseldorfer Messegelände statt, bevor die europäische Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising im Jahr 2027 ihr Debüt in den Hallen der Koelnmesse gibt. Wir blicken mit ersten Eindrücken auf die Düsseldorfer „Finissage“ der PSI zurück.

## Sehenswerte Kollektionen

Eine schöne und vor allem sehenswerte Tradition ist die Präsentation der neuen Kollektionen der CHOICE-Gruppe im späten Herbst. Die kreativen Schwesterunternehmen der Gruppe hatten die Vorstellung ihrer

Neuheiten diesmal unter dem Motto „Smart CHOICE. Smart Future.“ zusammengefasst. Wir stellen Ihnen in unserer nächsten Ausgabe die zukunftssträchtigen Produkte in einer exklusiven Auswahl vor.



## 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](http://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, Christian Jacob, Jutta Menzel,  
Dagmar Brandt, 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](mailto:senija.menzel@rxglobal.com)

**Sales Manager:** Adrian Papke, [adrian.papke@rxglobal.com](mailto:adrian.papke@rxglobal.com)  
Daniel Schellenbeck, [daniel.schellenbeck@rxglobal.com](mailto:daniel.schellenbeck@rxglobal.com)

**Junior Sales Manager:** Celina Kunikowski,  
[celina.kunikowski@rxglobal.com](mailto:celina.kunikowski@rxglobal.com)

### Regionale Kontakte

**Belgien und Frankreich:** Reed Exhibitions  
ISG Belgien und Frankreich  
Bryan Piscou,  
[bpiscou@reed-export.fr](mailto:bpiscou@reed-export.fr)

**Italien:** Reed Exhibitions ISG Italy s.r.l.  
Erika Poleggi  
[erika.poleggi@reedexpo.it](mailto:erika.poleggi@reedexpo.it)

**Spanien:** Reed Exhibitions Italia Srl  
Malvina Tralli  
[malvina.tralli@reedexpo.it](mailto:malvina.tralli@reedexpo.it)

**Türkei:** Istexpo  
Sevinc Abdullayeva,  
[sevinc@istexpo.com](mailto:sevinc@istexpo.com)

**UK:** Reed Exhibitions ISG UK  
Daniel Cordock,  
[daniel.cordock@reedexpo.co.uk](mailto:daniel.cordock@reedexpo.co.uk)

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

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

**Fotos:** Lars Behrendt, Oliver Wachenfeld, 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**

THE

ART



OT

2026

PROMZ PRODUCT PREMIÈRE: XMAS GIFTS

THE EXHIBITION

21 & 22 JANUARI, BREEPARK BREDA

[promzpremiere.com](http://promzpremiere.com)

prom 

PROMO

uma®

# CHANGE

*Make the CHANGE. Be the CHANGE.*

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



*Write the CHANGE.*



ClimatePartner  
certified product  
climate-id.com/DIPVA4



[uma-pen.com](http://uma-pen.com)

Jetzt informieren  
und kostenloses  
Muster anfordern:

