



PSI JOURNAL.

Anzeige

Februar 2026
65. Jahrgang

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

UMA®

CHANGE your pen.

CHANGE your impact.

Mix n' Match

**Ihre Marke,
Ihr Stil!**

Entdecken Sie unendliche Gestaltungsmöglichkeiten:

- Große Farbauswahl – 19.200 Kombinationsmöglichkeiten
- Vielfältige Varianten für maximale Flexibilität
- Perfekt auf Ihre Marke und Ihr Corporate Design abgestimmt
- Hochwertige Qualität – Made in Europe

Gestalten Sie Ihren individuellen Look – einzigartig wie Ihre Marke!

uma-pen.com

Mehr Infos hier



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

Messeglände
Köln

SAVE THE DATE
12 - 14 JAN 2027

BIS NÄCHSTES JAHR IN KÖLN!

**Die europäische Leitmesse für
Werbeartikel, Incentives und Merchandising**



In the business of
building businesses

PSI JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Februar 2026

65. Jahrgang

PSI 2026
Finale
in Düsseldorf



Überzeugender
Start
ins **Messejahr**

Product Guide

Merchandising und Fanartikel
Frühling, Ostern, Garten

EU-Parlament

Lieferkettengesetz
abgeschwächt

Werbezeichen und Crimex

Gemeinsam neue Maßstäbe
setzen

Branche

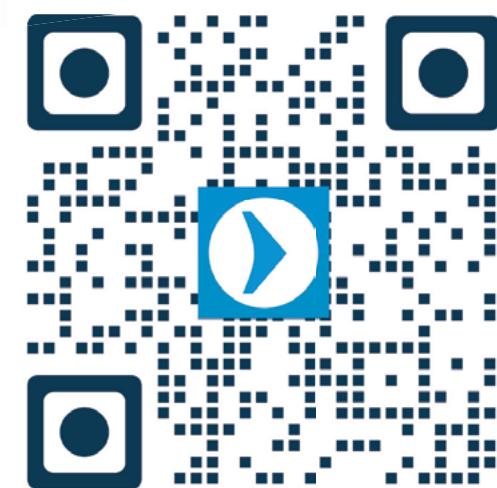
Unternehmen, Ereignisse,
Märkte

PSI MEDIA GUIDE

› PSI



**DOWNLOAD
NOW!**



SCAN ME



Editorial

Innovationskraft, Wandel, neue Heimat



rei Tage voller Innovationen, Neuheiten und überraschender Wendungen, begleitet von Schnee und eisigen Temperaturen, liegen hinter uns. Die PSI 2026 hat einmal mehr bewiesen, dass die Werbeartikelwirtschaft nicht nur wetterfest, sondern vor allem zukunftsfähig ist. Wer die Innovationskraft unserer Branche sucht, findet sie auf der PSI. Jedes Jahr erleben wir dort beeindruckende Produktinnovationen, die zeigen, wie viel Kreativität und Erfindergeist in der Werbeartikelwirtschaft steckt. Doch dabei bleibt es nicht: Neben echten Neuheiten werden stets zahlreiche Weiterentwicklungen bekannter Produkte präsentiert. Egal, ob wirklich neu oder raffinierte Variationen – Erneuerung ist ständiger Begleiter unserer Branche und macht einen wesentlichen Teil des Reizes des Werbemediums Werbeartikel aus.

Zugegeben, in einem Markt für haptische Werbemittel steht vieles im Zeichen des Produkts selbst. Doch Innovation findet auch abseits davon statt – etwa durch neue Serviceleistungen. Individualisierung und Auslieferung von Werbeartikeln innerhalb von 24 Stunden sowie 3D-Druck setzen heute neue Standards. Was vor wenigen Jahren noch undenkbar schien, ist auf der PSI 2026 Realität geworden. Möglich macht das die flexible und erschwingliche Veredelungstechnik, die immer mehr Unternehmen einsetzen. Hinzu kommt der Faktor Künstliche Intelligenz: KI beschleunigt Standardprozesse, optimiert Abläufe und eröffnet neue Spielräume in der Produktentwicklung. Gerade in einer Branche, die von Schnelligkeit lebt, ist das von enormer Bedeutung.

Wandel ist dabei nicht nur ein Thema für Lieferanten, Produzenten, Agenturen und Händler von Werbeartikeln, sondern betrifft auch die PSI selbst. Nach über 60 Jahren in Düsseldorf steht der Umzug nach Köln bevor. Der neue Termin ist deutlich besser mit Feiertagen und Schulferien vereinbar. Köln als Hotspot für Kreative und Medien bietet der Werbeartikelbranche eine inspirierende neue Heimat. In meinen Gesprächen auf der PSI 2026 – der letzten in Düsseldorf – habe ich die Vorfreude auf neue Impulse bei zahlreichen Ausstellern sowie Fachbesuchern erfahren.

Wir als Branche stehen für Fortschritt, Gemeinschaft und den Mut, neue Wege zu gehen. Die PSI bleibt unser Schaufenster und Motor – und Köln wird hierfür ein nächstes Kapitel.

In diesem Sinne

Simon Dietzen, Redakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: dietzen@edit-line.de

MATERIAL DIFFERENCE

New
MS8



Prodir is a brand of Paganini Pens SA.

prodir®

Prodir Deutschland
T +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich
T +43 7205 69480

— Anzeige —

www.prodir.com
open.prodir.com

EDITORIAL	1
INHALT	2
FOKUS	
EU schwächt Lieferkettengesetz ab: Rückschlag für Menschenrechte und Klimaschutz	4
TRENDS & BRANDS	7
PSI 2026	
Messe-Finale in Düsseldorf: Überzeugender Start ins Messejahr	8
PRODUCT GUIDE	
Merchandising und Fanartikel (Fußball-WM)	16
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	26
Welcome Home 2025/2026: Beindruckender „Neustart“	30
Werbezeichen AG übernimmt CRIMEX GmbH: Gemeinsam neue Maßstäbe setzen	33
A&O Adventstour 2025: Werbeartikelideen für Freunde	34
werbemax: Erneut mit Kreativität überzeugt	37
PRODUCT GUIDE	
Frühling, Ostern, Garten	38
UNTERNEHMEN	
Company 4 Marketing Services: 30 Jahre „Erfahrung liefert Ideen!“	48
Brandcharger: Nachhaltige Lifestyle-Produkte gewürdigt	50
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	51
MEINUNG	54
VORSCHAU – IMPRESSUM	56



Dein Alltag. Deine Tasche.

Die Umhängetasche Sol ist gemacht für alle, die unterwegs mehr brauchen, ohne auf Stil zu verzichten. Als große Schwester unserer Luna bietet sie extra Stauraum, ein smartes Design und eine lässige Moonbag-Form, die sofort ins Auge fällt. Ob Alltag, Büro oder Wochenendtrip, Sol macht alles mit.

Gefertigt aus robuster 525 g/m² Baumwolle überzeugt sie durch Qualität, Langlebigkeit und ein hochwertiges Tragegefühl. Das geräumige Hauptfach mit Reißverschluss hält deine Essentials sicher verstaut, während integrierte Steckfächer im Innenraum für Ordnung und schnellen Zugriff sorgen. Ergänzt wird das Design durch ein praktisches Außenfach, ideal für Dinge, die griffbereit sein sollen. Der verstellbare Schultergurt sorgt dabei für optimalen Tragekomfort. Innen überrascht zudem ein kariertes Futter mit Liebe zum Detail.

Natürlich nachhaltig: Organic-, Fairtrade- und ÖKO-Tex-zertifiziert. Perfekt für Individualisierung, Sol lässt sich ideal per Sieb- oder Transferdruck veredeln und wird so zur starken Bühne für Marken, Events oder Statements.

Sol eine Tasche, die Haltung zeigt und Platz schafft.



www.misterbags.de



Fokus: Rückschlag für Menschenrechte und Klimaschutz 4

Menschenrechte durchsetzen, Arbeitsschutz fördern, Klimaschutz verbessern: die nationalen und europäischen Lieferketten gesetze sorgen seit Jahren für kontroverse Diskussionen. Mitte November hat das EU-Parlament erneut über die Europäische Lieferkettenrichtlinie abgestimmt und sich für erhebliche Lockerungen ausgesprochen.

PSI 2026: Überzeugendes Finale in Düsseldorf 8

Die PSI als europäische Leitmesse für Werbeartikel, Merchandising und Incentives hat vom 7. bis 9. Januar 2026 wieder Unternehmen aus aller Welt in Düsseldorf zusammengebracht. Ein inspirierender Jahresauftakt mit einer beeindruckenden Vielfalt an Innovationen, spannenden Workshops und sogar einem Guinness-Weltrekord.



Roadshows beeindrucken mit Kreativität 30+34

Zwei traditionsreiche Werbeartikelveranstaltungen öffneten im vergangenen Advent die Schaufenster und präsentierten ihre Kollektionen fürs neue Jahr. Wir waren für Sie zu Gast auf der neu konzipierten Welcome Home und der A&O Adventstour und haben vielen Herstellern und Lieferanten „über die Schultern geschaut“ – und dabei viel Kreatives und Innovatives entdeckt.



30 Jahre „Erfahrung liefert Ideen!“ 48

2025 feierte die Company 4 Marketing Services GmbH ihr 30-jähriges Bestehen: drei erfolgreiche Jahrzehnte Services für Marketing und Verkaufsförderung mit Schwerpunkt auf der Supply-Chain für Marketing-Materialien. C4 ist Spezialist für Werbemittel und Logistik sowie ein innovativer Vorreiter für eCommerce im Bereich Marketinglogistik und IT-gestütztes Werbeartikel-Sourcing.



Menschenrechte durchsetzen, Arbeitsschutz fördern, Klimaschutz verbessern – die nationalen und europäischen Lieferkettengesetze sorgen seit Jahren für kontroverse Diskussionen. Mitte November hat das EU-Parlament erneut über die Europäische Lieferkettenrichtlinie abgestimmt und sich für erhebliche Lockerungen ausgesprochen.



Die Regeln des EU-Lieferkettengesetzes gelten künftig nur noch für sehr große Unternehmen.



Rückschlag für Menschenrechte und Klimaschutz

EU schwächt Lieferkettengesetz ab



Im EU-Parlament hat die EVP im November mit Unterstützung rechter Fraktionen eine Änderung des Lieferkettengesetzes zur Entlastung von Unternehmen durchgebracht. Andere Parteien kritisieren das scharf, zumal auch Klimaziele betroffen sind.

Auf Drängen mehrerer Staaten, Parteien und vor allem seitens der Wirtschaft (Stichworte: Kosten und Bürokratieabbau) wurde das Thema Lieferketten 2025 nochmals neu aufgerollt, ein bereits ausgehandelter Kompromiss verworfen. Mit den nun beschlossenen Lockerungen gelten die Regeln nur noch für Großunternehmen mit mehr als 5.000 Beschäftigten und einem Jahresumsatz von mindestens 1,5 Milliarden Euro. In Deutschland wären demnach nur noch etwa 120 statt bisher 2.700 Unternehmen verpflichtet, auf Menschenrechte und Umwelt zu achten.

Erheblich weniger Pflichten

Was sich ändern soll: Unternehmen sollen weniger Informationen liefern und nicht mehr ihre gesamte Lieferkette überwachen müssen. So sollen Firmen grundsätzlich nur dort nachforschen müssen, wo sie ein hohes Risiko für Verstöße vermuten. Sie sollen sich auf Informationen ver-

lassen, die „annehbarerweise verfügbar“ sind, sie sind also nicht mehr verpflichtet, von ihren Lieferanten zusätzliche Informationen anfordern. Dies ist kaum nachzuvollziehen, denn in globalen Lieferketten fehlt oft die nötige Transparenz, gerade was schlechte Arbeits- und Umweltbedingungen betrifft.

Unternehmen, die gegen die Regeln verstößen, sollen darüber hinaus auf EU-Ebene keiner zivilrechtlichen Haftung mehr unterliegen, wodurch für Opfer von Menschenrechtsverstößen eine Klagemöglichkeit entfällt. Damit müssen Entschädigungen für Opfer von Menschenrechtsverletzungen und Umweltverschmutzung vor Gerichten der einzelnen EU-Staaten erkämpft werden, was langwierige, zeit- und kostenintensive Prozesse verursacht – sofern sie überhaupt angestrengt werden können. Verstöße sollen Unternehmen ein Bußgeld von maximal drei Prozent ihres weltweiten Jahresumsatzes kosten. Zudem soll es künftig keine Pflicht mehr geben, Handlungspläne für Klimaziele auszuarbeiten.

Abschwächung auch in Deutschland

Dabei sah es so aus, als habe die letzte Abstimmung vom April 2024 für Klarheit gesorgt: Beschlossen wurde eine bereits damals abgeschwächte Version des Gesetzes: Ursprünglich waren als Grenze 1.000 Beschäftigte und eine Umsatzgrenze von 450 Millionen Euro vorgesehen: Große Unternehmen sollten zur Rechenschaft gezogen werden können, wenn sie von Menschenrechtsverletzungen wie Kinderarbeit oder Zwangsarbeit profitieren. Bei Verstößen hatten Geldstrafen von bis zu fünf Prozent des weltweiten Umsatzes gedroht. Das Gesetz nahm auch Klimaschutzziele ins Visier: Unternehmen sollten zudem Berichte erstellen, inwiefern ihr Geschäftsmodell mit dem Ziel vereinbar ist, die Erderwärmung auf 1,5 Grad zu begrenzen. Das alles hat sich nun relativiert. Auch das deutsche Lieferkettenpflichtengesetz ist bereits

>>



>> abgeschwächt worden. Der aktuelle Entwurf sieht vor, die Berichtspflicht über die Einhaltung der Sorgfaltspflichten abzuschaffen – und Unternehmen damit von Bürokratie zu entlasten. Bußgelder sollen nur noch bei schweren Verstößen gegen die Sorgfaltspflichten verhängt werden. Die Standards im Bereich der Menschenrechte werden nach Angaben der zuständigen Ministerin nicht abgesenkt. Das nationale Lieferkettengesetz soll in dieser Form gelten, bis die Europäische Lieferkettenrichtlinie in nationales Recht umgesetzt ist. In der Übergangszeit soll das Änderungsgesetz Unternehmen entlasten und die deutsche Volkswirtschaft stärken, heißt es aus Berlin.

Lange umstrittenes Thema

Im Koalitionsvertrag hatte sich die neue Bundesregierung klar zur Umsetzung der EU-Lieferkettenrichtlinie bekannt, dann aber angekündigt, das deutsche Lieferkettengesetz (LkSG) abschaffen zu wollen. Er sprach sich auch klar gegen die geplante EU-Lieferkettenrichtlinie (CSDDD) aus. Auch die Position des BGA geht in diese Richtung. „Wir erwarten von der Bundesregierung im weiteren Gesetzgebungsprozess, dass auf nationaler Ebene das Lieferket-

tengesetz gleichwohl komplett abgeschafft wird, mindestens aber die komplette Abschaffung der Berichtspflichten durch eine entsprechende Umsetzungsvorgabe an das BAFA als aktuell zuständiger Behörde. Auf europäischer Ebene erwarten wir das konsequente Eintreten für eine weitere Entschlackung des bisherigen CSDDD-Standes...“, heißt es im BGA-Newsletter. Das Lieferkettengesetz wurde von Unternehmen und Wirtschaftsverbänden vehement kritisiert: die bürokratische Belastung sei unzumutbar, wenn entlang der teils komplexen Lieferketten potenzielle Regelverstöße überprüft werden müssten.

Erneute Verschiebung

Das Gesetz war im Frühjahr 2024 beschlossen worden, betroffenen Unternehmen blieb aber Zeit zur Vorbereitung. Nach einem ersten Aufschub galt ein Stichtag im Juli 2028. Nun soll das Gesetz ein weiteres Mal verschoben werden, Unternehmen müssen sich auf den 26. Juli 2029 einstellen. Grund für die weitere Verschiebung sind nach Angaben aus dem Europaparlament die Änderungen am Gesetzestext, die auf Druck zahlreicher Wirtschaftsverbände ausgehandelt wurden. Die 27 EU-Regierungen brauchen demnach mehr Zeit, die veränderten europäischen Vorgaben in nationales Recht umzusetzen, also bekommen auch die Unternehmen mehr Zeit. Mit der jetzigen Mehrheit im Parlament können die abschließenden Verhandlungen über das Gesetz mit den EU-Staaten und der EU-Kommission starten.

Rückschritt bei Menschenrechten und Klimaschutz

Das Abstimmungsergebnis, das durch Unterstützung extrem rechter Fraktionen zustande kam, wird unter anderem von Gewerkschaften, Umwelt- und Menschenrechtsorganisationen kritisch beurteilt. Die vorgesehene Verkleinerung des Anwendungsbereichs sowie die Abschaffung einer einheitlichen zivilrechtlichen Haftung in der ganzen EU wird als herber Rückschlag im Kampf gegen Kinder- und Zwangsarbeit sowie Arbeitsausbeutung gewertet. Der Rückschritt hinsichtlich der Klimaziele ist offensichtlich und nur schwer nachvollziehbar. <

Bei globalen Lieferketten fehlt oft die nötige Transparenz, gerade was schlechte Arbeits- und Umweltbedingungen betrifft.



Edelstahl mit Naturakzent

Die hochwertige Thermotrinkflasche überzeugt durch ihre silberne Optik und die hochwertige Materialkombination aus recyceltem Edelstahl und Polypropylen-Kunststoff. Das klare, puristische Design unterstreicht den modernen Charakter. Sie hält Getränke bis zu 7 Stunden warm und bis zu 36 Stunden kalt. Der Korkdeckel mit praktischem Henkel sorgt für einen natürlichen Akzent.

REFLECTS GMBH

www.reflects.com

PSI 42487

**Für den perfekten Mix**

Die Mischung macht's: Das wissen nicht nur Küchenprofis, sondern auch Sportler, die nach dem Workout neue Energie nachfüllen wollen. Damit diese Mischung gelingt und direkt zur Verfügung steht, ist ein Mixbecher eine gute Wahl. Besonders, wenn der gleich noch eine übersichtliche Füllskala und einen shakesicheren Verschluss liefert.

elasto GmbH & Co. KG

www.elasto.de

PSI 41369



Perfekt abgefüllt

Behältnisse als Werbeträger funktionieren in den unterschiedlichsten Bereichen. Von der Trinkflasche und dem Thermobecher über Lunchboxen, Gewürzdosen oder Frischhaltebehälter schaffen sie zudem noch Ordnung im Alltag und verbinden Funktion mit Design.

Lippenbalsam-Dosen, Seifenspender, Reistiegel und Parfümzerstäuber bringen Marken in Badezimmer und Wellnessstaschen, USB-Etuis, Kabelorganizer und Dokumentenboxen sorgen für Übersicht und wirken professionell. Besonders gern gesehen sind Geschenkboxen für unterschiedlichste Anlässe, wie Tee- und Pralinendosen. Sie inszenieren Produkte emotional und machen Markenwerte greifbar.

So wird Verpackung zum Botschafter für Werte, Nutzen und Lifestyle, die Verpackung wird zur Positionierung. Egal ob Wasser, Wissen, Wohlfühl oder Wert – die passende Hülle macht Inhalte spürbar. Unternehmen, die Behältnisse als Markenbühne begreifen, profitieren doppelt: durch tägliche Nutzung und durch emotionalen Transfer.

**Alles drin – alles dabei**

Sie ist viel mehr als eine Sporttasche und zeigt ihre Stärken auch im Alltag: Zahlreiche extra verschließbare Reißverschlusstaschen, Zusatztaschen auf der Seite und eine Extra-Trageschlaufe werten die eigentlich für den Einsatz im Gym konzipierte Bag auf.

Praktischer Zusatznutzen:

Diese Tasche ist auch als Rucksack zu tragen.

Inspirion GmbH

www.inspirion.eu/de

PSI 42907



Die PSI als europäische Leitmesse für Werbeartikel, Merchandising und Incentives hat vom 7. bis 9. Januar 2026 wieder Unternehmen aus aller Welt in Düsseldorf zusammengebracht. Ein inspirierender Jahresauftakt mit einer beeindruckenden Vielfalt an Innovationen, spannenden Workshops und sogar einem Weltrekord.

PSI 2026: Finale in Düsseldorf

Überzeugender Start ins Messejahr



Sie wird gebraucht, geliebt und wirkt das ganze Jahr hindurch nach: Die PSI 2026 war als internationaler Branchentreffpunkt, Impulsgeber und Innovationsplattform wieder ein geschäftiger Jahresauftakt mit vielen Highlights. In den Hallen 9, 10 und 11 gaben rund 600 Aussteller Einblicke in ihre neuesten Sortimente, Konzepte und Techniken. 9.735 Fachbesucher aus 68 Ländern waren nach Düsseldorf gekommen, um sich über den Markt zu informieren, Ideen und Wissen zu sammeln und sich auszutauschen. Ein gelungener, von Optimismus geprägter Event einer umtriebigen Branche in einer nicht ganz einfachen Zeit. Wir haben erneut eine PSI erlebt, die die Branche zusammenführt und zusammenhält: „Home is where PSI is“ – das ist nicht nur das weltweite PSI Netzwerk, sondern auch die PSI Messe mit ihrer über 60jährigen Tradition, die ab 2027 in Köln fortgeführt wird. Mi-

chael Köhler, Geschäftsführer RX Deutschland, betonte: „Die Werbeartikelwirtschaft ist ein wichtiger Indikator für wirtschaftliche Trends und die PSI ist ihr Seismograf. Als strategischer Jahresauftakt setzt die PSI die Leitplanken für das Jahr und bietet Orientierung für die Kampagnen- und Sortimentsplanung.“ Fachmessen wie die PSI sind nachweislich auch in so herausfordernden Zeiten, wie wir sie aktuell erleben, ein unersetzliches Marketing-Instrument und nach wie vor ein starker Wirtschaftsfaktor – für Michael Köhler ein guter Grund, positiv ins neue Jahr zu schauen.

Optimistisch ins neue Jahr

Die PSI steht für eine dynamische, innovative Branche, die den Herausforderungen des Marktes von jeher klug, kraftvoll und kreativ begegnet. Unsere vielen Gespräche



auf der Messe haben klar gezeigt, dass der künftige Messestandort Köln für Aussteller und Besucher nicht nur ein anderes Umfeld bedeutet, sondern auch als Kick-off begriﬀen wird, der mit neuen Chancen und Möglichkeiten einhergeht. Der künftige Messetermin etwa eine Woche später als gewohnt umgeht den in vielen Ländern üblichen Feiertag und entspannt dadurch auch die Messeplanung. Das allein greift jedoch zu kurz, wie Michael Köhler, Geschäftsführer RX Deutschland, im Rahmen des Messe-Openings erläuterte: „Der Wechsel nach Köln ist nicht gegen Düsseldorf als Standort oder die Messe Düsseldorf gerichtet, wo wir jahrzehntelang tolle Messen erlebt haben. Vielmehr schauen wir nach vorne und haben die Weiterentwicklung der PSI im Visier: Wie können wir die Kompetenz dieser einzigartigen, innovativen Branche mit neuen, frischen Konzepten kombinieren, die auch andere, jüngere Zielgruppen erreicht?“ Fazit: Köln bietet >>

„Es waren drei super Tage.“ Sebastian Tatzel, xd connects

Unser Messefazit: Das waren drei super Tage, es hat alles gepasst! Unsere Kollektionen sind auf überwältigendes Interesse der Besucher gestoßen, spätestens am Freitag kamen alle, die wir erwartet und erhofft hatten. Diese PSI verbuchen wir als großen Erfolg. Als Vollsortimenter mit zurzeit 12 Produktkategorien haben wir ein breites und tiefes Angebot – darunter die eigene Textil-Linie IQONIQ. Wo immer möglich, arbeiten wir mit Bio- oder Recycling-Materialien, Tendenz steigend. Wir verarbeiten nur sortenreine Materialien, um die Wiederverwendbarkeit sicherzustellen. Eine Strategie, mit der wir Verantwortung zeigen und Kunden ganz offensichtlich überzeugen.



„Die PSI ist die wichtigste

Werbeartikelmesse für uns.“

Axel Dostmann, TFA Dostmann

Was uns gefällt, ist die lange Tradition der PSI. Wir sind seit 55 Jahren Aussteller und treffen langjährige Kunden, die wissen, dass TFA Dostmann immer etwas Neues bietet. Die PSI ist die wichtigste Werbeartikelmesse für uns. Die Resonanz an unserem Stand war trotz schneereichem und eisigem Wetter gut. Für unsere Produkte, vor allem Thermometer, sind kalte Temperaturen eben förderlich.



>> Raum zur Weiterentwicklung, ist ein Hotspot für Medien und Kreative und überzeugt mit bester Verkehrs- anbindung. Dort können zielführende Entwicklungen der PSI besser gestaltet und langfristig effizienter umgesetzt werden.

Starkes PSI-Netzwerk, neue Formate

PSI-Direktorin Petra Lassahn blickte zum Messestart auf die Highlights des vergangenen Jahres zurück: Von einer starken PSI im Januar und der Präsenz der Branche auf dem OMR-Festival über die PSI Academy Awards mit ihrem Fokus auf Nachhaltigkeit und Innovation bis hin zu „PSI on Tour“ – das sind attraktive, teils neu konzipierte Formate, die auch in 2026 fortgeführt und erweitert werden sollen. „Dass wir uns auch aus der Branche hinausbewegen müssen, um Marketeers die Wirkung von Werbeartikeln nahezubringen, ist für mich ein ganz wichtiges Thema.“ Wie gut das funktioniert, zeigt der Erfolg der Bar „The Hap“ auf dem OMR-Festival, wo Aussteller gemeinsam mit dem PSI demonstriert haben, dass Werbeartikel hochwirksame Marketing-Tools mit hohem Sympathiefaktor sind. PSI wird solche Initiativen, die die Branche voranbringen können, auch weiterhin unterstützen. Auch

„Wir freuen uns auf Köln und neue Möglichkeiten.“

Bas Lensen, Toppoint

Mit der PSI sind wir wieder zufrieden und bedanken uns bei allen, die trotz des Wetters gekommen sind – diese Besucher sind wirklich interessiert. Wir schauen positiv und optimistisch in die

Zukunft und sind offen für Neues: Deshalb gehen wir auch mit der PSI nach Köln und freuen uns auf das neue Umfeld mit neuen Möglichkeiten. Auf dieser PSI positionieren wir uns wieder erfolgreich als Druckspezialist: Digitaler Transferdruck für leuchtende Farben und Digital Badges mit Haptik-Effekt bieten wir nun als Standard innerhalb von 24 Stunden an – jetzt auch auf strukturierten Oberflächen. Mit rund 1800 Produkten haben wir das breiteste digital bedruckbare Sortiment, das stetig erweitert wird.



das PSI als internationales Netzwerk soll als stabile Basis der Branche weiter wachsen und wird seine Services für Mitglieder kontinuierlich ausbauen. Einen zentralen Impuls für die Branche erwartet Petra Lassahn vom Einsatz von KI, die Prozesse entlang der Lieferkette vereinfachen und effizienter machen kann.

KI sinnvoll einsetzen

Damit verwies sie auf das anschließende Workshop- und Beratungsprogramm, das den Fachbesuchern zahlreiche Gelegenheiten bot, das Potenzial von KI in der Werbearbeit wirtschaft auszuloten, sich praxisnah weiterzubilden und KI schließlich im Arbeitsalltag zu implementieren. Anschließend eröffnete Prof. Dr. Stephan Jansen, Experte für urbane Innovationen und digitale Transformation, die Messe mit einem Impulsvortrag zu aktuellen Entwicklungen im Bereich KI, insbesondere im Kundenkontakt und Marketing. Vor allem seine Schlussfolgerung ist eine gute Nachricht für die Branche: Sinnvoll eingesetzte KI kann dazu beitragen, dass mehr Energie für humane Arbeit bleibt. Die Befürchtungen, dass KI-Agenten dominieren könnten, teilt der Experte nicht. Im Gegenteil: Gegentendenzen seien bereits erkennbar, denn insgesamt würden Kun- >>



„Die PSI ist die führende Messe schlechthin.“

Alexander Ullmann, uma Schreibgeräte

Für uns ist die PSI die führende Messe schlechthin und der ideale Ort, um unsere Neuheiten zu präsentieren und qualifiziertes Feedback unserer Kunden zu diesen zu erhalten. Als langjähriger Aussteller verfolgen wir natürlich auch die Trends der Branche. Einer davon: Nachhaltigkeit ist in der Werbearbeitbranche fester Bestandteil und kein USP mehr.



den emotionaler, präsenter und haptischer und seien damit auch weiterhin empfänglich für Präsente – bei deren Auswahl, Beschaffung und Individualisierung KI jedoch immer bessere Dienste leisten könne. Persönliche Beratung und Kommunikation bei der Konzeption anspruchsvoller Kampagnen und individueller Produkte bleiben weiterhin der Schlüssel zum erfolgreichen Business.

Schaufenster für Innovationen und Trends

Besonders in der Newcomer-Area in Halle 11 zeigte sich, wie viel Innovationskraft in der Werbeartikelwirtschaft steckt: Vom Waffeleisen für Logo-Waffeln über personalisierte Schuhe bis hin zu handgefertigten Glasblumen und Porzellan mit Purpose – die Liste der kreativen Lösungen ließe sich beliebig fortsetzen. Auch die etablierten Unternehmen überzeugten mit Innovationen wie leichteren Regenschirmen, raffinierten Tassen und kreativem Branding.

Die PSI 2026 bot einen klaren Einblick in die aktuellen Branchentrends. Besonders gefragt waren Werbeartikel, die Natur-

„Wir freuen uns auf die PSI 2027 in Köln.“

Peter Backes, Mister Bags

Auf das Wetter hat natürlich niemand Einfluss, es hat aber sicherlich Fachbesucher daran gehindert, zur PSI zu kommen. Aber wichtiger: der Großteil der Fachbesucher ist positiv gestimmt und der Ausblick auf das Jahr 2026 lässt Gutes erahnen. Wir freuen uns auf die PSI 2027, dann am neuen Standort Köln.



erlebnis mit Komfort und technischen Gadgets verbinden für das Mikroabenteuer im urbanen sowie ländlichen Raum. Stichworte: Glamping, Garten und Outdoor. Nachhaltigkeit zeigte sich zudem als fest verankerter Grundsatz: Die Branche setzt gezielt auf langlebige Werbeartikel mit hohem Gebrauchswert, transparente Lieferketten und stetig verbesserte Standards. „Nachhaltigkeit ist in der Werbeartikelbranche fester Bestandteil und kein USP mehr“, bestätigt Alexander Ullmann, Geschäftsführer uma Schreibgeräte. Im Fokus standen zudem Service-Innovationen wie 24-Stunden-Print-Services, digitale Lösungen und der Einsatz von 3D-Druck, die neue Maßstäbe für Flexibilität und Individualisierung setzen.

Winterwetter und Weltrekord

Dass der Januar ein echter Wintermonat ist, zeigte sich dieses Jahr in Düsseldorf deutlich. Schnee und Kälte legten den Verkehr teilweise lahm, zahlreiche Flüge und Bahnverbindungen fielen aus – besonders Gäste aus den Niederlanden, Belgien, dem Vereinigten Königreich und Skandinavien mussten improvisieren. Doch das tat der Stimmung keinen Abbruch. Im Gegenteil: Die Hallen waren voll, das Treiben an den Ständen lebhaft und die Branche setzte ein Ausrufezeichen – und zwar im wahrsten Sinne des Wortes. Mit dem offiziellen Rekord für die größte Markenvielfalt in einem Werbeartikel-Display schrieb die PSI 2026 Geschichte: 511 Marken auf Werbeartikeln wurden in Halle 11 präsentiert – weit mehr als die geforderten 250. Die

PSI 2026 hat eindrucksvoll unter Beweis gestellt, dass die Werbeartikelwirtschaft auch unter widrigen Bedingungen leistungsfähig, innovativ und zukunftsorientiert bleibt. Die Stimmung war ausgezeichnet, die Branche blickt optimistisch nach vorn. Wir sagen: Düsseldorf Farewell – Welcome Cologne! Wir sehen uns spätestens vom 12. bis 14. Januar 2027 in Köln. <

Das Beste zum Schluss: Ein Weltrekord auf der PSI



Großer Publikumsandrang bei der Verkündung des Ergebnisses.

Das war noch nie da: Auf einer PSI wird ein Guinness Weltrekord aufgestellt – ganz offiziell, begleitet von zwei unabhängigen Zeugen sowie Rekordrichterin Seyda Subasi Gemici von Guinness World Records: Unter dem Titel „Most varieties of brands in a promotional merchandise display“ wurden in einer zentralen Ausstellung in Halle 11 insgesamt 511 verschiedene Marken zusammengebracht. Damit wurde das Ziel der Aktion, auf mindestens 250 Marken auf Werbeartikeln zu kommen, um mehr als das Doppelte übertroffen. Ein einzigartiger Weltrekord, der die Vielfalt und Qualität der Werbeartikelwelt eindrucksvoll aufzeigt.



Mehr als 500 Marken waren auf dem Display vertreten.



Freuten sich über den gelungenen Weltrekordversuch:
PSI-Direktorin Petra Lassahn, Guinness-Rekordrichterin Seyda Subasi Gemici, Steven Baumgaertner, Geschäftsführer cyber-Wear Heidelberg GmbH, und RX Deutschland-Geschäftsführer Michael Köhler (v.l.n.r.).

Spannende Aktion zum Messeschluss

Aussteller und Besucher waren dazu aufgerufen, möglichst viele Werbeartikel mit Markenlogo zur PSI mitzubringen. Schon früh zeigte sich, dass die Chancen gut standen – die Abgabestelle füllte sich rasch mit den unterschiedlichsten Produkten und Marken. Nach Ablauf der Frist am letzten Messetag um 15 Uhr begann die Auszählung und die Spannung stieg, als RX Deutschland-Geschäftsführer Michael Köhler die Anwesenden begrüßte und an die Rekordrichterin übergab, die die Regeln erläuterte: Es mussten echte Werbeartikel sein, höchstens zehn Prozent durften identische Artikel sein und jedes Produkt musste eindeutig einer anderen Marke zugeordnet werden können. Noch während der Zählung stand fest, dass die Mindestvorgabe für den Weltrekord erreicht wurde – das Publikum feierte mit Applaus.

Zielgröße weit übertroffen

Das offizielle Ergebnis wurde nach Messeende verkündet: 511 verschiedene Marken wurden gezählt, von Weltmarken wie Mazda und Red Bull bis hin zu vielen Nischenmarken, die auf Produkten wie Kugelschreibern, Plüschtieren, Rucksäcken, Kappen oder Flaschen präsentiert wurden. Die cyber-Wear Heidelberg GmbH, Initiator des Rekordversuchs und unterstützt vom PSI, erhielt das Weltrekordzertifikat. Für Michael Köhler war der Erfolg ein gelungener Abschied vom langjährigen Messestandort: „Wie könnten wir uns aus Düsseldorf besser verabschieden als mit einem Weltrekord?“. Dass beim anschließenden Umtrunk die zwei typischen Biersorten Alt und Kölsch ausgeschenkt wurden, verwies auf den künftigen Messestandort Köln. <

PSI Night 2026

Glanzvolle Partynacht mit Ehrung der PSI-Jubilare

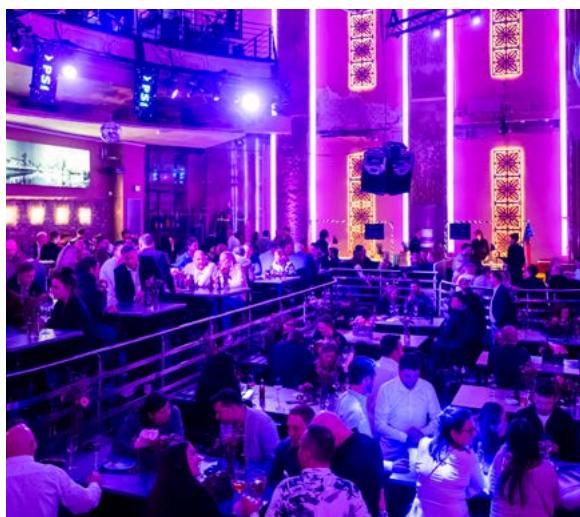
Nach dem zweiten Messestag der PSI 2026 erwartete die Teilnehmer ein besonderes Highlight: die PSI Night, die auch in diesem Jahr wieder in der Nachtresidenz in der Düsseldorfer Innenstadt stattfand. Zahlreiche Gäste aus der Werbeartikelwirtschaft nutzten die Gelegenheit, in festlichem Ambiente den Tag gemeinsam ausklingen zu lassen, Kontakte zu vertiefen und neue Netzwerke zu knüpfen. Die einmalige Atmosphäre des ehemaligen Residenz-Theaters von 1910 war die perfekte Bühne dafür.

Internationales Netzwerk mit langer Geschichte

Neu in diesem Jahr: Die Ehrung der langjährigen PSI-Mitglieder fand erstmals auf der PSI Night statt und nicht wie bisher auf der Messe. Denn den Mitgliedern, die 25, 30, 40, 50 und sogar 60 und mehr Jahre dem PSI angehören, gebührt ein festlicher Rahmen als Dankeschön für ihre Treue. Sie haben PSI-Geschichte geschrieben und die Branche gemeinsam zu dem erfolgreichen Netzwerk von heute gemacht.

Zum Auftakt des Abends würdigten PSI-Direktorin Petra Lassahn und RX Deutschland-Geschäftsführer Michael Köhler die Jubilare für ihre jahrzehntelanges Engagement in der Branche.

Networken, genießen, feiern: Die PSI Night war wieder der ideale Treffpunkt, um den zweiten Messestag entspannt ausklingen zu lassen.





PSI-Direktorin
Petra Lassahn und
RX Deutschland-
Geschäftsführer
Michael Köhler baten
die Jubilare auf die
Bühne.



25 bis über 60 Jahre
PSI-Mitgliedschaft:
Die Jubilare freuten
sich sichtlich über
ihre Auszeichnungen –
sicher auch diejenigen,
die nicht vor Ort
sein konnten.

Ehrung langjähriger PSI Mitglieder

Nach und nach wurden die vor Ort anwesenden Vertreter der Unternehmen auf die Bühne gebeten, um ihre Auszeichnungen entgegenzunehmen. Den Anfang machten Myga (S) und Basoa (E), die für ihre 25-jährige Mitgliedschaft im PSI-Netzwerk geehrt wurden. Im Anschluss daran erhielten Adoma (D), graf. Kommunikation (D), Premo (NL) und Sport Böckmann (D) ihre Urkunden für 30 Jahre Zugehörigkeit. Sogar schon seit 40 Jahren PSI-Mitglied sind Karl Knauer (D) und Kaldenbach (D), während Saalfrank (D) bereits auf ein halbes Jahrhundert Zugehörigkeit zum PSI-Netzwerk zurückblickt. Mit 60 Jahren Mitgliedschaft gehören Klio Eterna (D), Faber-Castell Vertrieb (D) und PAW Werbeartikel (A) zu den traditionsreichsten Unternehmen im PSI-Netzwerk und begleiten die Entwicklung der Leitmesse nahezu seit ihren Anfängen.

Partyfeeling mit hohem Networking-Faktor

Nach den offiziellen Ehrungen erwartete die Gäste ein abwechslungsreiches Buffet mit kulinarischen Spezialitäten, das für jeden Geschmack passende Gaumenfreuden bot. Die entspannte Atmosphäre lud dazu ein, bestehende Geschäftsbeziehungen zu vertiefen, neue Kontakte zu knüpfen und sich über aktuelle Branchenthemen auszutauschen. Die PSI Night wurde damit erneut ihrem Ruf als zentrale Netzwerkveranstaltung der Werbeartikelwirtschaft gerecht. Ab 22 Uhr verwandelte sich die Nachtresidenz in eine pulsierende Party-Location. Die einheimische Band Saxvibes sorgte dank mitreißender Live-Musik und tanzbaren Rhythmen für ausgelassene Stimmung und eine volle Tanzfläche. Dabei bewiesen die Gäste der PSI Night einmal mehr, dass sich Messegeschäft und ausgelassenes Feiern nicht ausschließen.



Merchandising und Fanartikel (Fußball-WM)

Mit Beginn des Frühjahrs und **in „Sichtweite“ der kommen den Fußball-WM** rücken auf den folgenden Seiten Werbeartikel in den Fokus, die sowohl Emotionen als auch Saisonstimmungen perfekt transportieren.





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

Grünes Stadion zum Anzüchten

Die wachsende Fußball-Arena von Multiflower verbindet Sport und Natur. In der flachen Wachstumsschale sind Erdatablette, Grassamen und Spielfeld-Schablone enthalten, sodass nach kurzer Zeit ein grünes Mini-Fußballfeld entsteht. Umfangreiche Werbeflächen auf Schuber und Schablone erlauben individuelle Gestaltungen. Das Produkt eignet sich als nachhaltiger Werbeartikel mit spielerischem Charakter und hohem Erinnerungswert.

Einheitlicher Auftritt für Events

Stoffkontrollbänder mit individueller Bedruckung, farbstarke Lanyards und hochwertige VIP-Ausweiskarten von D&K sorgen bei WM-Events für klare Identifikation und professionelles Erscheinungsbild. Die angenehm zu tragenden Stoffbänder präsentieren Logos und Teamdesigns. Lanyards bieten hohe Sichtbarkeit und praktische Einsatzmöglichkeiten für Tickets, Schlüssel oder Ausweise, optional sogar mit Flaschenöffner. Ergänzt wird das Sortiment durch VIP-Karten in verschiedenen Formaten, die Gäste-, Crew- oder Fanbereiche klar strukturieren und optisch aufwerten.

PSI 45649 • D&K GmbH & Co. KG
Tel. +49 7664611880
anna.weber@dk-id.com
www.dk-id.com



Spielspaß mit Markenbotschaft

Der Spieleblock des EMF-Verlags verbindet Fußballwissen mit unterhaltsamen Fragen für Hobbyspieler:innen und Profis jeden Alters. Unterschiedliche Schwierigkeitsgrade sorgen für Abwechslung, während eine individuell gestaltbare Sonderausgabe Marken gezielt integriert. Logos auf dem Cover sowie Inhalte auf den Innenseiten lassen sich flexibel anpassen, ebenso Seitenzahl und Ausstattung. So entsteht ein maßgeschneidertes Produkt, das Spiel, Information und Werbung wirkungsvoll kombiniert.



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



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



Kalender mit Volltreffer-Garantie

Fußballkalender von Athesia zählen zu den Klassikern der Markenkommunikation und sorgen 365 Tage im Jahr für Sichtbarkeit. Die DFB-Fußball-Kalender für Frauen und Männer zeigen Monat für Monat emotionale Highlights und unvergessliche Momente der deutschen Nationalmannschaften. Hochwertige Fotografie trifft auf langlebige Qualität und macht die Kalender zu idealen Geschenken für Fußballfans und Sportbegeisterte. Eine individuelle Werbeanbringung ist ab 50 Stück möglich.

Schutz für Lippen und Fans

Der Lippenpflegestift von KHK richtet sich an Sportler:innen und Fans, die bei Outdoor-Aktivitäten intensiver Sonne ausgesetzt sind. Mit Lichtschutzfaktor 20 oder 30 schützt er empfindliche Lippen zuverlässig, ergänzt durch einen sportlichen Fußball-Aufsatz. Produziert wird er in Köln nach aktueller Kosmetikverordnung und GMP-Standards, kontinuierlich geprüft durch das Institut Fresenius. Bereits ab 1000 Stück sind verschiedene Ballaufsätze wählbar, ideal für sportliche Aktionen rund um die WM.



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



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



Langzeitwirker

Merchandising-Taschen von IGRO sind mobile Werbeflächen mit Langzeitwirkung. Ob Turnbeutel oder großformatige Tragetasche – hochwertige Materialien und brillante, fotorealistische Drucke sorgen für Langlebigkeit und hohe Sichtbarkeit im Alltag. Die Taschen verbinden emotionalen Nutzen mit praktischer Funktion und werden so zu begehrten Lifestyle-Accesoires. Für Unternehmen und Vereine entsteht eine nachhaltige Markenpräsenz, die weit über den Point of Sale hinausreicht und durch häufige Nutzung überzeugt.



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

Handliches Ballgefühl

Der PU-Ball von team-d bringt Fußballgefühl im handlichen Format. Mit 15 Zentimetern Durchmesser, 32 Segmenten und klassischem oder buntem Design sorgt er für Spielspaß bei Jung und Alt. Eine definierte Druckfläche ermöglicht die Platzierung von Logos auf einem weißen Segment. Gerade in der warmen Jahreszeit wird der Softball zum sympathischen Giveaway, das Emotion, Bewegung und Markenbotschaft spielerisch miteinander verbindet.

Schlüsselanhänger in Trikotform

Schlüsselanhänger in Trikotform von RASTER sind preiswerte, praktische Werbeartikel und beliebte Sport-Souvenirs. Gefertigt aus hochwertigem ABS-Kunststoff, auf Wunsch auch aus Recycling- oder BIO-Kunststoff, eignen sie sich ideal für Promotions rund um Sportevents. Die Anhänger sind in vielen Modellen, Größen und auch individuellen Formen erhältlich. Produktion und Druck erfolgen im eigenen Werk in Polen, was flexible Gestaltung und kurze Wege ermöglicht. Optional sind Verpackungen mit bedrucktem Kartoneinleger und zertifiziertem Polybeutel realisierbar.

PSI 44741 • RASTER R. NOWAK i S-KA SP.J.
Tel +48 413446777 • raster@raster.com.pl
www.raster.eu





PSI 60997 • Zwiesel Fortessa AG
Tel +49 992298186
b.weinberger@zfg-de.com
www.zwieselfortessa.com



Biergläser für den großen Auftritt

Die Beer Basic Biergläser-Sets von SCHOTT ZWIESEL erscheinen zur Fußball-WM im exklusiven Design mit eleganter Banderole und sind ideale Werbegeschenke für Fans. Hergestellt in Deutschland aus umweltschonendem Tritan®-Kristallglas verbinden sie zeitloses Design mit hoher Brillanz und Langlebigkeit. Ein integrierter Moussierpunkt sorgt für feinere Perlage und stabilen Schaum, sodass Bier länger wie frisch gezapft schmeckt. Auf Wunsch lassen sich die Gläser individuell veredeln und setzen Marken beim Public Viewing stilvoll in Szene.

PSI 11492 • ants & friends GmbH
Tel +49 421 6436990
info@antsandfriends.com
www.antsandfriends.com



Für Türen und Flaschen geeignet

Der innovative 2in1 Schlüsselanhänger mit Flaschenöffner von ants & friends ist durch Design- und Gebrauchsmuster geschützt. Mit seinem Doppelnutzen geht das moderne, stilistische und hochwertige Gadget über die Funktion eines simplen Accessoires hinaus. Neben seiner Hauptaufgabe, dem Zusammenhalten der wichtigsten Schlüssel, öffnet der kleine, eher unauffällige Kapselheber jedes Getränk mit Kronkorken mühelos. Für die Herstellung des Schlüsselbandes wurde Material aus recycelten PET-Flaschen verwendet. Das Tau ist nach Pantone entsprechend dem eigenen Corporate Design und in bis zu vier Farben lieferbar. Eine Lasergravur (auch rundum) auf dem Metall-Flaschenöffner ist ebenso umsetzbar wie ein graverter QR Code. Beispielhafte Einsatzbereiche sind Camping und Wandern, Sportevents, Festivals und Open-Air, Reisebranche, Gastro-Events, Mitarbeitergeschenke, Messen oder auch Events zur Fußball-WM.

Merchandising mit Wirkung

Pins & mehr entwickelt individuelle Merchandising-Artikel wie Pins, Schlüsselanhänger, Einkaufswagenlöser und Lanyards, die Marken im Sportumfeld sichtbar machen. Durch langjährige Erfahrung, persönlichen Service und präzise Umsetzung entstehen Produkte, die optisch wie qualitativ überzeugen. Individuelle Formen, detailreiche Veredelungen und vielfältige Materialien sorgen dafür, dass jede Idee authentisch in eine starke Markenbotschaft übersetzt wird. So werden Alltagsprodukte zu nachhaltigen Markenbotschaftern.

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



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



Rasen im Ballformat

Der „Rasende Fußball“ von Multiflower bringt Wachstum in runder Form. Nach dem Ansäen sprießt innerhalb weniger Wochen echter Sportrasen aus dem Ball. Eine Druckfläche auf dem weißen Feld ermöglicht dezente Logoplatzierungen. Der Artikel verbindet Fußballsymbolik mit Naturerlebnis und eignet sich als origineller, nachhaltiger Werbeträger für sportaffine Zielgruppen.



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

Volltreffer am Schlüsselbund

Der Schlüsselanhänger „Soccer“ aus dem Hause Troika verbindet detailverliebtes Fußball-Design mit robuster Qualität. Gefertigt aus hochwertigem Metallguss, hält er täglicher Beanspruchung problemlos stand und bleibt dank stabilem Schlüsselring sicher befestigt. Die runde Form liegt angenehm in der Hand, das mehrfarbige Fußballmotiv verleiht jedem Schlüsselbund einen sportlichen Akzent. Ein kompakter Begleiter für echte Fans, der Stadiongefühl und Alltag geschickt miteinander verbindet.

Neuer Spieler im Team

Den Bestseller aus der ROMINOX® Shoptool Serie gibt es bei Römer Lifestyle jetzt auch als Fußballspieler-Version passend zur Fußball WM 2026 – mit einem ROMINOX® Best Buddy Einkaufswagenlöser für den Schlüsselbund. Ideal als Überraschung für Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner. Klein, leicht, besonders günstig und doch vielseitig, überzeugen die Mini-Alltagshelfer aus gehärtetem Werkzeugstahl im Alltag, Büro oder auf Reisen. Durch ihr leichtes Gewicht und die geringen Maße sind die drei Mini Shop Tools von Römer Lifestyle ideale Mailingverstärker, Messe Streuartikel oder Onpack-Produkte, welche langfristig und regelmäßig vom Beschenkten genutzt werden. Die Tools kommen in einem umweltfreundlichen Deutschland-Kartonmäppchen mit Funktionsbeschreibung und eignen sich perfekt für eine Gravur. Auf Wunsch kann die Verpackung ab 100 Stück individuell gestalten werden. Für kurzfristige Liefertermine ist eine Expressproduktion möglich. Römer Lifestyle ist Mitglied der RömerFamilie und bietet ein breites Sortiment an Lifestyle-Werbeartikeln aus den Bereichen Raum & Ambiente, Kochen & Zubereiten, Travel & Outdoor, Tee, Kaffee & Wein und vieles mehr. Alle Artikel sind ab einem Stück erhältlich.

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





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



Werbestarke Reflexe

Es ist mal wieder so weit, die „schönste Nebensache“ der Welt beginnt am 11. Juni 2026 in Mexiko-Stadt und endet am 19. Juli im MetLife Stadium in New Jersey. Diese WM wird mit 48 Teams die größte aller Zeiten. Es ist die erste mit drei Gastgeberländern, den USA, Mexiko und Kanada. Die Spezialisten von reflAktive bieten ihren und deren Kunden aufmerksamkeitsstarke Gelegenheiten ihr Interesse und ihre Freude über dieses weltweit beachtete Spektakel sichtbar Ausdruck zu verleihen – und zwar mit Klack- und Jogger-Bändern, Anhängern und Aufklebern in den Nationalfarben der gewünschten Nation. Bei den Anhängern und Aufklebern ist es laut reflAktive kostengünstig möglich eine individuelle Form zu gestalten, so dass neben Kreis (Fußball), Rechteck (Nationalfahne), Herz (Zuneigung) z.B. auch die Formen LKWs, Flugzeuge oder Firmenmaskottchen, -Logos kein Problem darstellen. Auch Aufkleber Sets mit unterschiedlichen Motiven, attraktiv für den Einzelhandel verpackt sind möglich. Hier insbesondere als Verkaufsprodukt oder als add on Beigabe. reflAktive berät gerne über die unterschiedlichen Möglichkeiten.



PSI 60205 • DE LA SOL Headwear
Tel +49 851 49049687
tobi@delasol-headwear.de
www.delasol-headwear.de

Sonnenhut mit Botschaft

Der Strohhut von DE LA SOL Headwear ist ein aufmerksamkeitsstarker Fanartikel für Sportevents, Promotionaktionen und sommerliche Outdoor-Einsätze. Gefertigt in Europa, kombiniert er klassische Kopfbedeckung mit zeitgemäßer Nachhaltigkeit. Produziert wird mit 100 Prozent Solarstrom, die Hutbänder bestehen aus recyceltem rPET, bedruckt wird mit wasserbasierten Farben. Dank individueller Größen und klarer Werbeflächen eignet sich der Strohhut ideal für Vereine, Marken und Kampagnen, die Sichtbarkeit mit ökologischem Anspruch verbinden wollen.

Give-away mit Umweltplus

Die neue Papier-Werbetüte von JUNG Promotion verbindet Fußballbegeisterung mit umweltbewusster Markenkommunikation. Gefüllt mit Trolli Fruchtgummis in Fußballform ist sie ein ideales Give-away für Aktionen und Events. Die Tüte ist recyclingfähig im Altpapier und damit vollständig in den Papierkreislauf integrierbar. Gleichzeitig bietet sie den Fruchtgummi längeren Halt von bis zu zwölf Monaten. Individualisierbar gestaltet, transportiert sie Markenbotschaften sympathisch und nachhaltig – perfekt für moderne Merchandising-Konzepte.

PSI 41545 • Jung since 1828 GmbH & Co. KG
Tel +49 7141 6435-0
zentrale@jung-europe.de
www.jung-europe.de
www.jung-promotion.de





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

Komfort fürs Stadion

Mit Fanseat und Fanseat Fold bietet ANDA zwei maßgeschneiderte Stadionkissen für Fans und Events. Der klassische Fanseat aus Vliestoff punktet mit Griff und vollflächigem Sublimationsdruck, während die faltbare Variante aus 600D rPET-Polyester mit isolierender Aluminiumbasis zusätzlichen Komfort bietet. Beide Produkte sind ab 50 Stück erhältlich und Teil der BE-CREATIVE-Kollektion, die brillante, vollfarbige Designs ermöglicht. Ob im Stadion, auf Festivals oder bei Public Viewings.



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

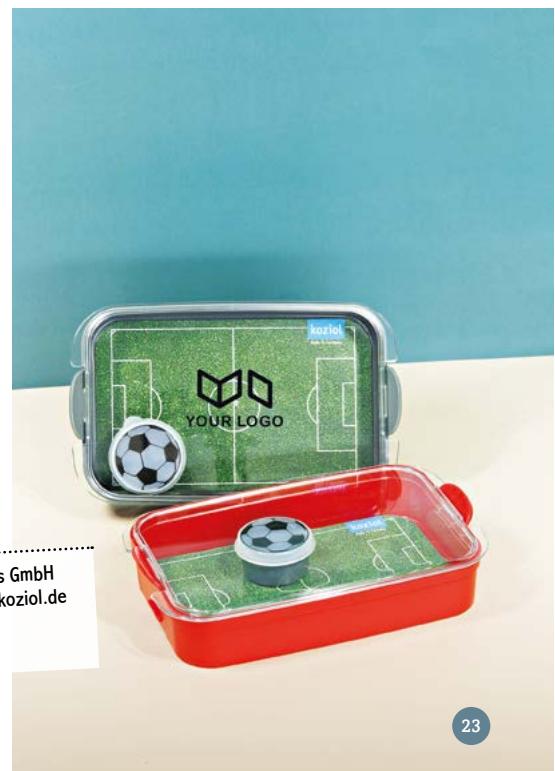
Smartphone-Pause fürs Spiel

Mit dem Handygefängnis HG 870 von technoline rückt bei WM-Feiern wieder das gemeinsame Erlebnis in den Mittelpunkt. Der stabile Metallkäfig mit robuster Holzhalterung bietet Platz für bis zu acht Smartphones und wird per Schloss sicher verschlossen. So bleiben Ablenkungen außen vor und das Spielgeschehen im Fokus. Als außergewöhnliches Werbemittel lässt sich das HG 870 individuell mit Logo bedrucken und eignet sich für Events, Kundenaktionen oder Public Viewing. Es steht für bewusste Auszeiten vom Bildschirm und ungestörten Fußballgenuss.

Snackbox fürs Fußballjahr

Die STAKK Special Edition von koziol bringt Ordnung und Stil in die Fanverpflegung. Die flache STAKK BOX 0,7 bietet ausreichend Platz für Brote, Snacks und kleine Gerichte und ist mikrowellengeeignet – ideal für Büro, Freizeit und Spieltage. Ergänzt wird sie durch eine auslaufsichere Mini-Dose für Saucen oder Dressings. Das exklusive Fußball-Design macht die Box zur attraktiven Sonderedition für das Fußballjahr und zu einem praktischen Begleiter für alle, die Genuss und Teamgeist verbinden möchten.

PSI 47406 • koziol ideas for friends GmbH
Tel +49 6062 6040 • incentives@koziol.de
www.koziol-incentives.de





Beratung zum Anfassen

Die Themenbox Fußball von mbw® ist eine Musterbox für Beratung und Bemusterung rund um sportliche Werbeartikel. Sie enthält eine Auswahl beliebter Topseller wie Badeenten, Stressfiguren und Plüschtiere im Trikot-Look, die sich individuell veredeln lassen. Ergänzt wird die Box durch neutrale Produktflyer und einen Katalog, ideal für Verkaufsgespräche. Ob Kampagne, Vereinsartikel oder Promotion – die Box zeigt praxisnah, wie Teamgeist und Markenbotschaft verbunden werden können.

Matten als Werbespielfeld

Die individuell bedruckten Fußballmatten von emco Tex bieten zur WM 2026 eine aufmerksamkeitsstarke Bühne für Marken. Die Matten lassen sich in Wunschmaß, mit eigenem Design und Logo realisieren und sind vielseitig im B2B-Bereich einsetzbar – vom Point of Sale über Gastronomie bis zu Events und Public Viewing. Produziert in Deutschland, überzeugen sie durch brillante, langlebige Druckfarben, flexible Maßanfertigung und den Einsatz des nachhaltigen, regenerierten Econyl® Garns. Auch kurzfristige Kampagnen sind bereits ab einem Stück möglich.

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



PSI 47430
 RO-WE SNC DI Brusaterra Roberto & C.
 Tel +390444946914 • info@rowe.it
www.rowekeyholders.com



Anhängliches für Aktive

Der sportlich inspirierte Schlüsselanhänger 889AS von Ro-We verbindet Funktionalität mit Nachhaltigkeit. Ausgestattet mit Karabinerhaken und Schlüsselring lässt er sich sicher an Sporttaschen oder Rucksäcken befestigen und hält Schlüssel jederzeit griffbereit. Gefertigt aus Apfelschalen, gewonnen aus Apfelabfällen, kombiniert mit Naturkork, bietet er eine innovative Alternative zu klassischen Materialien. Der vollständig digital bedruckbare Anhänger eignet sich ideal für Sportvereine, Events und Aktionen, bei denen Teamgeist im Fokus steht.



Snackbox mit WM-Emotion

Die FamousFood® Original Fußball-Boxx Metall ist ein emotionales Geschenk für Fußballfans und wirkungsvolles Werbemittel zur WM. Die hochwertige Metallscharnierbox mit transparentem Sichtfenster zeigt außen ein dynamisches Fußballmotiv und innen einen integrierten Spielplan – ideal fürs Mitnehmen im Büro, beim Public Viewing oder zu Hause. Gefüllt mit 200 Gramm original Lorenz Erdnüssen, geröstet, verbindet sie sportliche Emotion mit Genuss. Kompakt, hochwertig verarbeitet und Made in Germany eignet sich die Boxx perfekt für WM-Aktionen und transportiert Teamgeist.

PSI 2043
 FamousFood® c/o Kaldenbach GmbH
 Tel +49 9151 81785-0
info@FamousFood.de • [www.FamousFood.de](http://www.kaldenbach.com)

47698 • BOFA-DOUBLET GmbH
 Tel +49 228 6834169
paula.vieth@bofa.de
www.bofa.de

Liegestuhl als Markenmagnet

Der XXL Liegestuhl von BOFA ist ein überdimensionales Werbemittel, das Aufmerksamkeit garantiert. Als markanter Blickfang für Messen, Events, Promotions und den Point of Sale zieht er Besucher intuitiv an und lädt zur Interaktion ein. Durch seine Größe wird der Stuhl zur Sitz- und Erlebnisfläche, die Kommunikation fördert und als beliebtes Fotomotiv zusätzliche Reichweite schafft. Die großzügige Werbefläche ist individuell gestaltbar, der Bezug wechselbar und damit ideal für flexible Kampagnen. Stabil konstruiert, eignet sich der Liegestuhl für den Einsatz im Innen- und Außenbereich.



Neuer Business Development Manager bei Treebytree

Das niederländische Unternehmen Treebytree – eine digitale Plattform, mit der Unternehmen echte Bäume verschenken können – hat Mike Stas zum Business Development Manager ernannt. Mit über zwanzig Jahren Branchenerfahrung bringt Mike umfassende Expertise, ein starkes Netzwerk und eine praxisorientierte Arbeitsweise mit, um den Ausbau des digitalen Baumgeschenk-Konzepts zu unterstützen.

Mike Stas: „Treebytree passt genau zu dem, was mich motiviert: ein Konzept, das kommerziell stark ist und echten, messbaren Impact schafft. Die Idee, die Adoption eines Baumes zu verschenken, etwas mit dauerhaftem Wert, spricht mich sehr an. Treebytree hat sowohl die Ambition als auch das Fundament, in Europa stark zu wachsen, und ich freue mich darauf, dazu beitragen zu können.“ Treebytree-Gründer DJ van Styrum kommentiert: „Wir freuen uns sehr, Mike bei Treebytree willkommen zu heißen. Seine Erfahrung und Energie sind genau das, was wir in dieser nächsten Wachstumsphase brauchen. Immer mehr Unternehmen suchen nach Geschenken, die echten und nachhaltigen Impact schaffen. Mike wird uns dabei helfen, das digitale Baumgeschenk bei noch mehr Promotion-Distributoren in Europa bekannt zu machen.“ www.treebytree.earth



Mike Stas

Treebytree

Corporate Fashion tourt durch 8 Länder und 19 Städte



Cotton Classics Roadshow 2026

Im Januar 2026 startete Cotton Classics seine 17. Roadshow und bringt damit erneut eine der bedeutendsten Fachveranstaltungen der Corporate Fashion und Werbetextilbranche auf Tour. Die mobile Messe macht in acht Ländern und 19 Städten Station und präsentiert mehr als 400 Produktneuheiten sowie neun neue Marken. Eingeladen sind Fachhändler aus Werbemittelhandel, Textildruck, Stickerei, Arbeitsbekleidung, Merchandising und E-Commerce. Die Route führt durch Deutschland, Österreich, die Schweiz, Slowenien, Tschechien, die Slowakei, Kroatien – und erstmals nach Italien. Ziel ist, den Fachhandel mit den neuesten Trends und Entwicklungen rund um veredelbare Textilien vertraut zu machen. Besucher dürfen sich erneut auf zahlreiche Impulse für ihr Geschäft freuen.

Im Mittelpunkt der Cotton Classics Roadshow stehen traditionell die Produkte. Fachbesucher haben die Möglichkeit, die wichtigsten Neuheiten für 2026 sowie aktuelle Kollektionen und Bestseller direkt vor Ort zu entdecken. Die Ausstellung wird begleitet von intensiven Gesprächen mit internationalen Markenvertretern und dem Cotton Classics Team. Sie geben Einblicke in das umfassende Portfolio und teilen praktische Tipps für den Arbeitsalltag. An den Webshop-Demopoints können Besucher außerdem die Funktionen der führenden Branchenlösung live kennenlernen.

„Noch nie hatten wir so viele neue Styles im Gepäck“, sagt Wolfgang Horak, CEO und Gründer von Cotton Classics. „Viele Marken bringen 2026 einen deutlichen Innovationsschub und unsere neun neuen Marken eröffnen den Kunden ganz neue Zielgruppen. Wir freuen uns sehr darauf, langjährige Partner wiederzutreffen und neue Kunden persönlich zu begrüßen.“ Auch Tobias Seidel, verantwortlich für Vertrieb und Marketing, blickt zuversichtlich auf die Tour: „Wir rechnen erneut mit mehr als 4.000 Besuchern. Die Roadshow wächst 2026 spürbar – nicht zuletzt auch durch die erstmalige Präsentation unserer neuen Marken. Unser Team ist vier Wochen unterwegs, um den persönlichen Austausch zu pflegen und unsere Kunden bestmöglich für ein erfolgreiches Jahr zu rüsten. Für uns ist die Roadshow der ideale Jahresauftakt und ein echtes Highlight.“ Alle Informationen zur Roadshow unter: <https://roadshow.info> • www.cottonclassics.com



Philipp Oergel

FARE – Guenther Fassbender GmbH

FARE verstärkt Geschäftsführungsteam

Der Remscheider Schirmspezialist FARE – Guenther Fassbender GmbH verstärkt sein Führungsteam mit Philipp Oergel als neuen Referenten der Geschäftsführung. Der 39-Jährige ist seit Anfang Juni 2025 an Bord. In seiner Funktion wird er die Bereiche Marketing, Vertrieb sowie IT/Digitalisierung maßgeblich unterstützen und den Geschäftsführer Volker Griesel entlasten.

Oergel verfügt über rund 11 Jahre Erfahrung in der Leitung nationaler und internationaler Transformations- und Optimierungsprojekte im B2B- und B2C-Bereich. In unterschiedlichen Führungspositionen war er in den Branchen Mode (HUGO BOSS), Maschinenbau (TRUMPF), Jobplattform (StepStone) sowie IT-Beratung (Fellowmind) tätig.

„Ich freue mich sehr, Teil der FARE-Familie zu sein“, sagt Philipp Oergel. „FARE steht für Qualität, Innovation, Nachhaltigkeit und Kundenorientierung – Werte, die ich persönlich teile. Mein Ziel ist es, gemeinsam mit dem Team die Marke weiter zu stärken, Prozesse zu

optimieren und die strategische Ausrichtung des Unternehmens nachhaltig voranzutreiben. Dass mich ausgerechnet Schirme als Produkt so sehr begeistern könnten, hätte ich mir vor FARE nicht vorstellen können.“

Wie das Unternehmen mitteilt, „stärkt FARE mit Philipp Oergel seine strategische Kompetenz und stellt die Weichen für eine erfolgreiche und zukunftsorientierte Weiterentwicklung“. www.fare.de

Schneider Schreibgeräte mit ausgezeichneter Design-Kompetenz

Die Schneider Schreibgeräte GmbH wurde für ihr neues Markendesign mit dem renommierten German Design Award 2026 in der Kategorie „Excellent Communications Design – Brand Identity“ ausgezeichnet. Damit würdigt die internationale Jury die gelungene Neugestaltung einer Marke, die seit Jahrzehnten für Qualität und Nachhaltigkeit im Bereich Schreibgeräte steht. Der German Design Award zählt zu den angesehensten internationalen Designpreisen und zeichnet wegweisende Projekte aus, die durch ihre gestalterische Qualität und Innovationskraft Maßstäbe setzen.

Die Neuinterpretation der Marke wird von einer klaren, modernen Gestaltung begleitet und stellt eine spannende Weiterentwicklung der traditionsreichen Marke dar. Der Markenrelaunch markiert einen wichtigen Meilenstein in der Unternehmensgeschichte. Ziel war es, die visuelle Identität von Schneider zeitgemäß und konsistent zu gestalten – über alle Kommunikationskanäle hinweg. Das neue Design umfasst ein modernisiertes Logo, eine klare Farbwelt und eine prägnante Typografie, die die Marke unverwechselbar macht und ihre Präsenz in digitalen und analogen Medien stärkt.

„Unser Ziel war es, die Marke Schneider so weiterzuentwickeln, dass sie unsere Kernwerte authentisch transportiert und gleichzeitig den Anforderungen einer digitalen Welt gerecht wird. Für Schneider Schreibgeräte ist die Auszeichnung ein starkes Signal, den eingeschlagenen Weg konsequent weiterzugehen“, erklärt Geschäftsführer Christian Schneider. Im Mittelpunkt steht heute nicht mehr allein die Funktion des Schreibgeräts, sondern die emotionale Bedeutung, die durch das geschriebene Wort entsteht. Dieser Gedanke prägt den gesamten neuen Markenauftritt und zieht sich als Leitmotiv „Make it matter“ durch die gesamte Kommunikation.

Die strategische und gestalterische Umsetzung erfolgte in enger Zusammenarbeit mit der Münchener Agentur Schmelter Brand Design, die den Relaunch von der Konzeption bis zur finalen Implementierung begleitet hat. Das Ergebnis ist ein Markenbild, das nicht nur optisch überzeugt, sondern auch die Kommunikation des Unternehmens auf ein neues Niveau hebt und die Marke Schneider für die Zukunft positioniert. <https://schneiderpen.com>



Bilder: Schneider Schreibgeräte GmbH



safeReflex übernimmt zwei Werbeartikelhändler

Die safeReflex GmbH hat mit Wirkung zum 1. Januar 2026 die Watt Wurm Werbung und die Kleen Werbung übernommen. Beide Firmen waren über 25 Jahre eigenständig im Markt aktiv und werden als Vertriebsmarken weiterhin nach außen auftreten. Für die Bestandskunden ändert sich nichts Wesentliches, Ansprechpartner und Erreichbarkeit bleiben unverändert.

Wie das als Hersteller von reflektierenden Artikeln, „Sicherheit Made in Germany“ bekannte Unternehmen mitteilt, erweiterte die safeReflex GmbH „durch die Übernahme der beiden Werbeartikelhändler sein Angebot auf alle handelsüblichen Produkte der Werbemittelbranche“. Ziel sei es „sowohl den Kunden der Werbemittelfirmen die Produkte der safeReflex näher zu bringen als auch die eigenen Kunden mit einem deutlich erweiterten Angebot an Artikeln aus dem nicht reflektierenden Bereich versorgen zu können“.

www.refAktive.de



safeReflex



Inkups

Sebastian Teichmann

Inkups mit neuem Servicemanager für Europa

Inkups, global agierendes Unternehmen der Druckindustrie, hat Sebastian Teichmann zum neuen Servicemanager für Europa ernannt. Wie das Unternehmen mitteilt, soll Sebastian Teichmann „eine entscheidende Rolle bei der Umsetzung des Engagements von Inkups spielen, seinen Kunden weltweit dedizierten Support und Service zu bieten“. Er wird die technischen Installationen im gesamten europäischen Einzugsgebiet von Inkups überwachen. Neben der Überwachung von Serviceanfragen, komplexen Installationen und Systemintegrationen wird er auch das europäische Team der Außendiensttechniker von Inkups mit Backup- und technischem Eskalationssupport unterstützen.

Sebastian bringt mehr als zwei Jahrzehnte Erfahrung in der Tintenstrahldruckbranche mit, die er in verschiedenen Funktionen bei namhaften Unternehmen gesammelt hat. Gregg Harwood, Director of Digital Product Management & Global Service bei Inkups, kommentiert: „Dank seiner Fachkenntnisse in der Tintenstrahldruckbranche leistet Sebastian bereits einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des engagierten Supports und Service von Inkups in seiner neuen Rolle als Service Manager Europe. Dadurch kann Inkups weiterhin auf dem hohen Standard an Support und Service aufbauen, den wir mit Stolz in unserem gesamten geografischen Angebot bereitstellen.“ Mehr zu Inkups unter: www.inkups.com

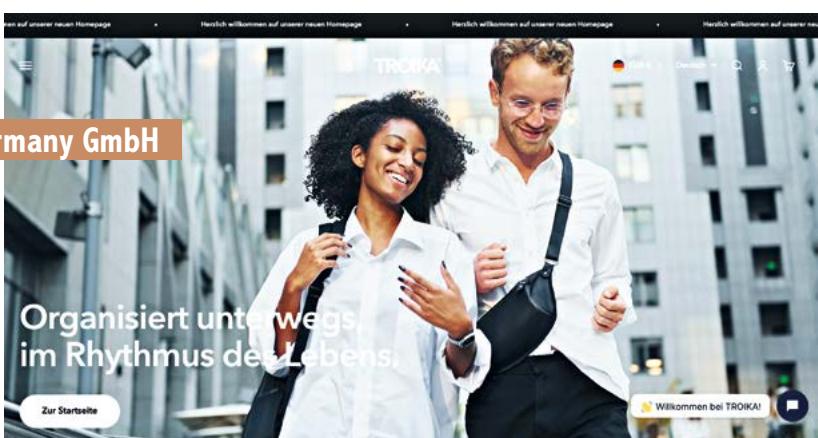
Sebastian bringt mehr als zwei Jahrzehnte Erfahrung in der Tintenstrahldruckbranche mit, die er in verschiedenen Funktionen bei namhaften Unternehmen gesammelt hat. Gregg Harwood, Director of Digital Product Management & Global Service bei Inkups, kommentiert: „Dank seiner Fachkenntnisse in der Tintenstrahldruckbranche leistet Sebastian bereits einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des engagierten Supports und Service von Inkups in seiner neuen Rolle als Service Manager Europe. Dadurch kann Inkups weiterhin auf dem hohen Standard an Support und Service aufbauen, den wir mit Stolz in unserem gesamten geografischen Angebot bereitstellen.“ Mehr zu Inkups unter: www.inkups.com

Design, das bewegt, Ideen, die bleiben

Mit frischem Markenauftritt präsentiert sich TROIKA als Designmarke, die Funktionalität, Kreativität und Qualität in perfekter Balance vereint. Unter dem Motto „Design, das bewegt. Ideen, die bleiben.“ zeigt das Unternehmen aus dem Westerwald, wie durchdachtes Design Alltag und Reisen stilvoller und organisierter macht.

Regional verwurzelt – weltweit gefragt: TROIKA steht für Design „Made in Westerwald“. Die Marke verbindet deutsche Ingenieurskunst mit internationaler Designkompetenz und schafft Produkte, die gleichermaßen praktisch, original und unverwechselbar sind. Von innovativen Gadgets über charakterstarke Schlüsselanhänger bis hin zu multifunktionalen Tool Pens und Schreibzubehör, Reise- und Organisationsartikeln sowie den beliebten Design-Globen – TROIKA bietet durchdachte Begleiter für Menschen, die Wert auf Stil, Funktion und Qualität legen. Ergänzt wird das Sortiment durch einen persönlichen Kundenservice, der zuverlässig, schnell und mit echter Leidenschaft für Design agiert. Mit dem neuen Auftritt unterstreicht TROIKA seine Markenwerte: Design mit Sinn und Stil – aus dem Westerwald in die Welt.

www.troika.de



Zum Januar 2026 hat die Geiger GmbH die Marktbegleiter S&P Werbeartikel aus Düsseldorf und UP Werbemittel aus Münster übernommen. Es sind bereits die 14. und 15. Übernahme der Geiger GmbH in Deutschland. Seinen Hauptsitz hat der Werbemittel- und Fullservicespezialisten in Senden im Münsterland.

S&P / UP Werbemittel / Geiger

S&P und UP Werbemittel nun Teil von Geiger

Mirco Häßlich, neben Alex Heinecke und Marc Strickrodt einer der drei geschäftsführenden Gesellschafter der Geiger GmbH und verantwortlich für den Bereich Übernahmen, erläutert: „S&P und UP genießen einen hervorragenden Ruf in unserer Branche. Wir freuen uns daher riesig, dass beide ab 2026 Teil der Geiger Familie sind. Carsten Lenz und ich kennen und schätzen uns schon seit unserer gemeinsamen Zeit im Vorstand der bwg. Es freut uns besonders, dass sich nach Max Richter in München und Nils Sprinkmann in Frankfurt mit Carsten bereits der dritte Branchenprofi dazu entschieden hat, den Weg mit seinem Team in Zukunft gemeinsam mit uns zu gehen“, ergänzt Häßlich zu S&P.

S&P: Konzentration auf die Kunden

„Wir wollen unseren Fokus wieder voll auf unsere Kunden ausrichten. Die administrativen Aufgaben werden immer umfangreicher und fressen unglaublich viel Zeit. Dadurch, dass diese Dinge und die heute so wichtigen Zertifizierungen wie ISO 9001, 14001, 27001 oder Ecovadis zentral geregelt werden, können wir uns wieder ganz auf unsere Kunden konzentrieren. Das wird unsere Position im Großraum Düsseldorf und darüber hinaus weiter stärken und uns noch erfolgreicher machen“, ergänzt Carsten Lenz, der Inhaber von S&P Werbeartikel.

UP Werbemittel: „Echter Mehrwert“

Bei UP Werbemittel waren die Beweggründe zur Übergabe an Geiger etwas anders. „Christoph Strotmann war im Münsterland in den vergangenen Jahren unser ernstzunehmendster Wettbewerber. Als Christoph gefragt hat, ob wir Interesse an einer Übernahme hätten, war für uns sofort



klar, dass das ein großer Gewinn für uns wäre“, berichtet Häßlich. „Ich möchte mich in ein paar Jahren in den Ruhestand verabschieden und habe daher nach einem Partner gesucht, bei dem mein tolles Team gut aufgehoben ist und mit dem ich meinen Kunden in den kommenden Jahren noch einen echten Mehrwert bieten kann“, so UP-Inhaber Christoph Strotmann. „Das breite Leistungsspektrum von Geiger mit Fullservice, Textil On Demand, Import und vielem mehr bietet uns die Möglichkeit, unsere Kunden in Zukunft noch besser zu betreuen. Zudem ergeben sich für meine Mitarbeiter neue Entwicklungsmöglichkeiten“.

Expansionsstrategie weiter fortgesetzt

Mit den Übernahmen von S&P und UP wird die Expansionsstrategie von Geiger durch organisches und anorganisches Wachstum weiter fortgesetzt. Mit ihren mittlerweile gut 120 MitarbeiterInnen betreut die Geiger GmbH Kunden in Deutschland, Luxemburg, Österreich sowie der Schweiz und gehört zum international agierenden Familienunternehmen Geiger. <

**Matthias Janßen,
Carsten Lenz
(beide S&P),
Alex Heinecke,
Mirco Häßlich,
Marc Strickrodt
(Geiger).**

Die Welcome Home Tour ist mit neuem Konzept, frischer Energie und einem erweiterten Partnernetzwerk in die kommenden Jahre gestartet. Zunächst wie gewohnt in vorweihnachtlicher Zeit mit drei Terminen im November und Dezember 2025. Wir waren beim „Heimspiel“ von Reflects in Köln dabei.

Welcome Home 2025/2026

Eindrucksvoller „Neustart“



Die renommierte Veranstaltungsreihe für den Werbemittelhandel, die sich längst als Branchenevent etabliert hat, präsentiert sich 2025 und 2026 nicht mehr konzentriert auf die Jahresendzeit, sondern erstmals mit zwei Tour-Etappen pro Jahr. Unter dem bewährten Motto „Das Beste. Zuhause.“ laden die Welcome Home-Partnerunternehmen wie bisher gezielt Fachpublikum aus dem Werbemittelhandel ein, sich an inspirierenden Standorten in ganz Deutschland über die neuesten Trends, Highlights und Bestseller live zu informieren – mit persönlichem Austausch in familiärer Atmosphäre.

Erfolgreiches Konzept erweitert

Ein weiterer Vorteil der Tour-Neukonzeption: Die breitere Streuung der Termine in eine Vorweihnachts- und eine Frühjahrstour und die damit verbundene zeitliche Entzerrung bei einem durch fünf Unternehmen vergrößerten Angebot – womit die Welcome Home-Gruppe ihr erfolgreiches Konzept erweitert. So profitieren die Besucher künftig zweimal jährlich von neuen Produktideen, fundierter Beratung und wertvollen Impulsen für ihr Werbemittelgeschäft und zusätzlich von den Kollektionen der fünf neuen, namhaften Markenpartner, als da sind: Schwan-STABILO, Reisenthal, Kalfany Süße Werbung, POLYCLEAN und Trendfactory/Rituals B2B. Sie bereichern die nun auf 16 teilnehmende Unternehmen gewachsene Tour mit innovativen Konzepten, spannenden Sortimenten und langjähriger Werbemittel-Expertise.



Immer fashionable up to date: Promotionwear von Daiber.



Nachhaltigkeit ist nicht nur notwendig, sondern auch gefragt und schick – wie hier bei den Taschen von Halfar.



Stets von designaffinen Besuchern frequentiert war auch der Stand von koziol.

Werbepower neben Pferdestärken

Erste Station des Welcome Home-„Neustarts“ war am 26. November das beeindruckende Automuseum PROTOTYP. Inmitten der Hamburger Speicherstadt, in einem denkmalgeschützten Fabrikgebäude mit ikonischem Charakter, konnten die Besucher des Werbemittelhandels nun auch jede Menge werbestarke Innovationen erleben und



Schirme von FARE im Rampenlicht.



Reflects „macht“ jetzt auch auf Instagram: Besucher konnten sich hierzu ablichten lassen, posten, folgen und Waren-gutscheine gewinnen.

im direkten Austausch mit deren Spezialisten die bestmöglichen Einsatzbereiche dieser „Hapticals“ erörtern. Zudem gab's mit den Welcome Home Badges kostenfreien Eintritt zum Museum voller wahrgewordener automobilier Träume.

Willkommen zuhause in Köln

Am 3. Dezember dann machte die Tour am Stammsitz des Gastgebers und neuen Welcome Home Partners STABIL-LO Promotion Products – dem Experten für farbenfrohe, individuell gestaltbare Stifte – im süddeutschen Heroldsberg Station, bevor die 16 Partnerunternehmen ihre Stände am 10. Dezember in Köln zum „Heimspiel“ beim Werbeartikel-Multispezialisten Reflects aufschlugen. Hier, beim finalen Termin der Vorweihnachtstour, haben wir vorbeigeschaut und konnten uns von den Benefits dieser traditionellen und gleichzeitig „neu erfundenen“ Veranstaltung überzeugen. >>



Hingucker zum Knuddeln: Die Gute-Laune-Kollektion von mbw.

>>

Exklusives Preview

Die Neuheiten der Aussteller waren hier auf drei Etagen verteilt und sorgten für stetes wie reges Interesse der Fachbesucher. Gastgeber Reflects nutzte die Gelegenheit, die Qualitäten der Eigenmarken RETUMBLER®, REEVES® und RE98 eingehend nahe zu bringen. Unter dem Motto „Eine Idee wird in Form gegossen“ vermittelte Reflects-Geschäftsführer Meinhard Mombauer in anschaulichen

Präsentationen den komplexen wie aufwändigen Entwicklungsprozess eines neuen Produkts aus der Markenserie des Unternehmens. Es handelt sich hierbei um eine innovative Sportflasche namens „DUIX“, die mit smarten Details beeindruckt und erst im kommenden März auf den Markt kommt. Alle Gäste, die in den Genuss dieses exklusiven Previews kamen, durften sich über ein Muster dieser Neuentwicklung freuen.



Ebenfalls neu bei Welcome Home und bereits Gastgeber am Stammsitz in Heroldsberg:
Stabilo Promotion Products.

„Halbzeit 2“ ab April

Im neuen Jahr geht's mit der Welcome Home Tour dann im April, Mai und Juni mit drei Terminen weiter. Dann bitten die Partner Kalfany Süße Werbung, Halfar System und Koziol zu sich nach Hause und geben aufschlussreiche Einblicke in die Herstellungsprozess schmackhafter, nützlicher, schöner und dadurch vor allem werbewirksamer Produkte. Bei Halfar gibt's dann außerdem noch ein besonderes Jubiläum zu feiern. <



Reflects-Chef Meinhard Mombauer präsentierte ein exklusives Produkt-Preview, inklusive Entstehungsprozess.

Termine 2026

- Mi, 22. April 2026 – Herbolzheim (BW), **Kalfany Süße Werbung**
- Mi, 20. Mai 2026 – Bielefeld, **Halfar System**
- Mi, 10. Juni 2026 – Erbach (HE), **Koziol**



Das Unternehmen trendfactory wartet mit den Wohlfühl-Produkten der Marke rituals auf.

Die Werbezeichen AG hat Ende 2025 die CRIMEX GmbH in Osnabrück erworben. Mit dieser Akquisition baut das Unternehmen mit Sitz in München seine Marktposition weiter aus und stärkt das Kerngeschäft im Bereich Unternehmensgeschenke, Werbeartikel und Give-Aways.

Werdezeichen AG übernimmt CRIMEX GmbH

Neue Maßstäbe setzen

Die 1993 gegründete CRIMEX zählt mit ihrem beträchtlichen Marktvolumen seit Jahren zu den etablierten Größen der deutschen Werbeartikelbranche. Die 35 Mitarbeiter in Osnabrück bringen langjährige Branchenerfahrung, tiefe Produktexpertise und eine außergewöhnlich hohe Bestandskundenquote mit – Ausdruck einer starken Kundenbindung, die CRIMEX über Jahrzehnte aufgebaut hat. Das Team wird im Zuge der Akquisition in die Werbezeichen-internen Prozesse eingegliedert und der Standort Osnabrück weitergeführt.

Systematische Digitalisierung

Die Akquisition ist auf dem Hintergrund der aktuellen Entwicklung der Werbeartikelbranche zu sehen: Die Branche durchläuft derzeit eine fundamentale digitale Transformation und wird zunehmend datengetrieben.

Die KI-gestützte Technologieplattform von Werbezeichen macht täglich entstehende Daten nutzbar, strukturiert Informationen und automatisiert repetitive Prozesse, deren manuelle Verarbeitung erhebliche Ressourcen bindet. Durch die Integration von CRIMEX werden künftig auch die Geschäftsprozesse in Osnabrück systematisch digitalisiert und für intelligente, datenbasierte Workflows genutzt. Die erweiterte Datenbasis ermöglicht präzisere Produktempfehlungen und bessere Vorhersagemodelle für alle Standorte, heißt es im Statement der beteiligten Unternehmen.

Win-Win-Win-Situation

Florian Ganss, Mitgründer und CEO von Werbezeichen, kommentiert: „Das CRIMEX Team verfügt über eine große Expertise sowie loyale und langjährige Kunden- und Lieferantenbeziehungen. Unsere KI-Plattform macht dieses Know-how skalierbar – und gibt den Mitarbeitern mehr Zeit für das Wesentliche: die persönliche Betreuung ihrer Kunden und Lieferanten. Wir freuen uns daher sehr, nun ab sofort gemeinsam die Digitalisierung der Werbeartikelbranche weiter voranzutreiben.“ Claus Roeting, Geschäfts-



CRIMEX GmbH

führer der CRIMEX, ergänzt: „Diese Akquisition ist eine Win-Win-Win-Situation: Die Werbezeichen AG gewinnt ein starkes Team, unsere Mitarbeiter erhalten eine zukunftssichere Perspektive, und ich kann CRIMEX in den besten Händen wissen. Gemeinsam werden wir in der Branche neue Maßstäbe setzen.“ Werbezeichen bietet als Full-Service-Anbieter auf seiner digitalen Werbemittel-Plattform ein großes Portfolio an Produkten und Merchandise für Unternehmen jeglicher Größe. Sämtliche Touchpoints eines Werbemittel-Kunden, von der ersten Gestaltung bis hin zur Budgetierung und Bestellung finden über die Plattform statt. Werbezeichen nimmt zur Finanzierung des Zukaufs zeitgleich weiteres Kapital in Form einer Finanzierungsrunde von bestehenden Investoren auf. Die CRIMEX GmbH setzt als Anbieter, Entwickler und Großhändler auf kreative und innovative Werbemittel – von hochwertigen Markenprodukten bis hin zu individuellen Sonderanfertigungen. <

Das Führungsteam der Werbezeichen AG: Henrik Roeting, Florian Ganss, Claus Roeting, Felix Bumm (v.l.)

Mit neuem Logo, eingängigem Claim und bewährtem Konzept tourte die beliebte Neuheiten-Schau im Dezember wieder durch die Lande. Die A&O Adventstour 2025 machte ihrem Ruf als informative Produktpräsentation und freundschaftlicher Branchentreffpunkt wieder alle Ehre. Das PSI Journal war in Bad Soden dabei. Ein Rückblick mit Ausblicken.

A&O Adventstour 2025

Werbeartikelideen für Freunde



„Friends meet friends“: Die 24 Lieferanten der A&O Adventstour bescherten ihren Kunden an 10 Stationen ihre Neuheiten für 2026 und zogen wieder eine positive Bilanz der beliebten Roadshow.



Perfekte Organisation: Harald Väth mit Tochter Julia Väth von team-d, die auch die Geschäftsführerin und Mitorganisatorin der A&O-Adventstour ist.

perfekte Organisation von Harald Väth und Tochter Julia Väth (team-d) die auch die Geschäftsführerin und Mitorganisatorin der A&O-Adventstour ist, ließ die Roadshow auch 2025 wieder zum Erfolg werden – mit weit über 700 Besuchern insgesamt. Einige der Neuheiten haben wir uns näher angesehen.

Diese Taschen sind Trumpf

Im Dezember haben wir in Bad Soden gut gelaunte Aussteller und wissbegierige Besucher erlebt. Gleich am Eingang des Ausstellungsraums fielen uns die trendigen Baumwolltaschen am Stand von Mister Bags auf. Sechs brandneue Taschen, die mit kreativen Ideen, nachhaltigen Materialien und modernem Design überzeugen, haben wir hier entdeckt: Ein geräumiger Weekender in schwerer, zertifizierter Bio-Baumwoll-Qualität mit durchdachtem Innenleben und hochwertiger Veredlung (Siebdruck oder Transferdruck) hat uns besonders beeindruckt.



Auch die robusten und praktischen, ebenfalls zertifizierten Bodybags und Bauchtaschen (Fairtrade, Organic, Oeko-Tex), möchte man am liebsten gleich mitnehmen. Mit der Kabeltasche Pixi hat man alle Ladekabel sicher im Griff – ein handliches, puristisches Travel-Accessoire, das man immer dabei haben sollte. Nicht zuletzt Lola, die peppige Tasche mit frechen Fransen und individuell bunten Griffen, macht als Shopper eine ebenso gute Figur wie als Standtasche und ist nach Wunsch vielseitig gestaltbar. Am Stand leisteten **Lisa Sieverding und Peter Backes** wieder intensive Aufklärungsarbeit in Sachen Nachhaltigkeit, die seit seiner Gründung 2018 fest in der DNA des Unternehmens verankert ist. Nachhaltige Baumwollproduktion, faire Handelsbedingungen und die eigene, zertifizierte GOTS-Druckerei sind die Säulen des Nachhaltigkeitskonzepts, das stetig weiterentwickelt wird. Damit kann Mister Bags ein komplettes Sortiment nachhaltiger Produkte anbieten.

per eine ebenso gute Figur wie als Standtasche und ist nach Wunsch vielseitig gestaltbar. Am Stand leisteten **Lisa Sieverding und Peter Backes** wieder intensive Aufklärungsarbeit in Sachen Nachhaltigkeit, die seit seiner Gründung 2018 fest in der DNA des Unternehmens verankert ist. Nachhaltige Baumwollproduktion, faire Handelsbedingungen und die eigene, zertifizierte GOTS-Druckerei sind die Säulen des Nachhaltigkeitskonzepts, das stetig weiterentwickelt wird. Damit kann Mister Bags ein komplettes Sortiment nachhaltiger Produkte anbieten.

Drei ebenso ergiebige wie anstrengende Wochen waren es auch 2025 wieder: Zum Jahresende machten sich die 24 Lieferanten der A&O Adventstour auf den Weg und bescherten ihren Kunden an 10 Stationen einen informativen Nachmittag und einen besonderen Abend. Ein abwechslungsreiches Roadshow-Format mit hohem Networking-Faktor, das perfekt in die Adventszeit passt.

Unter dem Motto „Friends meet friends“ war das eingespielte Lieferanten-Team über zwei Wochen unterwegs und machte an insgesamt zehn Locations mit gemütlichem Flair Station. Der Tross startete in Wien, Linz und München und machte sich dann auf nach Hamburg, Osnabrück und Essen. Dann ging es wieder Richtung Süden nach Bad Soden und Stuttgart, bis die Tour in Leipzig den Schlusspunkt setzte. An jedem Standort präsentierten die Aussteller am Nachmittag ausgewählte Neuheiten und Ideen für die kommende Saison und gaben bestehenden und potenziellen Kunden viele Anregungen für künftige Projekte. Dass dabei nur ein Ausschnitt des Neuheiten-Repertoires gezeigt wurde, machte Appetit auf mehr und verwies auf die PSI Messe, Europas größte und wichtigste Messe für Werbeartikel, Incentives und Merchandising.

Viele PSI Aussteller dabei

Fast alle Lieferanten sind auch PSI-Aussteller und hatten im Dezember schon einen Teil ihrer Messe-Neuheiten im Gepäck. Auf den Herbstmessen mit ihrem persönlichen Charakter lassen sich gut die Vorlieben des Handels ausloten, um den geplanten Sortimenten, die auf der PSI vorgestellt werden, last minute noch den Feinschliff zu geben. Nach einem geschäftigen Messe-Nachmittag freuen sich die Aussteller an jedem Standort auf einen entspannten kulinarischen Abend, den sie zusammen mit ihren Gästen aus Händler- und Agenturkreisen verbringen. Hier werden Partnerschaft und Zusammenarbeit mit Erfolg gelebt. Das war auch so in Bad Soden, dem charmanten Kurort am Taunus nahe Frankfurt. Das straffe Programm der Tour ist immer eine Herausforderung für Lieferanten und Organisatoren, doch das freundschaftliche Miteinander, die gute Stimmung unter den Ausstellern und die gewohnt



Bunte Porzellan-Tradition

Wie modern und bunt eine hochwertige Traditionsmarke daherkommen kann, haben wir bei Kahla Porzellan gesehen. 15 Standard-Farben von satt leuchtend bis Pastell durch alle Sortimente sind möglich, zusätzlich ist fast jede Walfarbe machbar, erklärte uns Vertriebsleiterin **Susanne Dülke**. Auch schmale Ränder auf weißem Porzellan in vielen Farben sehen edel aus und sind besonders dort gefragt, wo große Stückzahlen im Einsatz sind, die unterschiedlich gekennzeichnet sind – etwa in Büros oder in Gesundheitseinrichtungen. Zudem sind weitere Veredelungen wie etwa Beflockung oder Silk-Touch-Oberflächen in vie- >>

>> len Variationen umsetzbar. Und das alles ist Made in Germany (Kahla, Thüringen), wo noch viel handwerklich gearbeitet wird. Qualität, die man sieht und spürt.

Sticker für alle und alles

Sticker sind Dauerbrenner und kommen derzeit bei Orcas ganz groß raus. Die Orcas-Sticker-Welt ist schon gut mit Stickern aller Größen und Formen bestückt und es werden mit jedem Auftrag mehr, erzählen **Tina Mahler und Dijana Schmoll**. Denn es gibt unendliche Möglichkeiten, jedes Format ist nach Maß machbar, und das bis 1,60 Breite. Je nach Anspruch und Untergrund stehen verschiedene Klebestufen zur Verfügung. Ob zum Sammeln, Informieren, Verschönern oder einfach nur, um dem Empfänger eine Freude zu machen – ein sympathischer Trend, der gerade durch seine Individualität geradewegs zum Erfolg führt. Das gilt auch für die anderen Produkt-Kategorien aus Papier oder Pappe, die Orcas anbietet: Etwa vielseitig nutzbare Hüllen und Mappen (zum Beispiel für Sticker, Fotos, Gutscheine, Dokumente), aber auch Bücher, Boxen, Taschen, Eco-Produkte, Haftnotizen, Verpackungen, Kalender und Care-Produkte – alles kreativ gestaltet und hochwertig bedruckt. Da kann das neue Jahr mit seinen Kunden kommen.



Individueller Weg zum Kunden

Auch bei Infoplus gibt es interessante Neuigkeiten: Der bekannte Hersteller von hochwertigen Namensschildern und Kappenmagneten hat sein Portfolio erweitert und bietet jetzt auch Acrylglas-Magnete in individuellen Formen

an. Richtig werbewirksam werden sie durch das damit verknüpfte Call-to-Action-Konzept, das auf maximaler Individualisierung basiert. Wie das genau funktioniert, hat uns **Martin Blindow** erklärt: Über einen in den Magneten integrierten NFC-Chip kommt man auf die Webseite eines professionellen Fotodesign-Anbieters, wo man seinen ganz persönlichen Magneten online gestalten kann. Man wählt eine Form

und ein Foto aus, platziert einen eigenen Text darauf und schickt den Auftrag ab – im Rahmen einer Werbeaktion natürlich kostenfrei. Der fertige Magnet kann dann in der zu bewerbenden Location, etwa einem Geschäft oder einem Restaurant, abgeholt werden. Martin Blindow hat durchweg überdurchschnittliche Response-Raten und da-



mit neue Kontakte festgestellt. Denn persönliche Ansprache und Mitmach-Angebote sind ein sicherer Weg zu neuen Kunden.

Schneller Frische-Kick, ganz individuell

Einen Tipp für alle Nachtschwärmer, Vielarbeiter oder Menschen mit empfindlicher Haut hat **Birgit Neyer** von Sanders Image Tools: Die angenehm kühlenden Hydrogel-Augenpads für ein erfrischtes Augengefühl und spürbar glattere Haut ohne Augenringe. Das Geheimnis des vielseitig einsetzbaren Produkts sind die wertvollen Inhaltsstoffe, die revitalisieren, beruhigen und erfrischen. Der Umschlag ist individuell bedruckbar und ermöglicht pfiffige Werbebotschaften. Mehr Flexibilität und Einsatzmöglichkeiten dank kleinerer Mindestmenge – diesem Gedanken hat Sanders gleich doppelt umgesetzt: Die neuen Elektrolyte-Brausetabletten mit Vitaminen und Mineralstoffen gibt es schon ab 144 Stück handlicher Röhrchen. Ideal zum Mitnehmen für den schnellen Kick für mehr Leistungsfähigkeit beim Sport und in Belastungssituationen. Auch die Getränkendosen, gefüllt etwa mit dem neuen Iso-Sports-Drink oder Hugo Cocktail sind jetzt schon ab 48 Stück zu haben. Ideal für alle Kurzentschlossenen, die bei ihren Promotion-Aktionen auf Abwechslung setzen.



Positive Bilanz

Was es bei team-d zu sehen gab, kann man nur schwer zusammenfassen – so vielseitig und bunt ging es dort wieder zu. Aufgefallen ist uns das breite Angebot an Plüschtieren und Spielzeug mit hohem Anteil an Recycling-Material. Auch viel Praktisches für Küche, Haushalt, Büro und für unterwegs hat der Importeur im Angebot. Gut, dass



Arndt Segler am Stand die Stellung hielt, denn Harald und Julia Väth hatten mit Rezeption und Organisation viel zu tun. Insgesamt beurteilten sie und die Teilnehmer auch diese Adventstour wieder positiv – und die Termine für 2026 stehen bereit. <

Die in Amerang ansässige Werbemittelagentur werbemax GmbH gehört auch 2025 zu den Gewinnern des German Marketing Award – und das bereits zum dritten Mal in Folge. Ausgezeichnet wurde ein Werbemittel, das auf einer Ausbildungsmesse für Furore sorgte: bedrucktes Toilettenpapier.

werbemax gewinnt German Marketing Award 2025

Erneut mit Kreativität überzeugt



Glückliche Gesichter bei der Preisübergabe an den Kunden Elektro Hartinger (v.l.): Julia Hartinger (Geschäftsführer Elektro Hartinger), Julia Schubert (Marketing Elektro Hartinger), sowie die beiden werbemax-Mitarbeitenden, Kundenberater Stefan Bachhuber sowie Vertriebsleitung Nadine Bischof.

Bild: werbemax



er Case zeigt eindrucksvoll, wie mutige Ideen Sichtbarkeit schaffen und Unternehmen im Wettbewerb um Nachwuchskräfte nachhaltig stärken. Im Mittelpunkt des eingereichten Projekts steht der werbemax Kunde Elektro Hartinger, ein regionales, mittelständisches Elektro-Installationsunternehmen.

Ein Werbemittel, das auffällt

Auf Ausbildungsmessen konkurrieren inzwischen eine Vielzahl an Ausstellern um die Aufmerksamkeit der Jugendlichen – ein Umfeld, in dem Standard-Werbemittel schnell untergehen. Die Aufgabe lautete also: Ein Werbemittel entwickeln, das auffällt, Gespräche initiiert und nachhaltig in Erinnerung bleibt. Die Lösung war ebenso mutig wie wirkungsvoll: bedrucktes Toilettenpapier – humorvoll, überraschend und absolut unwiderstehlich im Messekontext. Elektro Hartinger entschied sich auf Empfehlung von werbemax bewusst für ein ungewöhnliches Give-away, das sofort Aufmerksamkeit erregt. Das Ergebnis übertraf alle

Erwartungen: Der Messestand war durchgehend stark besucht. Verschiedene Motive und freche Sprüche sorgten für hohe Begehrlichkeit. Die regionale Tageszeitung berichtete und kürte das Toilettenpapier zum kreativsten Werbemittel der Messe. Mit diesem unkonventionellen Ansatz gelang es Elektro Hartinger, sofort ins Gespräch zu kommen und wertvolle Erstkontakte aufzubauen.

Positive Reaktionen beim jungen Publikum

Kreative Werbemittel entfalten ihre Wirkung besonders dann, wenn sie zielgruppengerecht, relevant und emotional anschlussfähig sind. Gerade junge Menschen reagieren positiv auf Humor, Leichtigkeit und überraschende Ideen. Julia Schubert, Marketing Elektro Hartinger: „Wir haben das Toilettenpapier nicht nur am Stand, sondern auch auf den Toiletten verteilt, und die Rollen waren im Handumdrehen verschwunden. Die verschiedenen Motive boten perfekte Gesprächsaufhänger und das hat unsere Bekanntheit deutlich gesteigert.“

Impulsgeber im Werbemittelmarkt

Am German Marketing Award 2025 nahmen 164 Agenturen mit 215 Projekten teil – ein neuer Rekord. Davon waren letztendlich 26 Agenturen Gewinner und 35 Projekte wurden ausgezeichnet. Mit 47 von 50 Punkten wurde das Konzept für Elektro Hartinger als einer der überzeugendsten Beiträge des Jahres ausgezeichnet. „In diesem Jahr freut uns die Auszeichnung ganz besonders und bestätigt unsere Arbeit als kreativer Impulsgeber im Werbemittelmarkt“, so werbemax-Geschäftsführer Christian Höfling. Für werbemax ist der German Marketing Award bereits die siebte internationale Marketing-Auszeichnung. <

Das Frühjahr eröffnet eine Bühne für **frische Werbebotschaften**: praktische Gartenhelper, nachhaltige Pflanzsets oder dekorative Osterideen bringen Marken auf sympathische Weise in Haushalte und Herzen.



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



Buntsüße Frühlingsgrüße

Das Freckled Eggs Chocolate Set von Slodkie sp. z o.o. besteht aus sechs bunt gesprenkelten Schokoladeneiern mit Milchschokolade und Nussfüllung in einer knusprigen Zuckerschale. Die moderne, leichte Anmutung macht das Set zu einem idealen Frühlings- und Ostergeschenk im Business-Kontext. Verpackungen aus weißem Papier, Kraftpapier oder ecrufarbenem Grasfaserpapier bieten eine nachhaltige Basis für individuelles Branding. Im Inneren sorgen R-PET-Schalen aus recyceltem Material für eine sichere Präsentation der Eier.



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

Sauberer Schlag zum Saisonstart

Der Putting-Star von Frank Bürsten ist eine Reinigungsbürste in Golfball-Optik, die Golfschläger schnell von Gras und Schmutz befreit. Harte synthetische Borsten sorgen für gründliche Reinigung, ein integrierter Karabiner ermöglicht die Befestigung am Golftasche. In Deutschland gefertigt und auf Wunsch mit individuellem Logo versehen, wird die Bürste im bedruckbaren Präsentkarton zum sympathischen Werbeträger – ideal für den Start in die Golfsaison.



Vielfalt zu Ostern

Boogie Design positioniert sich mit nachhaltigen Osterartikeln als Partner für aufmerksamkeitsstarke Kundengaben. Personalisierte Produkte helfen dabei, Wertschätzung auszudrücken oder neue Geschäftskontakte zu knüpfen. Der Fokus liegt auf umweltfreundlichen Materialien und individueller Gestaltung, die Marken sichtbar von der Masse abheben. Ob dekorerter Osterkorb oder kleines Präsent – die Produkte verbinden saisonale Emotionen mit verantwortungsbewusster Markenkommunikation.

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

PSI 47992 • Henosa-Plantanas Group GmbH
Tel +49 7306 926230 • coo@plantanas.com
www.werben-mit-tee.de



Blühender Teegenuss

Die kunstvoll gebundene Teeblume von Henosa verbindet Ästhetik und Genuss zu einem außergewöhnlichen Präsent. Aus grünen und weißen Teespitzen geformt, verbirgt sie in ihrer Mitte eine Ringelblumenblüte, die sich beim Aufgießen in heißem Wasser langsam entfaltet. Dabei entsteht ein lieblich-leichter, fruchtiger Tee mit besonderem Schauwert. Verpackt wird die Teeblume wahlweise im Klarsichtbeutel mit Headerkarte, in einer vierfarbigen Würfelkarte oder im Klarsichtwürfel mit Etikett. Ab 100 Stück sind komplett Individualgestaltungen möglich.



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

Zuckerfreie herzige Botschaften

Der Fruit Kristal Heart Plus Lollipop ist ein transparenter, zuckerfreier Herz-Lutscher mit eingebetteten natürlichen Zutaten. Erhältlich in Sorten wie Erdbeere, Rose, Minze oder Kirsche, verbindet er dezente Süße mit emotionaler Wirkung. FSC-zertifizierter Papierstiel und biologisch abbaubare Folienverpackung unterstreichen den nachhaltigen Anspruch. Ein individuell gestaltbarer Aufkleber sowie eine beigelegte Broschüre in Blattform machen den Lutscher zu einem aufmerksamkeitsstarken Werbeträger für besondere Anlässe und Markenbotschaften.

Stilvoller Osterakzent

Das Serviettenring-Set „Osterei“ im 4er-Set setzt elegante Akzente auf dem Ostertisch und transportiert zugleich eine klare Botschaft für Nachhaltigkeit. Gefertigt für tobra aus FSC®-zertifizierter Birke und produziert in Deutschland, überzeugt das Set durch seine hochwertige Anmutung und die sichtbare Gravurfläche, die auch mit eingelegter Serviette gut erkennbar bleibt. Logos oder Motive lassen sich präzise umsetzen und machen die Serviettenringe zu individuellen Markenbotschaften. Präsentiert wird das Set auf einer flexibel gestaltbaren FlexiFold-Designkarte. Die Produktion erfolgt überwiegend mit Strom aus eigener Photovoltaikanlage sowie zertifiziertem Ökostrom.

MADE
IN
GERMANY



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



PSI 2043
FamousFood® c/o Kaldenbach GmbH
Tel +49 9151 81785-0
info@FamousFood.de • www.FamousFood.de • www.kaldenbach.com

Faires Eiernaschen

Die FamousFood® Original FAIREGGS bieten eine originelle Osteridee mit Botschaft. Sechs Fairtrade-Schoko-Eier sind in einer echten Mini-Eierbox verpackt und sorgen für einen überraschenden Aha-Effekt. Geschmacklich reicht die Auswahl von klassischem Edel-Nougat und Milchcreme bis zu ausgefallenen Sorten wie Eierlikör oder Amaretto. Produziert in Deutschland und fair gehandelt, verbinden die FAIREGGS Genuss mit Verantwortung. Als Osterpräsent für Unternehmen konzipiert, bleiben sie durch ihre ungewöhnliche Verpackung und humorvolle Anmutung nachhaltig in Erinnerung.

Wärme auf Abruf im Frühling

Der Heiz-Bodywarmer TL-002 von SAS Smart Apparel wurde speziell für wechselhafte Übergangstemperaturen entwickelt. Die leichte, unisex geschnittene Weste verfügt über ein integriertes Heizsystem mit 28 beheizten Zonen an Vorder- und Rückseite. Drei Temperaturstufen zwischen 25 und 45 Grad ermöglichen individuellen Wärmekomfort, der je nach Wetterlage flexibel aktiviert oder deaktiviert werden kann. Ob bei Gartenarbeit, Freizeit oder Outdoor-Aktivitäten – der Bodywarmer passt sich dem Alltag an und bietet Funktionalität mit modernem Textildesign.



PSI 61027 • SAS Smart Apparel
Tel +33 640302670
contact@smart-apparel.com
www.smart-apparel.com/en/

KONFIGURIEREN
Mit Logo bestellen

**KI-
INSPIRATION
AUF KNOPFDRUCK**

Überzeugen statt erklären!
Bilder sagen mehr als tausend Worte. Jetzt Werbeartikel mit Logo sofort erlebbar machen.

- Produkt auswählen**
- Logo hochladen**
- sofort begeistern!**

24/7 SERVICE

Jetzt online bei allen Produkten verfügbar:

mbw.sh

PSI 61116 • SURPRISE s.r.l.
Tel +39 0424 500168
tommaso@surpriseok.it
www.surpriseok.it



Werbeschmuck aus Bella Italia

Als Hersteller von Werbeschmuck in Italien positioniert sich Surprise und setzt konsequent auf Produktion im eigenen Haus. Gefertigt wird ausschließlich in Italien, in einer der modernsten Produktionsstätten Norditaliens, die höchsten Sicherheitsstandards entspricht. Mit einer Kapazität von bis zu 250000 Stück pro Tag lassen sich auch große Kampagnen zuverlässig realisieren. Alle Produkte sind REACH-zertifiziert, zudem ist das Unternehmen nach ISO 9001 und ISO 14001 auditiert. Der besondere Vorteil für Kunden liegt in der Flexibilität. Schmuckaccessoires können auch individuell nach Kundenwunsch gestaltet werden.



Natürlich werben

Mit dem Tontöpfchen-Hasen und dem Klappkärtchen Osterhase bietet die emotion factory zwei durchdachte Werbeartikel für frühlingshafte Osteraktionen. Der Tontöpfchen-Hase kombiniert Terracotta-Topf, Substrattablette und Eierbaumsamen zu einem kleinen Pflanzprojekt, das Nachhaltigkeit erlebbar macht. Eine dekorative Banderole mit Hasensteckverschluss dient zugleich als Werbefläche, optional ergänzt durch einen Tampondruck auf dem Topf. Das Klappkärtchen Osterhase ist flach, leicht versendbar und enthält ebenfalls Eierbaumsamen.

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

Nachhaltige Plüschbotschafter

Rebunny und Recrow sind charmante Plüschfiguren von Anda mit klarer Nachhaltigkeitsbotschaft. Sowohl der Hase Rebunny als auch der Hahn Recrow bestehen aus recyceltem PET und stehen damit für umweltbewusste Werbeartikel mit emotionaler Wirkung. Beide Figuren tragen ein bedruckbares T-Shirt aus RPET-Polyester, das sich ideal für Logos oder Kampagnenmotive eignet. Durch die Kombination aus weichem Plüsch, sympathischem Design und individueller Werbefläche entstehen aufmerksamkeitsstarke Markenbotschafter.



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



Starke Akzente

Die textilen Schlüsselanhänger von happyROSS setzen mit kräftigen Farben und hochwertigem Silikonindruck starke Akzente. Gefertigt aus breitem, stabilem Nylonband und eingefasst in Leder, wirken sie zugleich robust und edel. Zwei Standardgrößen sowie frei wählbare Band- und Druckfarben nach Pantone ermöglichen vielfältige Gestaltungsoptionen. Als langlebiges Werbemittel bringen die Anhänger Marken sichtbar in den Alltag und transportieren eine frische, positive Botschaft – ideal für Frühlingskampagnen.

Pflege trifft Werbewirkung

Die Hydrogel-Augenpads von Sanders Imagetools verbinden kosmetische Pflege mit aufmerksamkeitsstarker Markenkommunikation. Die vegane Rezeptur setzt auf Hyaluron, Koffein, ein Anti-Aging-Peptid und beruhigenden Rotalgenextrakt. Frei von Duftstoffen, Alkohol und Lösungsmitteln sind die Pads dermatologisch getestet und sehr gut verträglich. Sie erfrischen die Augenpartie ohne klebriges Gefühl und eignen sich ideal für Mailings, Goodie-Bags oder Frühjahrskampagnen. Verpackt sind sie paarweise in einem individuell bedruckbaren Kuvertkarton aus nachhaltiger Forstwirtschaft und bereits ab 100 Stück realisierbar.



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

EINFACH NATÜRLICH.

MONO! Nur ein Material:
reine Bio-Baumwolle.



FREIZEIT-SHOPPER
ORGANIC
1818042



- Anzeige -

HALFAR
STARKE TASCHEN

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

Erfrischend prickelnde Ostergrüße

Römer Drinks hält mit der „Kleinsten Sektflasche der Welt“ eine kleine, aber feine Osterüberraschung für Kunden, Geschäftspartner oder Mitarbeiter parat. 125ml hochwertiger Sekt brut in einer originellen Flasche und mit einem passenden Geschenkkarton. Die süße Kugelflasche kann danach als Kerzenhalter oder Vase weiterverwendet werden: Ein bleibender Eindruck durch Originalität und Qualität. Römer Drinks bietet zwei Standard-Manschetten im Osterdesign „Happy Easter“ und „Frohe Ostern“ – diese sind bereits ab einem Stück ab Lager verfügbar. Individuelle Ostergrüße auf der Manschette sind ab 120 Stück möglich. Römer Drinks ist Mitglied der RömerFamilie und bietet ein breites Sortiment an Werbegetränken von natürlichem Mineralwasser über moderne Dosen und Sektflaschen bis hin zum weltweit patentierten Werbe-Tee und -Kaffee.



PSI 41545 • Jung since 1828 GmbH & Co. KG
Tel +49 7141 6435-0
zentrale@jung-europe.de
www.jung-europe.de
www.jung-promotion.de

Schokoladige Überraschung

Der individuell gestaltbare Sixpack-Eierkarton mit Lindt LINDOR Schoko-Eiern verbindet hochwertige Schokolade mit kreativer Verpackung. Drei Sorten – Milch, Weiß und Doppelmilch – sorgen für Genussvielfalt. Der Karton mit Papieretikett fungiert als innovativer Werbeträger und eignet sich für Kundengeschenke, Events oder Messeauftritte. Durch den spielerischen Eierkarton-Look bleibt die Werbebotschaft im Gedächtnis und transportiert Premium-Qualität auf sympathische Weise.

Temperatur im Blick, Marke im Kopf

Die technoline WS 9787 Temperaturstation begleitet zuverlässig durch den Frühling. Ein Außensender misst die Temperatur im Garten oder auf dem Balkon, während die Basisstation Innen- und Außendaten übersichtlich anzeigt. Ergänzt wird die Anzeige durch Datum, Wochentag und eine präzise DCF77-Funkuhr. Batteriebetrieben und flexibel platzierbar, eignet sich die Station ideal als individualisierbares Werbegeschenk. Mit Logo veredelt wird sie zum täglich genutzten Markenbotschafter.

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





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

Gärtner mit System

Mit wenig Aufwand maximale Ergebnisse im Hochbeet erzielen: Das ist das Ziel des Ratgebers „Keine Zeit zu gärtnern“ von Jessica Achtsnicht. Übersichtlich strukturierte To-do-Listen, durchdachte Beetpläne und kompaktes Gartenwissen erleichtern den Einstieg und sparen Zeit. Der EMF-Verlag bietet Unternehmen die Möglichkeit, Inhalt, Design, Format und Umfang individuell anzupassen und das eigene Logo auf dem Cover zu platzieren. So entsteht ein maßgeschneidertes Printprodukt mit praktischem Mehrwert.

Eierbecher mit Charakter

Der emaillierte Eierbecher von Emalia Mart verbindet funktionales Design mit handwerklichem Charme. Gefertigt aus emailliertem Stahl, ist er leicht, robust und für den täglichen Einsatz ebenso geeignet wie für festliche Anlässe rund um Ostern. Die lebensmittelechte, glatte Oberfläche ist fleckenbeständig und spülmaschinenfest. Produziert wird vollständig in Polen, erhältlich ist der Eierbecher in 26 Farben. Auf Wunsch kann er individuell bedruckt werden und eignet sich damit auch als personalisiertes Geschenk oder Werbeartikel. Kleine Unregelmäßigkeiten in der Oberfläche unterstreichen den handgefertigten Charakter.



PSI 49006 • Emalia Mart Sp. z o.o. c/o
Mart Ceramics p. z.o.o.
Tel +48 668 930 247
biuro@kubkiemaliowane.pl
www.kubkiemaliowane.pl

Süße Werbegrüße zu Ostern

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



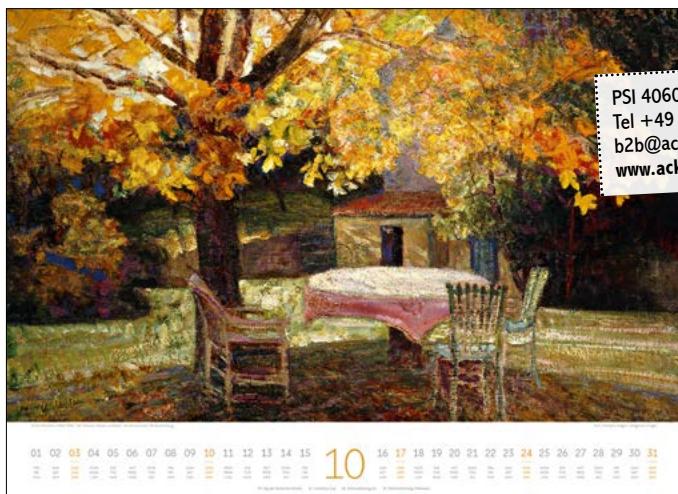
**Papier XS-Taschendose
mit 6 Füllvarianten**



-Anzeige -

 **KALFANY**
SÜSSE WERBUNG

www.suesse-werbung.de



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



Kunstvolle Gartenmomente

Der Kalender „Kunstwerk Garten 2027“ aus dem Ackermann Kunstverlag lädt dazu ein, Gärten als künstlerische Inspirationsräume neu zu entdecken. Zwölf ausgewählte Gemälde zeigen blühende Landschaften von der frühen Moderne bis zum Jugendstil und spiegeln Stile von Impressionismus bis Expressionismus wider. Gedruckt wird ausschließlich in Deutschland auf FSC®-zertifiziertem Papier aus verantwortungsvoller Forstwirtschaft. Ergänzt wird die hochwertige Produktion durch eine transparente CO₂-Kompensation in Zusammenarbeit mit NatureOffice. Werbeeindrücke sind bereits ab 50 Exemplaren möglich.



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

Frühjahrgrüße mit Wirkung

Zu Ostern setzt mbw® auf eine breite Palette sympathischer Werbeartikel, die Emotionen wecken und Marken sichtbar machen. Im Fokus stehen nachhaltige MiniFeet® Kuscheltiere wie der RecycelHase, ergänzt durch bedruckbare Accessoires, ebenso wie farbenfrohe Schnabels® Quietscheenten oder funktionale Schmoozies® Displayreiniger. Allen Produkten gemeinsam ist die Möglichkeit zur individuellen Veredelung mit Logo oder Slogan, wodurch sie gezielt als Markenbotschafter eingesetzt werden können.



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

Zielgruppengenau präsentieren

Die Branchen- und Themenbox „Garten und Handwerk“ von mbw[®] richtet sich gezielt an Werbemittelhändler, die Kunden aus Gartencentern, Blumenläden, Baumärkten und Handwerksbetrieben passgenau ansprechen möchten. Die Box vereint eine kuratierte Auswahl an Werbe- und Geschenkartikeln, die auf fundierten Branchenkenntnissen und Marktbeobachtungen basiert. Ziel ist es, typische Bedürfnisse und Vorlieben dieser Zielgruppen abzubilden und die Produktauswahl für Beratung und Verkauf deutlich zu vereinfachen.



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

Eierbecher mit Haltung

Der Eierbecher „Easter Buddy“ von tobra verbindet spielerisches Osterdesign mit konsequentem Nachhaltigkeitsanspruch. Gefertigt aus FSC[®]-zertifiziertem Birkensperrholz aus Finnland und verarbeitet in Deutschland, überzeugt er durch eine clevere Steckfunktion und eine besonders flache Verpackung. Damit eignet er sich ideal als aufmerksamkeitsstarker Mailingartikel, hochwertiges Giveaway oder stilvolles Ostergeschenk. Unterhalb des Eierhalters bietet eine integrierte Lasergravur Platz für Logos oder Botschaften, wodurch der Eierbecher zum individuellen Werbeträger wird.

Osterfreude mit Hanni

Der Plüschartist Hase Hanni aus dem Hause team-d verbindet emotionale Ansprache mit nachhaltigem Anspruch. Gefertigt aus recyceltem rPET, bringt der rund 29 × 18 × 14 Zentimeter große Hase frühlingshafte Sympathie in Oster- und Promotionaktionen. Besonderes Detail ist der integrierte Baumwollbeutel, der sich als kleiner Rucksack nutzen lässt und Platz für Süßigkeiten, Gutscheine oder Geldgeschenke bietet. Damit wird Hanni nicht nur zum dekorativen Begleiter, sondern auch zum funktionalen Werbeträger. Für Markenauftreitte stehen unterschiedliche Veredelungsoptionen zur Verfügung.

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



2025 feierte Company 4 Marketing Services GmbH (kurz: C4) ihr 30-jähriges Bestehen: Drei erfolgreiche Jahrzehnte „Services für Marketing und Verkaufsförderung“ mit Schwerpunkt auf der gesamten Supply-Chain für Marketing-Materialien. C4 ist Spezialist für Werbemittel und Logistik sowie ein Vorreiter für eCommerce im Bereich Marketinglogistik und IT-gestütztes Werbeartikel-Sourcing.

Spezialist für Werbemittel und Logistik

30 Jahre „Erfahrung liefert Ideen!“



Das C4-Team auf Tour anlässlich der 30-Jahres-Feier.



links: C4-Gründer Dieter Trautmann mit Tochter Inga, seit 2015 alleinige Geschäftsführerin.



Seit über 30 Jahren Teil der Company 4 Marketing Services und Gründungsmitglied der heutigen C4: Christine Rüger.



Bereits 30 Jahre ist es nun her: C4 wurde 1995 durch Management-Buy-Out des Marketing-Services-Departments eines internationalen Pharma-Konzerns gegründet. Vor 10 Jahren ging die alleinige Geschäftsführung über an die Tochter des Firmengründers Dieter Trautmann, Inga Trautmann. Heute konzentriert sich C4 ganz auf seine Kerngeschäftsbereiche: Werbeartikelbeschaffung und Marketinglogistik. Damit verbindet C4 Kreativität mit langjährigem Know-how in den Bereichen Werbeartikel und Lager- und Transportlogistik.

Alles rund um Marketing-Materialien

Bei C4 dreht sich alles rund um Marketing-Materialien. Das fängt beim Einkauf an und geht bis hin zum Versand der Artikel. Dabei steht bei C4 auf der einen Seite der Wertschöpfungskette die Beschaffung von Giveaways, POS-Materialien, Merchandisingartikeln und hochwertigen Kundengaben. Auf der anderen Seite befindet sich der Bereich Logistik, also Lagerung, Konfektionierung und weltweiter Versand. Neben Werbeartikeln lagert C4 außerdem Drucksachen, Muster, Faltstände und andere Artikel, die C4-Kunden für Marketing und Verkaufsförderung benötigen: „Full-Service entlang der Supply-Chain für Werbeartikel und Marketingmaterialien“.

Daten und Fakten

Mit zwei modernen Lagerhallen im Norden von München, insgesamt 10.000 Palettenstellplätzen auf knapp 5.000 Quadratmetern Fläche, 100.000 Paketsendungen pro Jahr (weltweit), über 40 Werbemittel-Shops und im Schnitt 35 Mitarbeitern, bietet C4 Werbemittel-Fulfillment auf höchstem Niveau.

<

Das Company 4-Lager in Garching.



Das Hochregallager des Unternehmens befindet sich in Neufahrn.

**1995**

Company 4 Marketing Services entsteht durch Management-Buy-Out aus einem internationalen Pharma-Unternehmen als Full-Service-Dienstleister für die Pharma-industrie. Firmensitz mit Logistik-Center in Unterschleißheim. Allein-Gesellschafter ist Dr. Dieter Trautmann.

2000

Start der Entwicklung von „HyBizz! – My Personal Business Platform“, dem C4 Werbeartikelshop. Forcierter Ausbau des Geschäftsfeldes Logistik, Auslagerung des Logistik-Centers nach Garching-Hochbrück mit Vergrößerung.

2002

Verstärkte Kundendiversifizierung und strategische Neuaustrichtung: Konzentration auf die 4 Geschäfts-Bereiche: Promotion, Dialog, Logistik, Events. Erschließung weiterer Branchen.

2006

Konsolidierung „Integrierte Services entlang der Supply Chain für Werbemittel und Drucksachen“ mit besonderem Fokus auf den Geschäftsfeldern Promotion und Logistik. Bezug einer zusätzlichen Lagerhalle in Garching-Hochbrück.

2007

Konsolidierung beider Lagerhallen im neuen Logistik-Center im LogicPark Garching-Hochbrück. Aufbau umfassender Serviceflächen für High-Level-Fulfillment.

2009

Prokura-Vergabe an Vanessa Maier und Inga Trautmann.



Die Company 4 Historie im Überblick

2010

Launch HyBizz! 2.0. Strategischer Ausbau des eCommerce-Geschäftsfeldes: Vom reinen B2B-Konzept hin zu Multi-channel-Lösungen für Merchandising-Artikel und Verkaufsware. Integration Promo-Marketplace in HyBizz!

2011

Neue Leitung unseres Logistik-Centers mit Martina Dehler. Das Produkt HyBizz! wird zum SaaS-Tool ausgebaut.

2013

Neue Geschäftsführung Inga Trautmann und Vanessa Maier wird implementiert. Ellen Steiner erhält Prokura. HyBizz! Order App kommt auf den Markt. Strategische Neuaustrichtung der Geschäftsfelder: Promotion, Logistik, eBusiness, Customized Services. Umfassendes Update aller IT-Ressourcen.

2015

20 Jahre C4. Im Jahr 2015 feiert Company 4 Marketing Services GmbH (C4) ihr kupfernes Jubiläum. Alleinige Geschäftsführung geht an Inga Trautmann.

2017

Erweiterung des Logistik-Centers der C4 um eine zusätzliche Lagerhalle in Neufahrn (Nova Gewerbepark) und somit Erweiterung der Gesamtfläche auf über 5.000qm und 10.000 Palettenstellplätze.

2018

Launch HyBizz! 3.0: vollkommen responsive und grundüberholte Plattform mit vielen neuen Features.

2020

25 Jahre C4 und 20 Jahre HyBizz! Werbeartikel-eCommerce

2021

Company 4 ist sowohl ISO 9001 – als auch bio-zertifiziert.

2022

Ausbau Partnerschaft mit SVZ (Schweizer Versandzentrum)

2023

C4 ist fünfter Träger der Werbemittelmesse München (wmmund Mitglied im Einkaufsverbund CREATIVTEAM).

2024

C4 ist EcoVadis zertifiziert (Status Bronze). Dabei wurde unsere Nachhaltigkeitsleistung in Bereichen wie Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung geprüft. Ausbau Partnerschaft mit Hibbert (USA) für ein weltweites Marketing-Logistik-Netzwerk.

2025

30 Jahre C4 und 25 Jahre HyBizz! Werbeartikel-eCommerce.

Brandcharger – renommierter Anbieter für nachhaltige und intelligente Designprodukte – hat mit dem Gewinn von drei Global Grand Awards und insgesamt sechs Auszeichnungen bei den renommierten HKASD International Sustainable Design Awards 2025 (ISDA 2025) einen weiteren Meilenstein auf dem Gebiet nachhaltigen Produktdesigns des Unternehmens gesetzt.

Award-Erfolg für umweltbewusste Corporate-Gifts

Nachhaltige Lifestyle-Produkte gewürdigt



Die bedeutenden Auszeichnungen würdigen die preisgekrönte Kollektion innovativer, umweltbewusster Lifestyle-Produkte:

- **Lany Charge** – prämiert für sein wirkungsorientiertes Design mit insgesamt vier Preisen: Global Grand Award, Impact Catalyst Award, Innovative Creativity Award und Judges' Commendation.
- **Vita** – eine Luxus-Thermosflasche aus 100 % recyceltem Edelstahl, ausgezeichnet mit dem Global Grand Award.
- **Calix Hydroboost** – ein Zwei-in-Eins-Becher, der sich vom stilvollen Alltagsbecher in eine leistungsstarke Sportflasche verwandelt, ebenfalls Träger des Global Grand Award.

Angesichts der Beteiligung aus über 20 Ländern und Regionen ist der Gewinn von drei Global Grand Awards eine weitere Würdigung von Brandchargers bedeutender Rolle beim Ineinander von Nachhaltigkeit, minimalistischem Design und praktischem Nutzen.

Zum Wohle von Mensch und Planet

Die International Sustainable Design Awards 2025 bilden eine internationale Plattform, die sich an den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (UNSDGs) orientiert. Ziel ist es, Einzelpersonen, Teams und Organisationen weltweit zu befähigen, zukunftsweisendes und verantwortungsvolles Design zu entwickeln, das zum Wohle von Mensch und Planet beiträgt. In diesem Jahr kamen über 1.000 talentierte Designer:innen zusammen. Ihre Arbeiten wurden von einer international besetzten Jury aus 14 renommierten Expert:innen aus Europa, Asien und Amerika begutachtet. Bewertet wurde entlang von vier zentralen Kriterien: Kreativität (30 %), Nachhaltigkeit (30 %), Ästhetik (20 %) und Wirkung (20 %) – ein Ansatz, der sowohl Innovationskraft als auch gesellschaftliche Verantwortung gleichermaßen würdigt.

„Corporate Gifting, das Sinn stiftet“

„Drei Global Grand Awards bei der ISDA 2025 zu gewinnen, ist nicht nur ein persönlicher Erfolg – es ist vor allem die Bestätigung, dass gutes Design wirklich etwas Gutes bewirken kann“, freut sich James Ung, Gründer und Kreativdirektor von Brandcharger. Ung weiter: „Unsere Produkte entstehen mit klarem Ziel: weniger Abfall, bewusster Konsum und Corporate Gifting, das Sinn stiftet. Diese Auszeichnungen spiegeln unsere gemeinsame Vision mit den UN wider: eine Zukunft, in der Schönheit und Verantwortung Hand in Hand gehen.“ Jedes Produkt der Kollektion wird aus recycelten Materialien gefertigt, hinterlässt einen minimalen ökologischen Fußabdruck und ist auf Langlebigkeit ausgelegt – ideal für Marken, die nach hochwertigen, verantwortungsvollen Geschenklösungen suchen. <



Freude über die Auszeichnung (v.l.): Joe Yiu
ISDA-Juror, James Ung,
Mitbegründer & Chief
Visionary, Brandcharger,
Chris Cheung, Product
Development Manager,
Brandcharger.
Bild: Brandcharger



Kompakt gedacht, präzise gemacht

Das Construction Tool 13 von Troika vereint **zwölf Präzisions-Bits** in einem schlanken Tool-Pen und richtet sich an alle, die feine Technikarbeiten mobil und ordentlich erledigen möchten. Im Aluminiumgehäuse sind sämtliche Bits sicher verstaut, darunter auch spezielle Varianten für Apple® Geräte. Die magnetische Spitze fixiert Bits zuverlässig, während das Stiftende sie magnetisieren kann, damit selbst kleinste Schrauben nicht verloren gehen. Ergänzt wird die Funktionalität durch einen Clip sowie ein integriertes Zentimeter- und Zoll-Lineal mit 1:20/1:50 Skala.

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

Glücksrad als Marketingmagnet

Diese individuell gestalteten Promos-Glücksräder sind ein wirkungsvolles Promotion-Tool für Messen, Verkaufsflächen und Events. Sie ziehen Aufmerksamkeit auf sich, weil Bewegung, Farben und Interaktion deutlich stärker wirken als klassische Werbemittel. Das Drehen des Rads **schafft spielerische Momente**, fördert positive Emotionen und bleibt nachhaltig im Gedächtnis. Gleichzeitig verwandelt das Konzept Passanten in aktive Teilnehmer und erleichtert den Einstieg in Gespräche. Unternehmen können das Glücksrad gezielt zur Lead-Generierung einsetzen, etwa durch die Abfrage von Kontaktdaten oder Feedback vor dem Dreh. Inhalte, Gewinne und Gestaltung lassen sich vollständig an das jeweilige Branding anpassen.

PSI 61147 • PROMOS Marketing d.o.o.
Tel +386 41367272 • info@promowheelfoffortune.com
www.promowheelfoffortune.com





Energie für unterwegs

Die Stromkonserve von Troika ist eine kompakte 3-in-1-Powerbank, die Smartphones, Kopfhörer und Smartwatches kabellos, per MagSafe oder klassisch per Kabel lädt. Mit 5000 mAh Kapazität liefert sie **Energie für bis zu 24 Stunden** und bleibt dabei dünn und leicht. Ein ausklappbarer Metallständer erlaubt horizontales oder vertikales Aufstellen des Smartphones während des Ladevorgangs. Eine LED-Anzeige informiert über den Ladestand, ein integriertes USB-C-Schnellladekabel mit 20 W Power Delivery sorgt für kurze Ladezeiten.

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

Frostfreie Werbebotschaft

Praktisch, nützlich und mit einem Extra an Komfort: Der Eiskratzer mit gefüttertem Handschuh von HEPLA bringt clevere Funktionalität auf winterliche Straßen. Seine transparente, extrabreite Kratzkante **schafft zuverlässig freie Sicht**, während das weiche Innenfutter kalten Fingern den Garaus macht. In Rot, Blau oder Schwarz erhältlich, wird er schnell zum unverzichtbaren Begleiter im Auto. Unternehmen können den Handschuh-Eiskratzer zudem mit Logo oder Slogan im Tampondruck veredeln lassen – eine große Werbefläche macht es möglich. So wird aus einem simplen Alltagshelfer ein langlebiger Werbeträger, der Marken im Gedächtnis hält und täglich im Einsatz ist. Für frostige Zeiten bestens gewappnet, verbindet dieses Werbemittel Funktionalität mit einer sympathischen Botschaft.

PSI 41583 • HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG.
 Tel +49 5681 9966 • info@hepla.de
www.hepla.de





Schreiben in Balance

Prodir lanciert mit dem MS8 in 2026 sein erstes Schreibgerät aus Aluminium seit Jahrzehnten und zugleich das Debütmodell der neuen M Serie. Der MS8 vereint die langjährige Designkompetenz und Materialinnovation des Unternehmens mit der raffinierten Stärke von Aluminium für den täglichen Einsatz. Aluminium, seit jeher Teil der Schweizer Geschichte, steht für Präzision, Leichtigkeit und Langlebigkeit und damit für dieselben Werte, die das Schweizer Design prägen. Zudem ist das Metall **unbegrenzt recycelbar**, ohne Qualitätsverlust, und benötigt beim Recycling nur rund fünf Prozent der Energie im Vergleich zur Primärproduktion. Der MS8 verfügt über ein ausgewogenes Gehäuse aus Aluminium, ergänzt durch einen Clip mit Satin-Finish und einen Druckknopf aus Metall. Das Ergebnis ist ein Schreibgerät, das solide und dennoch leicht wirkt, anspruchsvoll und funktional – ein Ausdruck von Prodirs Materialkompetenz. Erhältlich in sechs eloxierten Farben, Silk, Silver, Graphite, Deep Red, Cobalt Blue und Canyon Orange, zeigt der MS8, wie Farbe und Oberfläche Metall in ein elegantes, haptisches Erlebnis verwandeln können. Die Oberfläche ist angenehm glatt, die Proportionen präzise ausbalanciert für komfortables und kontrolliertes Schreiben. Marken können ihre Materialdifferenz mit einem bis zu fünffarbigen Druck auf dem Clip kommunizieren oder für ein höheres Maß an Ausdruck mit einer Lasergravur auf Clip und Clipseite. Auch der MS8 nachfüllbar und mit der leistungsstarken Floating Ball® Lead Free-Mine. Die schadstoffarme Tinte garantiert langanhaltendes Schreibvergnügen.

PSI 42332 • Prodir Pagani Pens SA
Tel +41 91 9355555 • sales@prodir.ch
www.prodir.com

Robuster Allrounder für jeden Tag

Die VASAD Essential Bag EVA Shopper von SL Bags positioniert sich als zeitgemäße Design-Alternative zu Kunststoffverpackungen, Säcken und klassischen Give-aways.

Die Tasche überzeugt durch ihr robustes, standfestes Material und eine klare, funktionale Formensprache. Sie ist **besonders pflegeleicht**: Schmutz lässt sich abwischen, Flüssigkeiten ziehen nicht ein.

Mit ihrem großzügigen Innenraum eignet sie sich für Einkäufe ebenso wie für Sport, Strand, Sauna oder Freizeit. Sie ist in Orange, Braun, Sand, Navy und Olivgrün erhältlich. Optional erhältliche Anstecker ermöglichen eine individuelle Gestaltung.

PSI 48301 • VASAD (By SL BAGS)
Tel +31 575 510077 • info@slbags.com
www.slbags.com



Heimat der Branche: Wo Ideen zu Hause sind



raußen Schnee und Eis, drinnen im Haus pulsierte die Werbeartikelbranche: So präsentierte sich die PSI 2026. Geschäftig, gut, konzentriert – Händler, Lieferanten, Veredler sowie Agenturen im Gespräch auf Augenhöhe. Kein Getöse, kein Digital-Hype, sondern echte Produkte, klare Aussagen, verlässliche Handschläge. Genau so beginnt ein Jahr: Miteinander und füreinander, Qualität vor Lautstärke.

Trotz Wintereinbruch blieb die Energie hoch: Rund 600 Ausstellerinnen und Aussteller sowie 9.735 Besucherinnen und Besucher aus 68 Ländern füllten drei Hallen und die Sonderflächen, sammelten Inspirationen und nahmen neue Impulse mit. Im Mittelpunkt stand, was man sieht und anfasst: Material, Verarbeitung, Wirkung.

PSI ist die Heimat der Branche – hier finden sich alle wieder, die haptische Werbung gestalten und vorantreiben. Die Messe, als zentrale Plattform für Werbeartikel, Incentives und Merchandising, vereint die Vielfalt und Innovationskraft unserer Branche unter einem Dach. In dieses lebendige Treiben passt Künstliche Intelligenz – als Werkzeug, nicht als Allheilmittel. In den Vorträgen der PSI Academy war KI präsent, und viele Unternehmen integrieren sie bereits wirksam in ihre Prozesse. Ziel bleibt stets dasselbe: besser entscheiden, schneller umsetzen, Qualität sichern.

Ebenso selbstverständlich: Nachhaltigkeit. Fragen nach Lieferketten, Produktionsort und Veredelung gehören heute zum Standard – oft mit der erfreulichen Antwort: viel Wertschöpfung in Europa. Verantwortung wird messbar, ohne den Kontakt zum Produkt oder zur Kundin und zum Kunden zu verlieren.

Ein besonderer Moment, der unsere Weiterentwicklung, Teamgeist und Vielfalt sichtbar machte: der Guinness-Weltrekord. 511 Marken, über 250 Produkte, eine gemeinsame Präsentation – ein Marken-Mosaik, das zeigt, wozu unsere Community fähig ist, wenn sie zusammenarbeitet. Dieses Bild steht für das, was die PSI seit Jahrzehnten ausmacht: Leistungsschau und Netzwerk in einem – eine Bühne, auf der Substanz zählt: Produkte, Prozesse, Menschen.

Und wir gehen weiter: Nach vielen Jahren in Düsseldorf zieht die PSI vom 12. bis 14. Januar 2027 nach Köln. Neue Stadt, neues Gelände, neue Impulse – oder, um im Bild zu bleiben: eine neue Heimat, die Platz für Wachstum und neue Ideen schafft. Ich freue mich darauf, Sie dort zu begrüßen und gemeinsam an unseren nächsten Projekten zu arbeiten.

Ihre

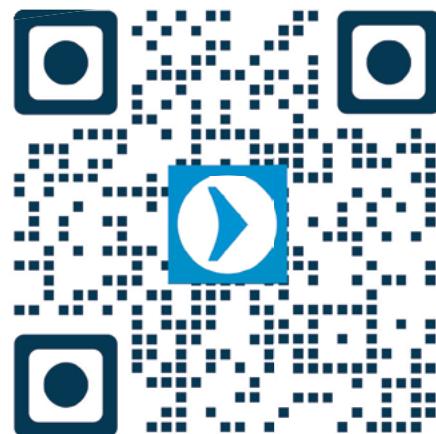
Petra Lassahn
Director PSI

PSI MEDIA GUIDE

PSI



DOWNLOAD
NOW!



In the business of
building businesses



Praktisch. Persönlich. Präsenzstark.

Werbeartikel der Bereiche „Getränke, Trinkgefäße, Tischkultur und Haushalt“ sowie „Bürobedarf, Schreibgeräte und Kalender“ stehen im Mittelpunkt der nächsten Ausgabe. Sie verbinden Alltagstauglichkeit mit nachhaltiger Markenpräsenz, begleiten Menschen in privaten wie beruflichen Momenten und schaffen dadurch besonders viele Kontaktpunkte mit der werbenden Marke. Ob Trinkflasche, Kaffeebecher oder hochwertiges Küchenaccessoire – Produkte rund um Genuss, Ordnung und Versorgung werden regelmäßig genutzt und positiv wahrgenommen. Ihre Qualität, Haptik und ihr Design zählen direkt auf das Markenimage ein und fördern emotionale Bindung. Auch im Büroalltag überzeugen Werbeartikel durch Funktionalität und Beständigkeit. Schreibgeräte, Notizlösungen oder Kalender sind verlässliche Begleiter im Arbeitsprozess und stehen für Struktur, Verlässlichkeit und Professionalität. Sie sorgen dafür, dass Markenbotschaften täglich präsent sind – dezent, aber wirkungsvoll. Gerade langlebige Produkte schaffen Vertrauen und unterstreichen den Wert der Marke.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe April 2026 des PSI Journals, die sich den Themengruppen „Taschen, Reisegepäck und Lederwaren“ sowie „Ökologische und nachhaltige Produkte“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 20. Februar 2026 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

Bunter Abschied und Vorfreude



Die PSI in Düsseldorf ist Geschichte, aber im kommenden Jahr beginnt ein neues Kapitel mit dem Start von Europas Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising vom 12. bis 14. Januar 2027 in den Hallen der Koelnmesse. Unser Redaktionsteam hat Stimmen und Eindrücke der letzten Düsseldorfer PSI gesammelt, die wir in einem bunten Rückblick in der Märzausgabe zusammenfassen.

Neue Maßstäbe in der Textilveredelung



Einsatz, um den langfristigen Partikelrückstand synthetischer Mikrofasern in der Umwelt zu verringern. Wir stellen die nachhaltigen Linien vor.

Impressum



In the business of building businesses

**Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von
PSI Promotional Product Service Institute**

RX Deutschland GmbH
Johannstraße 1, 40476 Düsseldorf
Tel.: +49 211 90191-0
Telefax: +49 211 90191-180
Internet: www.psi-network.de

Herausgeber: Petra Lassahn

Geschäftsleitung: Rachel Travers, Michael Köhler, Ivo Sklenitzka

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

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

Redaktion: Martin Höchemer, Christian Jacob, Jutta Menzel, Dagmar Brandt, Simon Dietzen

Chef vom Dienst: Martin Höchemer

Objektleitung: Simon Dietzen

Anzeigenverkaufsleitung: Marlene Ramos

Cross Media Sales

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

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

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

Regionale Kontakte

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

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

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

Türkei: Istexpo
Sevinc Abdullayeva, sevinc@istexpo.com

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

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

Layout: Stephan Weiß (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

REX Germany



Bei uns ist alles Gold, was glänzt.

Echte Messedaten tragen dieses Zeichen:



Nur mit echten Argumenten punkten. Das ist unser Ziel. Denn auf Messen, die von uns zertifiziert wurden, ist Verlass: Wieviele Besucher gab es? Welche berufliche Stellung haben sie? Wieviele treffen Einkaufsentscheidungen? Wir liefern die Antworten. Prompt. Übersichtlich. Genau. Für rund 300 Messen und Ausstellungen.



8041 – EINFACH DAIBER.

www.daiber.de

daiber