

PS1 JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

März 2026

65. Jahrgang

Anzeige

Tritanbox *Triva*

- ✓ Geschmacks- und geruchsneutrales Tritan™.
- ✓ Praktische Trennschale zum Rausnehmen.
- ✓ Dichter Verschluss dank Silikonrand.
- ✓ Recyclingfähiges Material.



Qualität
Made in
Germany.



► **PSI**

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

Messeplätze
Köln

SAVE THE DATE
12 - 14 JAN 2027

BIS NÄCHSTES JAHR IN KÖLN!

PSI JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

März 2026

65. Jahrgang

Product Guide

Getränke, Trinkgefäße,
Tischkultur, Haushalt
Bürobedarf, Schreibgeräte,
Kalender

GWG

Pressekonferenz

Wissenschaftliches Fachbuch zu
Werbeartikeln vorgestellt

Branche

Unternehmen, Ereignisse,
Märkte

Fruit of the Loom

Zwei Linien, ein nachhaltiger
Auftritt

PSI 2026

**Optimistisch und
kreativ** ins neue Jahr



uma RECYCLED PET PEN CORE

SUSTAINABLE
AT THE
CORE

CORE

Scannen und
entdecken was den
uma CORE so
besonders macht.



GERMAN
**INNO
VATION**
AWARD '26
NOMINEE

uma-pen.com



Editorial

Frühling der Ideen

Was bewegt die Werbeartikelbranche im Frühjahr 2026? Ein Blick in diese Ausgabe des PSI Journals zeigt: Es ist die Vielfalt an Innovationen, Stimmen und Perspektiven, die unsere Branche prägen. Der erweiterte Rückblick auf die PSI macht deutlich, dass die Messe der Impulsgeber zum Jahresbeginn ist – ein unverzichtbarer Treffpunkt, der weit mehr als nur Produkte und Ideen in der Branche weiterträgt.

Aussteller und Besucher berichten, wie sie die Messe erlebt haben, welche Trends sie erkennen und mit welchen Erwartungen sie ins neue Jahr starten (Seite 6). Und natürlich kommen dabei auch die Werbeartikelinnovationen nicht zu kurz! Die Bandbreite reicht von individuellen Sneaker-Konzepten über preisgekröntes Toilettenpapier bis hin zu nachhaltigen Markenerlebnissen – ein Spiegel der Kreativität und Innovationskraft.

In gewohnter Weise widmet sich die Redaktion des PSI Journals in dieser Ausgabe zwei unterschiedlichen Werbeartikelsortimenten: Zum einen Trinkgefäßen, Tischkultur und Haushaltsartikeln (Seite 30). Also Werbeartikeln, die für Genuss und Markenbindung im Alltag stehen. Zum anderen der Warengruppe Bürobedarf und Schreibgeräte (Seite 54), die als verlässliche Begleiter Struktur und Präsenz schaffen.

Ein weiteres Highlight ist die Unternehmensvorstellung von Fruit of the Loom (Seite 70), die mit ihren neuen Sweat-Linien und der CiCLO®-Technologie Maßstäbe in Sachen Nachhaltigkeit und Textilveredelung setzt. Transparenz und Verantwortung stehen auch bei SL BAGS (Seite 49) im Fokus: das Unternehmen schafft mit dem digitalen Produktpass einen neuen Standard für Nachvollziehbarkeit und CO2-Bilanzierung. Wie lebendig und zukunftsorientiert die Branche ist, beweist nicht zuletzt die Rekordbeteiligung bei der Schuelbe Hausmesse in Nürnberg (Seite 51).

Junge Impulsgeberinnen und Impulsgeber kommen ebenfalls zu Wort (Seite 26): Die GWW Young Professionals setzen mit neuen Ideen, Netzwerkformaten und praxisnaher Weiterbildung frische Akzente und machen deutlich, wie wertvoll der Dialog zwischen den Generationen für die Zukunft der Werbeartikelwirtschaft ist.

Diese Ausgabe des PSI Journals ist damit ein Kaleidoskop der Branche – facettenreich, praxisnah und voller Inspiration. Oder anders ausgedrückt: ein Frühling der Ideen.

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

www.prodir.com
open.prodir.com

EDITORIAL	1
INHALT	2
TRENDS & BRANDS	4
PSI 2026	
Innovations-Hotspot PSI: Optimistisch und kreativ ins neue Jahr	6
GWW Young Professionals auf der PSI: Junge Impulsgeber mit Branchenblick	26
PRODUCT GUIDE	
Getränke, Trinkgefäße, Tischkultur, Haushalt	30
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	48
Start ins Veranstaltungsjahr des GWW: Frühjahrs-TREND flankiert Fachbuch-Präsentation	52
PRODUCT GUIDE	
Bürobedarf, Schreibgeräte, Kalender	55
UNTERNEHMEN	
Fruit of the Loom: Zwei Linien, ein nachhaltiger Auftritt	70
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	72
MEINUNG	74
VORSCHAU – IMPRESSUM	76



SUN. STYLE. LOLA.

Fransentasche Lola – Stylish, farbenfroh und nachhaltig

Die Strandtasche Lola ist der perfekte Begleiter für Sommer, Sonne und gute Laune. Ob Strand, Park oder City, mit ihrem trendigen Design, farbigen Henkeln und lässigen Fransen versprüht sie echte Ibiza-Vibes.

Erhältlich in leuchtenden Neonfarben oder klassisch in Natur, Navy, Grau und Schwarz, passt sich Lola jedem Stil an. Gefertigt aus robuster 390 g/m² Baumwolle (Organic-, Fairtrade- und OEKO-Tex-zertifiziert) bietet sie mit Reißverschluss, praktischem Innenfach und großzügigem Stauraum Platz für alles Wichtige.

Ideal für Sieb- oder Transferdruck sowie Prägung, perfekt für Marken, Logos oder sommerliche Statements.

Lola – dein stylischer Sommerbegleiter.



www.misterbags.de

NEU!



PSI 2026: Optimistisch und kreativ ins neue Jahr

6

Weit über 60 Jahre ist die PSI schon der unersetzliche Branchentreffpunkt und Impulsgeber zum Jahresbeginn. Das hat Europas größte Messe für Werbeartikel, Incentives und Merchandising auch 2026 wieder eindrucksvoll gezeigt: Vielseitig und voller Highlights präsentierte sie sich als kommunikative und inspirierende Plattform der internationalen PSI-Community.

Junge Impulsgeber mit Branchenblick

26

Auch eine traditionsreiche Branche wie die Werbeartikelwirtschaft entwickelt sich ständig weiter und lebt von stetig neuen, zukunftsfähigen Impulsen. Akzente in diesem Feld zu setzen haben sich die GWW Young Professionals auf die Fahne geschrieben. Ihr Engagement für die Branche demonstrierten sie auf der PSI.



Praktisch. Persönlich. Präsenzstark.

30+54

Werbeartikel der Bereiche „Getränke, Trinkgefäße, Tischkultur und Haushalt“ sowie „Bürobedarf, Schreibgeräte und Kalender“ stehen im Mittelpunkt unserer Produkttrubiken. Sie verbinden Alltagstauglichkeit mit nachhaltiger Markenpräsenz, begleiten Menschen in privaten wie beruflichen Momenten und schaffen dadurch besonders viele Werbemöglichkeiten.



Frühjahrs-TREND flankiert Fachbuch-Präsentation

52

Am 27. Januar startete das Veranstaltungsjahr des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) mit der Fachhändlermesse TREND im Forum der Messe Frankfurt. In einer Pressekonzferenz zu Beginn des Veranstaltungstages wurde die erste wissenschaftliche Arbeit zum Thema Werbeartikel vorgestellt.



Glasklares Trinkvergnügen

Diese Glashalmsets aus deutscher Produktion gibt es einzeln und als 2er oder 4er Set in personalisierter Kartonverpackung. Sie sind ausgesprochen stabil und vor allem umfassend zertifiziert. 26 Farben treffen das Corporate Design mit Sicherheit und ab 2026 sind auch Länderversionen in Schwarz/Rot/Gold oder Rot/Weiss/Rot erhältlich.

ecobrand's respectful distribution gmbh

www.ecobrand's.promo

PSI 60236

GLASKLARE (WERBE) VORTEILE ÜBERZEUGEN

In einer Welt permanenter Reizüberflutung müssen Marken schnell, präzise und glaubwürdig kommunizieren. Glasklare Werbeartikel – aus Acryl, Glas oder transparentem Kunststoff – treffen genau diesen Nerv. Sie wirken modern, hochwertig und ehrlich. Ihre größte Stärke: Sie drängen sich nicht auf, sondern lassen die Marke für sich sprechen.

Transparenz steht sinnbildlich für Offenheit. Ein glasklarer Kugelschreiber, eine durchsichtige Kaffeetasse oder ein Acryl-Organizer signalisieren: Wir haben nichts zu verbergen. Das zählt unmittelbar auf Markenwerte wie Vertrauen, Qualität und Zeitgeist ein. Transparente Materialien wirken leicht, präzise und designorientiert.

Das gilt zum Beispiel auch für Acryl-Schlüsselanhänger mit Lasergravur, transparente Trinkflaschen mit Farbakzent oder durchsichtige Kosmetiktaschen. Der besondere Reiz glasklarer Werbeartikel liegt in ihren vielfältigen Veredelungsoptionen. Logos können gedruckt, graviert oder als 3D-Element integriert werden.

Diese Tasse wird zum Liebling

Die Lieblingstasse auf dem Schreibtisch trägt ihre Werbeaussage schon im Namen: Da wird es uns gleich warm ums Herz und das klare Design verrät auf den ersten Blick, was und wieviel in der Tasse noch auf uns wartet. Gleichmaßen gilt das auch für die aus dieser Serie erhältlichen Longdrink-Gläser.

Böckling GmbH & Co. KG

www.boeckling.de

PSI 41435

**Heiß und kalt aus einem Becher**

Gleichmaßen für heiße wie auch für kalte Getränke eignet sich dieser formschöne Tumbler. Seine robuste Edelstahl-Außenschale schützt den herausnehmbaren klaren Borosilikat-Glaseinsatz. Der Silikonring setzt neue Maßstäbe in Sachen Alltagshygiene, Nachhaltigkeit und Langlebigkeit bei einem Fassungsvermögen von 550 Millilitern.

S.E.A. GmbH – MR SOURCING

www.s-e-a.at

PSI 45782





JN1377 — EINFACH DAIBER.

www.daiber.de

daiber

Weit über 60 Jahre ist die PSI schon der unersetzliche Branchentreffpunkt und Impulsgeber zum Jahresbeginn. Das hat Europas größte Messe für Werbeartikel, Incentives und Merchandising auch 2026 wieder eindrucksvoll gezeigt: Vielseitig und voller Highlights präsentierte sie sich als kommunikative und inspirierende Plattform der internationalen PSI-Community.

Innovations-Hotspot PSI 2026

Optimistisch und kreativ ins neue Jahr



Die PSI als internationale Branchenplattform ist seit jeher mehr als eine Messe. Im Januar trafen sich hier wieder Werbeartikelprofis aus aller Welt zum ersten Meinungsaustausch des Jahres und informierten sich über Produkte, Ideen und Lösungen für jede Marketingstrategie. Die PSI spiegelt immer auch den Markt und die wirtschaftliche Lage wider und hat schon so oft in ihrer Geschichte als Fels in der Brandung Halt und Orientierung in schwierigen Zeiten gegeben. Auch 2026 war die Stimmung positiv, der Blick nach vorne gerichtet. Denn wer diese lebendige, farbenfrohe Messe erlebt, so viel Schönes, Ausgefallenes und Kreatives sieht und sich im internationalen Netzwerk zuhause fühlt, spürt die Kraft einer Branche, die schon so manchem Sturm getrotzt hat. Diese letzte PSI in Düsseldorf überzeugte einmal mehr mit

Qualität, Vielfalt und Innovationskraft und diesem typischen PSI-Messefeeling, das alle kennen, aber nur schwer beschreiben können. Dies alles wird die PSI im kommenden Jahr an ihren neuen Standort Köln mitnehmen. Viele Aussteller kommen mit nach Köln, sie freuen sich auf neue Chancen und sind bereit, „ihre“ PSI mit zu gestalten und zu entwickeln. Wir freuen uns auf Köln und alle, die uns dorthin folgen!

Auf den folgenden Seiten kommen Aussteller und Besucher zu Wort, die erzählen, wie sie die Messe erlebt haben, was sie bewegt und wie sie in die Zukunft blicken. Immer wieder beeindruckend ist die Fülle an Innovationen und Ideen, mit denen Lieferanten die Branche auch auf dieser PSI begeistert haben. Ein Rückblick mit vielen optimistischen Ausblicken.



Die neue Standkonzeption der CHOICE-Gruppe vermittelt ein harmonisches Ganzes.

CHOICE-Gruppe

Harmonischer Auftritt spannender Neuheiten

Ebenso treue wie wichtige Aussteller der PSI Messe sind die Schwesterunternehmen der CHOICE-Gruppe. Und eine ebenfalls gute Tradition ist der Empfang der fünf Spezialisten Gustav Daiber, Fare, Halfar, mbw und SND PorzellanManufaktur am Gemeinschaftsstand der Gruppe, der zum PSI-Messefinale am Standort Düsseldorf mit neuer Gestaltung aufwartete. Die offene Anmutung der Standkonzeption vermittelte den Eindruck eines harmonisch-organischen Ganzen – geradewegs so, als handle sich nicht um den Auftritt von fünf, sondern dem eines einzigen Ausstellers mit fünf verschiedenen Produktbereichen, in denen es auch diesmal wieder spannende und kreative Kollektionen mit zahlreichen Innovationen zu erkunden gab. Gemeinsam mit den anwesenden Medienvertretern der Fachpresse stieß man in entspannter Atmosphäre am Abend des zweiten Messtages auf eine erfolgreiche PSI und weiterhin gute Zusammenarbeit an.



Die CHOICE-Geschäftsleitungen beim Gruppenbild (v.l.): Armin Halfar, Kathrin Stühmeyer-Halfar (Halfar System), Jan Breuer (mbw), Silke Eckstein (SND), Kai Gminder (Gustav Daiber), Volker Griesel (Fare), Christof Kunze (Gustav Daiber) und Michael Wellner (Halfar System).



cyber-Wear/URWAHN gehen neue Wege

Marke und Mobilität neu gedacht

Gemeinsam mit URWAHN, einem der innovativsten Bike Hersteller Europas, startete cyber-Wear, die Merchandising-, Design- und Promotionsagentur mit Hauptsitz in Mannheim, auf der PSI 2026 eine Partnerschaft, die bewusst über klassische Kooperationen hinausgeht. Sie steht, laut cyber-Wear, „für einen gemeinsamen Anspruch, Marken nicht nur sichtbar, sondern auch erlebbar zu machen und dabei Produkte nicht nur zu gestalten, sondern ihnen Haltung, Sinn und Identität zu geben“. Mit der offiziellen Präsentation von zwei exklusiven Konzeptbikes auf Basis von The Hap und cyber-Wear beginnt eine Zusammenarbeit die Technologie, Design, Nachhaltigkeit und Markenführung in einem neuen Kontext zusammenführt. „Es ist der Schulterschluss zweier Unternehmen, die aus unterschiedlichen Welten kommen und sich dennoch begegnen“, so cyber-Wear CEO Steven Baumgaertner.



Eins der beiden URWAHN Konzeptbikes die bei der PSI auf Basis von The Hap und cyber-Wear zu sehen waren.

URWAHN steht für radikale Innovation: 3D-gedruckte Stahlrahmen, konsequent urban gedacht, nachhaltig produziert und modular aufgebaut. Bikes, die nicht nur Fortbewegungsmittel sind, sondern Ausdruck einer Haltung zu Mobilität und Zukunft.

„Wir blicken zuversichtlich auf das Jahr 2026.“

Alexander Czech, Sanders Imagetools

Wir hatten einen stark frequentierten Stand, führten intensive Gespräche mit Bestandskunden, entdeckten viele neue Projektmöglichkeiten, bekamen viel Zuspruch für unsere Produktneuheiten – und insgesamt sind wir subjektiv sehr zufrieden, wenn auch seitens der Besucher und Aussteller teilweise Gegenteiliges zu hören war. Im

Fokus standen unsere neuen Augenpads, die auf große Begeisterung stießen, sowie Logistik und Mindestmengen bei Getränkedosen, die neue Möglichkeiten für Händler eröffnen. Der Messeauftakt stimmt uns positiv und wir blicken zuversichtlich auf das Jahr 2026, wissen aber, dass die globale Nachrichtenlage die Stimmung weiter beeinflussen wird. Was den Wechsel der PSI nach Köln betrifft, können noch kein finales Urteil fällen und warten das erste Jahr ab. Der Standort allein ist sicherlich nicht ausschlaggebend für den Erfolg der Messe, denn viele weitere Faktoren sind entscheidend für einen reibungslosen Wechsel nach Köln.



FACHBESUCHER

„Es gibt immer interessante Neuheiten.“

Corvin Motz, Source GmbH

Ich bin jetzt zum dritten Mal hier und jedes Mal wird die Messe größer und größer. Es ist auch immer interessant zu sehen, wie viele Neuheiten es gibt. Für uns ist die PSI-Messe eine tolle Gelegenheit, mit unseren Partnern in Kontakt zu treten.





„Zusammen können wir viel bewegen“

Martin Gauger, Promokick GmbH

In Halle 11 hatten wir einige Neukontakte, die sich im Bereich der Newcomer von außergewöhnlichen und neuen Produkten inspirieren ließen. Wetterbedingt fehlten uns aber doch einige Besucher. Wir sehen die PSI weiterhin als Branchen-Auftakt zum neuen Jahr.

Der Fokus lag auf unseren Protorio Arbeitshandschuhen. Die konsequente Weiterentwicklung der Profi-Linie mit einer großen Farbauswahl stieß auf großes Interesse. Nicht nur im Bereich Workwear, auch im Giveaway-Bereich verzeichnen wir Zuwächse. Wir freuen uns auf ein spannendes, auch herausforderndes 2026. Die guten Gespräche haben uns umso mehr motiviert, unsere Händler gezielt mit aller Kraft zu unterstützen. Sie sind es, die in einem sich stark verändernden Umfeld kreativ und fleißig sind. Zusammen können wir viel bewegen.



„Glasideen für Generationen gedacht“

Dirk Müller, LEONARDO/glaskoch B. Koch jr. GmbH + Co. KG

Trotz der herausfordernden Wetterlage fanden viele Besucherinnen und Besucher den Weg nach Düsseldorf. Unser neues Stand-design kam sehr gut an, insbesondere die Fotowand wurde intensiv genutzt. So konnten wir klar zeigen, wofür glaskoch und die Marke LEONARDO stehen: 100 Prozent Glas, 100 Prozent Design. Mit der Verbindung von Design und Nachhaltigkeit entwickeln wir Glasideen, die zeitlos, stilvoll und praktisch sind – und Generationen überdauern.

Auf der PSI haben wir erstmals den neuen RIGATO To-go-Glasbecher für den Werbemittelmarkt vorgestellt. Die Neuheit trifft den Nerv der Zeit, da sie Designanspruch, Alltagstauglichkeit und Markenwirkung vereint. Ein klarer Trend ist zudem die Nachfrage nach ganzheitlichen Designkonzepten statt reiner Logoplatzierung. Leonardo unterstützt dies mit individuellen Layouts – so entstehen langlebige Werbemittel mit echtem Mehrwert und nachhaltigem „Pure Branding“.



Die wirtschaftliche Lage ist zwar weiterhin angespannt, dennoch sind wir überzeugt, dass wir mit langlebigen Produkten, die dem Nachhaltigkeitsgedanken entsprechen, gut aufgestellt sind. Unsere Glasideen sind für Generationen gedacht – und genau darauf setzen wir auch 2026. Deshalb blicken wir trotz aller Herausforderungen optimistisch in die Zukunft.

Die PSI hat einen klaren internationalen Anspruch, dem auch der kommende Messeort Köln in jeder Hinsicht gerecht wird. Wir sind überzeugt, dass der Städtewechsel ein Gewinn für die Messe sein wird und die PSI dort ihre Position weiter stärken kann.

„Sonderfarben werden dauerhaft günstig.“

Michael Gleich, Klio eterna



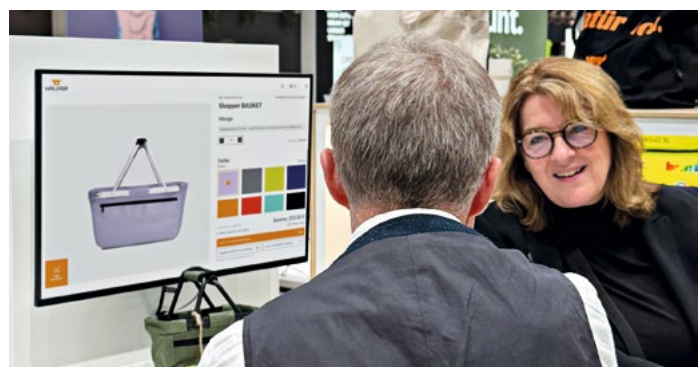
Am gut besuchten Stand gab uns Geschäftsführer Michael Gleich ein kurzes Update der Leistungen des Schwarzwälder Schreibgeräteherstellers. Boa Wood, der Kugelschreiber bestehend aus biobasiertem Kunststoff aus nachwachsenden Rohstoffen, hat sich zum echten Renner entwickelt.

Hier wird Nachhaltigkeit konsequent gedacht, denn bei der Produktion wird unter anderem Holzfaserabfall der regionalen Sägeindustrie eingesetzt. In sieben Farben gibt es den Boa Wood inzwischen. Am Messestand besonders beworben wurde das jüngste Angebot von Klio: Für bestimmte Modelle sind Sonderfarben/Pantone Farben schon ab 3000 Stück möglich, und das nur für 300 Euro Aufpreis. Michael Gleich bestätigte, was Kunden des Unternehmens mit über hundertjähriger Geschichte längst wissen und schätzen: „Wir arbeiten stetig daran, dem Kunden Neues zu bieten, unter anderem werden wir die Modellpalette und besonders das Recycling-Sortiment erweitern.“

Halfar System

Positives PSI-Messe-Fazit: HALFAR® stellt neuen Online-Konfigurator vor

Auch für Halfar war es wieder eine erfolgreiche PSI-Messe. Der mit den Schwestern der CHOICE-Gruppe – FARE, SND, mbw und Daiber – gemeinsame Messestand war an allen Messetagen sehr gut besucht und geprägt von zahlreichen intensiven Gesprächen mit Kunden und Interessenten aus dem Werbemittelhandel. „Das große Interesse bestätigte einmal mehr unsere starke Marktposition als Taschenspezialist“, so die Einschätzung von Geschäftsführer Armin Halfar. Neben den Produktneuheiten stieß



Kathrin Stühmeyer-Halfar im Beratungsgespräch bei der Vorstellung des neuen Online-Konfigurators. Bild: Halfar System GmbH

„Wir stehen für Qualität, innovatives Design und Nachhaltigkeit.“

Christoph Biegel, Nester-matho

Der neue Claim am Messestand „Design brands inspiration“ verrät treffend die Überzeugung des Unternehmens aus Baden-Baden: Nur außergewöhnliches, schlichtes Design in Kombination mit kompromissloser Qualität und echter Nachhaltigkeit verhilft Marken zu einem gebührenden Auftritt auf der Werbebühne. Christoph Biegel, Product- und Purchasing Manager bei Nester-matho, steht zusammen mit der Geschäftsleitung Karin und Peter Pfrommer voll und ganz hinter dieser Strategie, bei der Produktsicherheit ganz vorne steht. „Wir begreifen Produktverantwortung, die auf den EU-Regularien basiert, nicht als Last oder unnötige



Bürokratie, ganz im Gegenteil: Wer auf Sicherheit und Konformität setzt, bewirkt entlang der ganzen Lieferkette nur Positives – etwa Rechtssicherheit, geringere Reklamationsraten, Verbraucherschutz, Nachhaltigkeit durch den Einsatz sortenrein recycelbarer Materialien und Recyclaten oder auch plastikfreie, geschrumpfte Verpackungen.“ Der Aufwand, den dieses Bekenntnis zu Qualität und damit auch Langlebigkeit, innovativem Design und Nachhaltigkeit zweifellos erfordert, lohne sich auf jeden Fall, auch im Hinblick auf das Ziel langfristig zufriedener Kunden. Diese zeigten sich alle drei Messetage begeistert von dem intelligent aufeinander abgestimmten Sortiment. Die Initialzündung für dieses Konzept war übrigens ein Seminar des Designers und Produktsicherheitsexperten Lutz Gathmann, dem langjährigen Mitglied und Initiator des PSI Design Forums, erzählt Christoph Biegel abschließend.

insbesondere die Präsentation der neuen, modernen Produktpages mit integriertem HALFAR® Konfigurator auf große Resonanz. Ab sofort können Kunden und Interessenten jederzeit online schnell, einfach und flexibel individuelle Gestaltungen erstellen sowie Angebote kalkulieren. Ein besonderes Plus für den Fachhandel: Händler haben die Möglichkeit, Konfigurationen im eigenen Namen für Dritte – also für ihre Kunden – umzusetzen und dabei individuelle Aufpreise zu hinterlegen. Halfar unterstützt seine Partner damit gezielt bei einer effizienten Angebots- und Verkaufsabwicklung. Der HALFAR® Konfigurator ermöglicht aktuell die Visualisierung und Kalkulation der Veredelungsarten Stick, Transferdruck und Siebdruck.

Das Feedback aus den Gesprächen auf der PSI-Messe fällt eindeutig aus: Die Nutzer zeigen sich begeistert von der hohen Benutzerfreundlichkeit und der Flexibilität des

Systems. Viele erkennen darin neue Chancen, Prozesse zu vereinfachen, schneller auf Kundenanfragen zu reagieren und zusätzliche Potenziale im Tagesgeschäft zu erschließen. „Mit dem neuen Konfigurator unterstreichen wir unseren Anspruch, neben hochwertigen und langlebigen Taschen auch innovative digitale Lösungen zu entwickeln, die den Werbemittelhandel nachhaltig und zukunftsorientiert unterstützen“, kommentiert Armin Halfar. <

FACHBESUCHER

„Die PSI ist ein Highlight und man kommt gerne hierher.“

Klaus Dittkrist, Cargo Seal

Auf der PSI gibt es immer einen super Austausch, die Leute sind gut gelaunt und man hört es ja auch immer wieder in den Gängen und an den Ständen: Die PSI ist ein Highlight in der Werbeartikelbranche und man kommt gerne hierher.



„Alle wichtigen Kunden waren da, trotz des winterlichen Wetters.“

Alexander Lange, Eurostyle

Eine positive Grundstimmung auf der Messe und alle wichtigen Kunden am Stand – Alexander Lange blickte zum Messeende positiv auf die drei Tage zurück. Wir haben uns die Highlights des Traditionsunternehmens zeigen lassen und waren wieder begeistert, vor allem von der Idee des Trolley-Rucksacks, der passend für jede Trolley-Größe zu haben ist. „Das ist ein Rucksack, der sicher am Trolley befestigt wird – für Wertsachen, Laptop oder Reiseutensilien – und mit einem Handgriff geteilt und als Rucksack getragen werden kann. Eine praktische Sache für alle, die viel auf Reisen sind und alles ordentlich und griffbereit haben möchten“, erklärt Geschäftsführer Alexander Lange. Für Ordnung sorgt auch der hochwertige Truck-Trolley aus Polycarbonat. Er ist so teilbar, dass bei geöffnetem Deckel ein eigenes Fach entsteht. Ideal für alle eiligen Reisenden, die nicht immer alles auspacken können. Auch wer es bunt und individuell mag, ist bei Eurostyle richtig, denn dort kann man elegante Alu-Koffer schon ab 300 Stück in jeder Farbe bestellen. Doch es geht auch noch persönlicher – indem man mit Eurostyle das Frontcover eines Trolleys individuell gestaltet und damit seinen eigenen Style kreiert. Bei allen drei Beispielen ist wieder einmal die perfekte Symbiose aus Style und Funktionalität gelungen. Ein Blick in den neuen Katalog oder auf die Website lohnt sich!



„Die PSI stärkt Beziehungen und schafft neue Impulse.“

Jenny Mangold, Kalfany Süße Werbung

Für uns war die PSI auch in diesem Jahr ein voller Erfolg. Wir haben viele gute Gespräche geführt – sowohl mit Bestandskunden als auch mit neuen Kontakten. Was die Messe für uns besonders wertvoll macht, ist die Möglichkeit, unsere Neuheiten direkt vor Ort zu zeigen und ehrliches Feedback zu erhalten. Gleichzeitig ist es ein schöner Anlass, sich endlich mal wieder persönlich zu begegnen – ob mit Kundinnen und Kunden oder innerhalb der Branche. Das stärkt Beziehungen und schafft neue Impulse.



Wie jedes Jahr konnten wir es kaum erwarten, unsere geschmacklichen Besonderheiten im Bereich Fruchtgummi zu präsentieren. Besonders gefreut haben wir uns, endlich unsere neue Delicious Edition 2026 „Blue Coconut“ sowie ein weiteres Highlight – die vegane saure Gurke – vorstellen zu dürfen. Die Reaktionen reichten von überrascht bis begeistert – genau das wollten wir erreichen. Darüber hinaus haben wir Produkte gezeigt, die dem wachsenden Wunsch nach bewussterem Naschen entsprechen: unser veganes Minus-80 Prozent-Zucker Fruchtgummi mit Beerengeschmack und die neue Papier-Werbedose, die vollständig über die Papiertonne entsorgt werden kann.

Was das Jahr 2026 betrifft, sind wir sehr zuversichtlich. In unserem Unternehmen stehen viele große Projekte an, mit denen wir unser Sortiment erweitern, unseren Service weiter verbessern und unsere Produktionskapazitäten – insbesondere im Bereich Fruchtgummi und Schokolade – gezielt ausbauen.

Wir freuen uns auf die Veränderung der PSI im kommenden Jahr. Köln bietet als Messestandort neue Chancen – logistisch, räumlich und in Bezug auf Reichweite. Die Vorbereitungen für 2026 laufen bei uns bereits und wir freuen uns darauf, viele bekannte Gesichter dort wiederzusehen. Für uns bleibt die PSI die wichtigste Messe, um direkt mit der Branche im Gespräch zu bleiben.

„Viele neue Kontakte geknüpft“

Jürgen T. Lücke, Hösteler Interior Design GmbH

Bei den Besuchern war eine positive Grundstimmung zu spüren. Wir haben viele neue inländische und ausländische Kontakte geknüpft. Allerdings haben unserer Meinung nach in Halle 9 größere deutsche Händler gefehlt. Die Besucherresonanz war am Mittwoch und Donnerstag ordentlich, aber am Freitag leider schwach. Für eine positive Branchenentwicklung wäre ein

deutlich positiver Stimmungsumschwung hilfreich, der zu Zuversicht, Wachstum und Nachfrage führt. Der wichtigste Vorteil des Standortes Köln ist der spätere Termin, der mehr Händler zu einem Besuch motivieren sollte.



PSI als wichtige Plattform für europäische Kontakte

Anna Nyhlin, Teko Tryck AB

Wir nehmen seit vielen Jahren an der PSI teil und betrachten die Messe als wichtige Plattform, um neue europäische Kunden zu erreichen und die Beziehungen zu unseren bestehenden Partnern zu stärken. Persönliche Treffen und starke Netzwerke sind ein wichtiger Bestandteil unserer langfristigen Geschäftsstrategie. Wir sind sehr zufrieden mit den diesjährigen Besuchern und den während der Messe generierten Leads. Das wichtigste Highlight war die Einführung von schwedischen Geschirrtüchern mit Digitaldruck in kleinen Stückzahlen, die sehr positiv aufgenommen wurde. Wir konnten auch ein deutliches Interesse an Geschenksets feststellen, die Geschirrtücher und Küchentücher mit einem Papierband kombinieren. Vor dem Hintergrund steigender Umweltaanforderungen und einer unsichereren globalen Lage rückt der Fokus zunehmend auf in Europa hergestellte und umweltfreundliche Produkte. In diesem Bereich sind wir gut positioniert, so dass wir positiv auf das kommende Jahr blicken. Wir freuen uns bereits auf die PSI in Köln 2027 und haben unsere Teilnahme gesichert.



Inkcups

Innovationen bei Direct-to-Object-Druck

Inkcups, weltweit agierender Anbieter von Direct-to-Object-Drucktechnologie, demonstrierte auf der PSI Messe die Vielseitigkeit des Direct-to-Object-Drucks für Werbeartikel, Merchandise-Produkte und Verpackungen. Besucher des Inkcups-Standes konnten sich über die vielfältigen Möglichkeiten der Flachbett- und zylindrischen Direktdruck- und Vorbehandlungsgeräte von Inkcups informieren und erfahren, wie Inkcups-Kunden die Direktdrucktechnologie nutzen, um ihr Geschäft zeitgemäß zu transformieren.

Der Fokus der Präsentation lag auf folgenden Punkten:

- Die neuesten Updates für Helix ONE®, darunter die Automatisierungssoftware Auto File, Barcode-Scanning, eine neue sprühbare Grundierung zur Verbesserung der Haftung auf pulverbeschichteten Produkten und eine kleinere Durchmesserfähigkeit, die den Durchmesserbereich der Maschine auf 33 mm bis 116 mm erweitert.
- Der kürzlich eingeführten X5-T High Throw UV-Flachbettdrucker, der den Farbauftragsabstand zwischen Druckkopf und Substrat vergrößert und so hochwertige, präzise Drucke auf konturierten, abgerundeten, leicht gekrümmten und unregelmäßig ge-

formten Objekten wie Tassen mit Henkeln, mehrstufigen Trinkgefäßen und Sportgeräten ermöglicht.

- Der zylindrische Direktdrucker Helix®, der über die preisgekrönte, zum Patent angemeldete Nano-Pin-Curing-Technologie von Inkcups verfügt. Das neue Verfahren ermöglicht das Bedrucken von transparenten, zylindrischen Gefäßen wie Glaswaren, durchsichtigen Plastikflaschen, Wein- und Spirituosenflaschen, Kerzenhaltern und verschiedenen Trinkgefäßen, ohne dass diese zuvor mit einer UV-blockierenden Substanz oder einem Füllstoff befüllt werden müssen.

Hendrik Koemans, European Sales Director bei Inkcups, kommentiert: „Unsere jüngsten Produkteinführungen, darunter Updates für den Helix ONE®, unsere preisgekrönte Nano Pin Curing-Technologie und unsere neue X5-T High Throw-Technologie, wurden alle entwickelt, um die Anwendungsmöglichkeiten des DTO-Drucks zu erweitern und die Produktion für unsere Kunden noch effizienter zu gestalten. Die PSI ist immer ein fantastischer Start ins neue Jahr und eignet sich hervorragend, um alte und neue Kunden aus der europäischen Werbeartikelbranche zu treffen.“



Der X5-T High Throw UV-Flachbettdrucker, der hochwertige, präzise Drucke auf konturierten, abgerundeten, leicht gekrümmten und unregelmäßig geformten Objekten ermöglicht.



Komplexe Technik vom Fachmann erklärt: Hendrik Koemans (li.) begrüßt einen Interessenten am Helix ONE®-Drucker.



„Die PSI ist der wichtigste Treffpunkt der Branche.“

Frédéric Misseri, Synneo, Frankreich

Die PSI ist der wichtigste Treffpunkt der Akteure aus der europäischen Werbeartikelwirtschaft. Hier gibt es zudem immer einen guten Überblick über die Trends der Branche, insbesondere produktseitig.

„Unsere kreativen Sockendesigns begeistern seit 2015.“

Erwina Styra, Skarpeta

Bunt, fröhlich und peppig – der Stand von Skarpeta war auf der PSI kaum zu übersehen und zog scharenweise neugierige Besucher an. „Socken, die rocken“ waren hier zu sehen, vom dynamischen Team gab es dazu sämtliche Infos, was ein Alltagsprodukt zum individuellen Werbebotschafter macht. Firmeninhaberin Erwina Styra erklärte uns, was „The Original since 2015“ bedeutet: „Wir brauchen keine runden Zahlen, um zu feiern, dass wir mit unseren kreativen Sockendesigns und Full-Service-Leistungen so gut in der Branche ankommen. Wir sind stolz auf unsere guten Kontakte und haben hier auf der PSI wieder viele neue hinzugewonnen.“



Vor 11 Jahren hat sich Erwina, die schon Branchenerfahrung mitbrachte, mit der Sockenidee selbständig gemacht, denn Socken mit Logo und Design nach Kundenwunsch gab es damals noch nicht. „PSI hat uns bei unseren ersten Schritten großzügig unterstützt und das hat uns sehr geholfen“. Wir erinnern

uns noch an ihren ersten Messeauftritt – ein Wäschegestell mit Socken, das war der Stand! Das sympathisch Improvisierte daran fiel auf und blieb im Gedächtnis: Das war der Startschuss für eine aufregende Entwicklung. „Wir möchten es dem Händler so einfach wie möglich machen, wir wollen begeistern mit Ideen, Qualität und Service“, so Erwina und nennt uns gleich ein Beispiel: Neuerdings gibt es bei Skarpeta auch Sets aus drei Socken – denn einer geht doch immer verloren.

FACHBESUCHER

„Die namhaften Branchenplayer sind dabei und die Stimmung ist gut.“

Klaus Baumhold, Vertriebskick

Ich freue mich, dass dieses Branchentreffen stattfindet, dass man zu Beginn des Jahres die Leute wie bei einem Familientreffen wiedersehen kann. Die namhaften Branchenplayer sind auch dieses Jahr mit schönen Ständen vor Ort und trotz der schwierigen Marktlage in guter Stimmung. Ein großes Thema sind Veredelungstechniken, bei denen sich durch Digital- und Direktdruck neue Möglichkeiten ergeben. Ein wichtiger Fokus liegt mittlerweile auf der kurzfristigen Lieferung – auch hinsichtlich der Veredelungsmöglichkeiten. Das wird vom Markt zunehmend gefordert. Entsprechend müssen wir den Kunden flexibel und kurzfristig Lösungen liefern können. Die bieten hier viele Hersteller an.





LEONARDO

Design trifft auf Nachhaltigkeit

Auch wieder Teilnehmer der PSI und Teil der starken Markenpräsenz im Rahmen der europäischen Leitmesse der Werbekartikelwirtschaft: das traditionsreiche Familienunternehmen glaskoch mit seiner Marke LEONARDO. Seit über 50 Jahren steht das Label für Tradition, Kreativität und Zuverlässigkeit dank höchster Qualität. Der Marke gelingt die Symbiose aus Design und Qualität in formvollendetem Glas. So sind LEONARDO-Gläser treue Begleiter im Alltag und genauso die richtige Wahl für besondere Momente. Neben der Beratung wirksamer Werbeaktivitäten sowie der individuellen Gestaltung der Gläser und Verpackungen übernimmt Leonardo für seine Kunden auch das komplette Drop-Shipment. Beim Glasexperten aus Bad Driburg kommt alles aus einem Haus. Kurze Wege, optimierte Prozesse und ein eingespieltes Team sorgen für eine rasche Abwicklung der Bestellungen und eine hohe Kundenzufriedenheit. Von den vielfältigen Qualitäten und Serviceleistungen des Unternehmens konnten sich auch die Besucher des neuen, komplett überarbeiteten und auffallend schönen Standes des Unternehmens überzeugen.

Der neue, komplett überarbeitete Stand von LEONARDO war attraktiver Anziehungspunkt für viele Besucherinnen und Besucher.

„Der Nutzen des Kunden steht im Fokus.“

Daniel und Stefanie Jeschonowski

Das war ein besonderer Anziehungspunkt am voll belegten Stand von Senator: Hier unternahmen mit VR-Brillen ausgestattete Standbesucher virtuelle Rundgänge durch die Produktionsstätten und schauten dort gespannt hinter die Kulissen. Das originelle Angebot soll Kunden die Herstellerkompetenz des Unternehmens demonstrieren und die Marken erlebbar machen, erklären Daniel und Stefanie Jeschonowski, die uns zum Jahresanfang über die jüngsten Entwicklungen informieren: Die klare Markenstrategie mit Konzentration auf die beiden Traditions-Marken Senator (1920) und Kahla (1844) wurde fortgeführt und sämtliche Prozesse aus Kundensicht auf den Prüfstand gestellt und optimiert. Eine stabile, sichere Datenbasis, Digitalisierung, die SAP-Einführung bei Kahla, das ist das Fundament, worauf Herstellerkompetenz und Verfügbarkeit ruhen – mit klarem Nutzen für den Kunden: „Wir sind deutlich schneller geworden und können Stückzahlen von 500 bis 2,5 Millionen liefern“, betont Daniel Jeschonowski. „Wir haben jedoch nicht nur die Kompetenzen für Großprojekte, sondern möchten unsere Marken zunehmend auch mit kleineren, flexiblen Projekten gemeinsam mit Kunden in Szene setzen.“ Die Marke Kahla soll noch internationaler werden und künftig in UK und Benelux von Senator vertreten werden. Dass die Kunden gern zu Senator/Kahla kommen, war auf der Messe nicht zu übersehen, ebenso wenig wie die Tatsache, dass Daniel und Stefanie Jeschonowski nach über zehn Jahren richtig in die Branche hineingewachsen sind und ihre Unternehmen in gemeinsamem Engagement hervorragend aufgestellt haben.



„Die PSI ist nach wie vor unser wichtigstes Marketing-Instrument.“

Lorne Spranz, Spranz GmbH

Wir haben wieder eine sehr dynamische und ergiebige PSI erlebt und viel positive Resonanz bekommen. Auch wenn das Wetter nicht ganz mitgespielt hat – bei uns am Stand war immer Betrieb. Dank unseres großen Teams konnten wir unser Sortiment ausführlich vorstellen und viele intensive Kundengespräche führen. Wegen des beachtlichen Zuspruchs der Kunden sind wir zuversichtlich, dass wir gemeinsam mit ihnen ein erfolgreiches Jahr gestalten können. Wir setzen weiterhin auf persönliche Beratungsleistung, denn ein erfahrenes, kommunikationsstarkes Berater-Team mit guten Kundenkontakten ist meiner Meinung nach nicht zu ersetzen – auch nicht durch automatisierte Prozesse. Die PSI ist nach wie vor das wichtigste Marketing-Instrument für uns und wir freuen uns darauf, auch in Köln auszustellen. Auch wenn die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zurzeit schwierig sind, blicken wir nach dieser PSI auf jeden Fall optimistisch ins neue Jahr.



„Unsere Produkte schaffen nachhaltige Markenerlebnisse.“

Moushouni Roy, zogi.biz

Nachhaltigkeit und Innovation – das sind die Keywords, die das Business von Zogi auf den Punkt bringen. Auch auf der PSI präsentierte Zogi wieder eine Vielfalt an originellen, werbestarken Produkten für erfolgreiche Markenkommunikation, die auf drei Säulen ruhen: „Unter Zogi Trend bieten wir innovative Elektronik und smartes Tech-Zubehör, Zogi Nature ist unsere Linie nachhaltiger Werbemittel, die Umweltbewusstsein glaubwürdig sichtbar machen. Und mit Zogi direct beweisen wir unsere Kompetenz in effizienter Beschaffung mit eigenen Teams in China und Hongkong“, erläutert uns CFO Moushouni Roy. Zogi als Entwickler, Importeur und Lieferant verbindet Design, Funktionalität und Trends und schafft mit seinen innovativen Lifestyle-Produkten nachhaltige Markenerlebnisse. „Mit Zogi Nature setzen wir unter anderem mit unseren eigenen Marken wie beeswe.love, aber auch Saatgut- und Gewürzkollektionen seit 2017 Maßstäbe für nachhaltige, handgefertigte Werbeartikel aus Deutschland.“ Unser Standrundgang zusammen mit Moushouni Roy bescherte uns erwartungsgemäß jede Menge Aha-Erlebnisse und Überraschungen.



Promoswiss **Schweizer Apéro bei Schweizern**

Schon längst ist er zu einem beliebten und liebe gewordenen Ritual im geschäftigen Treiben der PSI Messe geworden: der Empfang des Verbandes der Schweizerischen Werbeartikelindustrie – kurz Promoswiss Apéro. Treffpunkt dieses letzten in Düsseldorf stattfindenden geselligen, in Frankreich, der Schweiz und Luxemburg bekannten Brauchs war dieses Mal der Stand des weltbekannten Schweizer Markenherstellers Victorinox mit seiner Kollektion von personalisierbaren Messern, Uhren und Reisegepäck. Dort versammelten sich alle auf der PSI anwesenden Schweizer Verbandsmitglieder aus Handels- und Lieferantenteams zum gemütlichen und kommunikationsfreudigen Miteinander bei erfrischenden Getränken. In seiner Begrüßung betonte Promoswiss-Präsident Urs Germann die Gemeinsamkeiten und den Zusammenhalt der Branche im Wettbewerb um haptisch werbende Kunden. Anschließend überreichte er zusammen mit Vorstandsmitglied Ina Klingele der Gastgeberin Marion Quast, Head of Corporate Business bei Victorinox, die Promoswiss Apéro-Trophäe. Bereits im Blick waren am Stand auch schon die nächsten Promoswiss-Termine: Das Schweizer Messedoppel von PSF Forum und TOUCH am 9. und 10. September dieses Jahres in der Umwelt Arena in Spreitenbach nahe Zürich.



Geselliges Bei- und Miteinander am Stand von Victorinox während des Promoswiss-Empfangs.



Promoswiss-Präsident Urs Germann und Promoswiss-Vorstandsmitglied Ina Klingele (rechts) überreichen Victorinox-Gastgeberin Marion Quast die Promoswiss Apéro-Trophäe.



„Wir sind absolut überwältigt.“

Robin Hellwinkel, Neumärker

Als Newcomer, der die PSI nicht kennt, sind wir ohne besondere Erwartungshaltung hier angetreten, um unsere Logo-Waffel vorzustellen. Und wir sind absolut überwältigt, sowohl von der Qualität der Gespräche wie auch von der Besucherfrequenz! Wir kommen auf jeden Fall wieder und wollen in der Werbeartikelbranche Fuß fassen.



Die Geschäftsführer Patrick Döring (Myrix), Meinhard Mommbauer (Reflects) und Dirk Haynberg (Aditan) präsentieren ausgesuchte Neuentwicklungen.

Reflects / Aditan / Myrix

REFLECTS-Gruppe mit „besten“ Entwicklungen

Auch auf der PSI 2026 war der Gemeinschaftsstand der Reflects-Gruppe – bestehend aus der Reflects GmbH, deren Tochter Aditan GmbH und dem Partnerunternehmen Myrix GmbH – ein attraktiver und stets beliebter Anziehungspunkt. Die drei Werbeartikelspezialisten nutzten die Gelegenheit, um der Fachpresse während eines exklusiven Empfangs die neusten Entwicklungen vorzustellen. So war zu erfahren und anschaulich zu sehen, wie Reflects die Flagship-Marken RE-TUMBLER® und REEVES® sowie die ergänzende Marke RE98® im Rahmen seines Multimarkenkonzpts konsequent weiterentwickelt hat. Die Kooperation mit dem Tochterunternehmen Aditan wurde grundlegend neugestaltet und gezielt als strategischer Bestandteil in die Reflects-Gruppe integriert. Gemeinsam mit dem Partnerunternehmen Myrix entstand eine starke, zukunftsorientierte Unternehmensgruppe, die auf Innovation und synergetische Zusammenarbeit setzt. Im PSI Journal werden wir die Produktinnovationen der Gruppe (darunter auch die auf der PSI als „Besten Becher der Welt!“ beworbene REFLECTS-Eigenentwicklung „myNizza Ceramic“) sukzessive vorstellen.

„Transparenz muss zu einer Grundvoraussetzung werden.“

Peter van der Sandt, SL Bags

Auf der PSI haben wir im Rahmen unserer „Honest Journey“ unseren digitalen Produktpass eingeführt, der vollständige Einblicke in die Herkunft der Produkte, die verwendeten Materialien, den CO2-Fußabdruck und die Lieferkette bietet. Transparenz ist nicht mehr nur ein nettes Extra, sondern muss zu einer Grundvoraussetzung in unserer Branche werden. Kunden möchten wissen, was sie kaufen, woher es kommt und dass die Informationen zur Nachhaltigkeit transparent, nachvollziehbar und überprüfbar sind.

Für uns ist die PSI immer der ideale Zeitpunkt, um unsere neuen Kollektionen vorzustellen, und wir schätzen das Feedback, das wir dazu erhalten, sehr. Die PSI ist nach wie vor eine gute Gelegenheit, um den Ton für das neue Werbejahr anzugeben.

Das Wichtigste ist nicht der Standort oder die Stadt der PSI, sondern die Qualität der Besucher und Gespräche. Die PSI ist ein wichtiger Moment, um mit Partnern und Kunden in Kontakt zu treten, Erkenntnisse auszutauschen und unsere neusten Kollektionen zu präsentieren. Wenn Köln dazu beiträgt, dass die PSI ein professionelles Publikum behält und sinnvolle Diskussionen anregt, wird dies eine positive Entwicklung für die gesamte Branche sein.



„Wir blicken optimistisch nach vorn.“

Dominik Raab, Art Di Como Design GmbH

Die PSI 2026 in Düsseldorf war für uns ein sehr gelungener Abschluss der Messegeschichte am Standort Düsseldorf. Trotz der insgesamt herausfordernden Marktsituation war die Frequenz an unserem Stand hoch und vor allem die Qualität der Gespräche überzeugend. Wir konnten zahlreiche neue Kontakte knüpfen und bestehende Kundenbeziehungen weiter vertiefen. Zudem sind aus der Messe bereits konkrete Projekte und Anfragen hervorgegangen, was die Bedeutung der PSI als zentrale Branchenplattform für unser Unternehmen einmal mehr bestätigt. Im Fokus unseres Messeauftritts standen insbesondere nachhaltige und individuell veredelte Werbeartikel. Die Nachfrage nach umweltfreundlichen Materialien, langlebigen Produkten und



glaubwürdigen Nachhaltigkeitskonzepten nimmt weiter zu. Gleichzeitig sehen wir einen klaren Trend zu stärker personalisierten Lösungen, mit denen Marken gezielter und emotionaler kommunizieren können.

Für das Branchenjahr 2026/2027 blicken wir insgesamt optimistisch nach vorn. Auch wenn Kosten- und Margendruck bleiben, sehen wir großes Potenzial in Innovationen, Digitalisierung und nachhaltigen Produktkonzepten. Werbeartikel werden weiterhin ein wichtiger Bestandteil im Marketing-Mix bleiben, vor allem, wenn sie strategisch und qualitativ eingesetzt werden. Mit dem neuen Messestandort Köln verbinden wir hohe Erwartungen. Die bessere Erreichbarkeit und das moderne Messeumfeld bieten ideale Voraussetzungen, um die PSI weiterzuentwickeln und neue Besucherguppen anzusprechen.

„Der Wechsel nach Köln wird neue Potenziale erschließen.“

Ralf Stobbe, Suthor Papierverarbeitung GmbH & Co. KG

Suthor Papierverarbeitung ist seit über 45 Jahren Mitglied und Dauer-Messeteilnehmer in Düsseldorf. Die PSI war und ist unsere wichtigste Messe, insbesondere um unsere Neuheiten (in diesem Jahr „Kartonbutton“ und WM-Dekoartikel) zu kommunizieren. Leider hatten wir zum Finale deutlich weniger Besucher und Gespräche als in den Vorjahren. Das ist nicht nur dem Wetter geschuldet, sondern auch der Tatsache, dass die Fachmessen in den Nachbarländern (z. B. CTCO Lyon) an Bedeutung und Zulauf gewonnen haben. Geblieben sind jedoch die



qualifizierten Kontakte zu unseren Stammkunden. Dennoch hoffen wir für 2026 – auch dank der Fußball-WM und der damit verbundenen Werbeaktionen – auf ein verhaltenes Umsatzwachstum. Entsprechende Signale hat es bereits gegeben. Leider behindert die überbordende Bürokratie, insbesondere die EUDR-Richtlinie, unsere Aktivitäten und lenkt wertvolle Ressourcen in die falschen Kanäle.

Der Wechsel nach Köln und damit in die Nachferienwoche wird der Messe und der Branche guttun und neue Potenziale erschließen. Wir freuen uns darauf, das neue PSI-Kapitel mitzuschreiben.

PSI als „perfekter Rahmen“

Sven Weidemann,
Joytex GmbH & Co. KG

Die PSI 2026 war für uns ein voller Erfolg. Bestehende wie neue Kundenbeziehungen konnten wir pflegen und knüpfen. Unsere zahlreichen Neuheiten, die wir in diesem Jahr vorgestellt haben, haben mit



der PSI den perfekten Rahmen zu Beginn des Jahres. Unser Messehighlight, eine komplett in Deutschland gewebte, genähte und bedruckte Baumwolltasche, die gerade mal 50 Cent mehr als eine importierte Tasche kostet, ist regelrecht eingeschlagen. Wir sind

immer wieder froh, dass wir solche Neuheiten auf der PSI einem breiten und internationalen Publikum präsentieren können. Wir freuen uns daher schon auf die PSI 2027 in Köln. Wir sind gespannt darauf, wie der neue Standort ankommt. Das neue Datum bringt schon mal die besten Voraussetzungen mit, viele weitere Besucher zu locken.

FACHBESUCHER

„Das ist meine erste PSI-Messe und ich finde sie sehr schön.“

Peter Woischny, Peter-RZ-Production Support

Es ist meine erste PSI-Messe und ich finde sie sehr schön, sehr gefällt. Ich sehe relativ wenig Leerstand. Außerdem bietet die Messe eine sehr breite Palette an unterschiedlichen Herstellern und Produkten. Es gibt viele Neuheiten, die interessant sind. Insgesamt ist der Innovationsgrad auf dieser Messe sehr hoch, so meine Einschätzung.



„Der PSI Product Finder ist ein echter Benefit der Mitgliedschaft.“

Nicole Höffken und Martina Lipp, RX Global/PSI

Während der ganzen Messelaufzeit waren sie am PSI-Counter Ansprechpartner für PSI Mitglieder: Nicole Höffken, Manager Customer Service Membership, und Martina Lipp, Managerin PSI E-Business. (v.li.) Was beiden auf der Messe wie auch in der täglichen Beratungspraxis aufgefallen ist: „Viele PSI-Mitglieder kennen nicht alle Vorteile, die ihnen die Mitgliedschaft im PSI Netzwerk



bietet und nutzen sie daher auch nicht voll aus. Gern informieren wir individuell drüber, wie man von den Leistungen des PSI Netzwerks am meisten profitieren kann.“ Der PSI Product Finder gehört zu den wichtigsten Marketing-Tools, auf das PSI Mitglieder kostenfrei zugreifen können. „Der Product Finder als ganzjährige Präsentationsplattform ergänzt den Messeauftritt perfekt. Allerdings ist es ganz wichtig, die Daten immer auf dem aktuellen Stand zu halten. Deswegen auch hier nochmals die Erinnerung an alle Lieferanten, ihre Produkte regelmäßig zu aktualisieren. Denn nur so hat der Händler ein aussagekräftiges Suchergebnis, das zu Aufträgen führen kann“, erklärt Martina Lipp, die auch die Weiterentwicklung des Product Finders umsetzt. Ausstellern rät sie zudem dazu, ihre Exponate nicht allein auf der Messeseite hochzuladen, denn dort bleiben sie unverändert bis zum folgenden September stehen. Damit schöpfen sie noch lange nicht ihre Möglichkeiten aus: „PSI Mitglieder können das ganze Jahr über eine unbegrenzte Anzahl an Produkten einstellen und diese nach Bedarf aktualisieren. Diese Möglichkeit ist in der Mitgliedschaft enthalten und ein echter Benefit für Unternehmen.“

Neue Vertriebskooperation

STAEDTLER und COLOP bündeln ihre Kräfte

STAEDTLER, weltweit agierender Hersteller und Anbieter von Schreib-, Mal-, Zeichen- und Modellierprodukten, und COLOP, Spezialist für Kreativstempel, haben Anfang Januar eine Vertriebskooperation in der Werbeartikelbranche gestartet. Ziel ist es, bestehende Synergien zu nutzen und kreative Produktlösungen gezielt im Werbeartikelhandel anzubieten. Im Rahmen der Partnerschaft erweitert STAEDTLER sein Sortiment um ausgewählte Stempelprodukte von COLOP für Kinder und Erwachsene. Besonders hervorzuheben sind der COLOP-Textilstempel Marky – eine praktische und langlebige Lösung zur Kennzeichnung von Kleidung und Schul- und Alltagsgegenständen sowie der COLOP-Handwaschstempel Cleany – eine pfliffige Idee, Kinder an das Thema Handhygiene heranzuführen. Die Kooperation ermöglicht es, gemeinsame Zielgruppen noch genauer anzusprechen und innovative Produkte schneller in den Markt zu bringen. STAEDTLER und COLOP setzen auf ihre jeweiligen Kernkompetenzen, um den Werbeartikelhandel nachhaltig zu stärken und Industriekunden mit hochwertigen, originellen und funktionalen Lösungen zu begeistern.



Auf der PSI erstmals gemeinsam am Start im Rahmen der Werbeartikelbranche: STAEDTLER und COLOP. Im Vordergrund Produkte der COLOP-Linien Marky und Cleany.

Ein erstes Highlight der Zusammenarbeit bildete die Präsentation der Produktlinien MARKY und CLEANY auf dem STAEDTLER-Stand während der PSI 2026, wo die Produkte einem breiten Fachpublikum vorgestellt wurden.

„Wir setzen auf ein preisbewusstes Angebot und hohe Verfügbarkeit.“

Sönke Hinrichs, Inspirion

Hier auf der PSI stehen Schirme, Gepäck und Trinkgefäße im Fokus und die zahlreichen Kunden und Interessenten sind sehr aufgeschlossen und positiv gestimmt. Insgesamt sind wir sehr zufrieden: Unser neues Lager in Bremen haben wir im Griff, die dortigen PV-Anlagen erzeugen noch mehr Energie als erwartet und fast alle Familienmitglieder sind inzwischen in der Firma aktiv. Das freut mich sehr. Unser Projekt des Jahres wird die Fertigstellung der neuen Druckerei in Liegnitz, in der Nähe von Breslau. Sie wird uns auf dem eingeschlagenen Weg weiterbringen, ein preisbewusstes Angebot und hohe Verfügbarkeit zu garantieren.



„Unsere Werkstätten haben der Branche viel zu bieten.“

Michael Boß, GSE gGmbH

Viele Produkte und Dienstleistungen wären ohne den Einsatz behinderter Menschen nicht machbar. Das weiß die Werbeartikelbranche nur allzu gut, denn sie greift in vielen Bereichen gern auf Werkstätten zurück, in denen



behinderte Menschen hervorragende Arbeit leisten: Ob Druck, Beschriftung, Konfektionierung, Verpackung, Lager, Logistik oder Näherei – Michael Boß von der GSE weiß, was das 140 Jahre alte, gemeinnützige Unternehmen mit Sitz in Essen der Werbeartikelbranche bieten kann. Der Diplom-Ingenieur von der Stabsstelle Operative Leitung der

WfbM koordiniert die Aktivitäten der Werkstätten an den verschiedenen Standorten mit insgesamt 1500 Mitarbeitern, eruiert den Bedarf der Kunden und schafft in den einzelnen Betrieben die entsprechenden Voraussetzungen. „Auf der PSI haben wir langjährige Kunden getroffen und Ideen für neue gemeinsame Projekte entwickelt. Zudem konnten wir den Besuchern, die uns noch nicht kennen, aufzeigen, wo und wie sie unsere Leistungen nutzen können“, erklärt Michael Boß, der mit dem PSI-Messeauftritt vollkommen zufrieden war.

FACHBESUCHER

„Wir haben sehr viele neue Kontakte geknüpft, vor allem international.“

Rebecca Schneider,
Elanders Donauwörth GmbH

Die PSI ist in diesem Jahr sehr vielseitig, wir haben sehr viele neue Kontakte geknüpft, vor allem international. Für uns selbst war jetzt nichts Bahnbrechendes dabei, wir sind aber auch auf Naturprodukte in Papierform spezialisiert.



„Unser individuelles Toilettenpapier ist jetzt preisgekrönt.“

Patrick Richter, Paper+Design

Das war schon ein Hingucker: Der Turm aus individuell bedruckten Toilettenpapier-Rollen war ein originelles Fotomotiv und gleichzeitig ein Türöffner für Gespräche am Stand von Paper+Design. Originell, nützlich und werbestark – individuell gestaltetes Toilettenpapier ist ideal für außergewöhnliche Werbeaktionen. „Mit unserem Toilettenpapier hat die Werbemittelagentur Werbe- max kürzlich sogar den German Marketing Award gewonnen: Es wurde im Rahmen einer Ausbildungsmesse mit großem Erfolg eingesetzt und von einer regionalen Tageszeitung zum kreativsten Werbemittel der Messe gekürt“, erzählt Patrick Richter (im

Bild re.). Was ihn besonders motiviert: „Diese Aktion zeigt, wie die funktionierende Partnerschaft von Lieferant und Agentur zu aufmerksamkeitsstarken, erfolgreichen Produkten führen kann.“ Als Design-Partner und Tochterunternehmen der bekannten Marke Duni ist Paper+Design langjähriger Aussteller auf der PSI – und auch dieses Jahr wieder sehr zufrieden. Der Hersteller bietet seinen Kunden ein breites Sortiment an individuell gestalteten und bedruckten Werbeartikeln rund um den gedeckten Tisch mit umfassendem Service an. Zum Einsatz kommen Digitaldruck- sowie Flexodruckverfahren mit acht Farben, die kreative Lösungen ermöglichen – wie etwa das preisgekrönte Toilettenpapier.



tobra GmbH & Co. KG

Ernteglück für zuhause

Auch dieses Mal standen auf der PSI Messe nachhaltige Produkte im Vordergrund der zahlreichen Produktkollektionen, darunter auch die der tobra GmbH & Co. KG. Das FSC-zertifizierte Unternehmen achtet besonders auf eine umweltbewusste Produktion Made in Germany. Im tobra-Sortiment finden sich auch etliche Kräuter-Pflanzsticks und -herzen. Eine der gesunden und leckeren Neuheiten wurde am Stand auch optisch attraktiv „gehighlightet“: das BIO Kresse-Herz „Ernteglück“, das nachhaltige Tischkultur mit der Freude am Selbernten verbindet. In der FSC-zertifizierten Kartontage befindet sich ein Pflanzherz mit über 500 BIO-Kressesamen, eingebettet in torffreie Erde und Ton. Die Verpackung lässt sich mit wenigen Handgriffen in eine Pflanzschale verwandeln – ganz ohne Umtopfen. Auf dem beiliegenden Wachspapier kann direkt gegossen und angebaut werden. So entsteht frische Kresse direkt am Tisch oder auf der Fensterbank – dekorativ, praktisch und genussvoll. Gefertigt wird das bio-zertifizierte Produkt in Deutschland, in hauseigener Produktion mit Ökostrom aus eigener Photovoltaikanlage.



Jacqueline Behr präsentiert die tobra-Neuheit: das BIO Kresse-Herz „Ernteglück“.

„KS1 setzt jetzt auf KI“

Renate Gransee und Thomas Brecht, Offene Systeme Software!

Mit dieser PSI starten wir in unser Jubiläumsjahr: Seit 30 Jahren bieten wir dem Werbeartikelhandel mit unserer Warenwirtschaft KS1 professionelle, ausgereifte Unterstützung im täglichen Business. Aktuell haben wir eine spannende Innovation mitgebracht: In KS1 wurde ein KI-Ideenscout integriert, der in Rekordzeit Präsentationen und/oder Angebote erstellt. Das Tool ermöglicht es Anwendern, sich für Kunden und Anlass per Knopfdruck intelligente Produktvorschläge generieren zu lassen. Ein DSGVO-konformes Sprachmodell liefert dabei nicht nur kreative Impulse, sondern verknüpft diese direkt mit der KS1-Produktdatenbank. So werden Ideen sofort mit real lieferbaren Artikeln von Branchenlieferanten abgeglichen. Das Ergebnis: Selbst unerfahrene Mitarbeiter liefern so auf



Knopfdruck qualitativ hochwertige, individuelle Konzepte und sparen enorme Zeitressourcen im Vertriebsalltag. Mit diesem Tool dürfte der Branchenpionier auf dem besten Weg sein, die kreative Kundenberatung zu revolutionieren.

„Wir konnten alle wichtigen Kunden begrüßen.“

Uschi Kindlein, Troika

In diesem Jahr waren zwar etwas weniger Besucher am Stand, aber wir haben alle wichtigen Kunden gesehen und insgesamt sehr gute Gespräche geführt. Unsere Globen sind weiterhin stark gefragt – gerade in einer Zeit geopolitischer Konflikte hilft ein Blick auf die Weltkugel bei der Einordnung der Schlagzeilen. Die Globen gibt es in vielen Größen und Ausführungen, sie sind wertvolle, individuelle Präsente, die Wertschätzung signalisieren und mit vielen Themen verknüpft werden können. Beliebte wie immer sind unsere Reiseartikel, darunter eine praktische Kabeltasche, die aufgeklappt PC- oder Reiseutensilien übersichtlich bereithält. Stilvoll, organisiert und sicher unterwegs ist man mit dem Kartensafe „Hildecard“, immer griffbereit dank MagSafe-Befestigung. Der integrierte Handständer für Stand- oder Kinomodus schafft komfortablen Zweitnutzen. Unser breites Sortiment ist wieder sehr gut angekommen und wir starten mit Zuversicht in 2026.



PSI Workshops

Alles KI oder was?

Das zentrale Thema der diesjährigen PSI war Künstliche Intelligenz. Wie diese erfolgreich in Unternehmen eingeführt und skaliert werden kann, erklärte Christian Klee- mann, CEO und Gründer des Beratungsunternehmens KI-Café im Rahmen eines Workshops. Die hohe Resonanz seitens der Besucher machte deutlich, wie sehr die neue Technologie die Branche bewegt. Der KI-Experte und Digitalstratege zeigte dabei sehr anschaulich, dass nicht alles, was als KI bezeichnet wird, auch tatsächlich KI ist, sondern vieles „nur“ Machine Learning. Das Besondere des diesjährigen PSI Rahmenprogramms war das interaktive Workshop-Format, das den Dialog zwischen Referenten und Teilnehmern ermöglicht, und damit maximalen Nutzen garantiert.





Das Gewinnerfoto der Zernisch Werbung GmbH entstand in der Schwarzwald-Fotobox am Messestand der uma Schreibgeräte Ullmann GmbH auf der PSI Messe 2026 in Düsseldorf.

uma Schreibgeräte Ullmann Gewinnspiel mit Schwarzwälder Flair

Nicht nur mit innovativen Schreibgeräten wusste die uma Schreibgeräte Ullmann GmbH an ihrem Stand auf der PSI 2026 das Interesse der Besucher auf sich zu lenken. Diese hatten außerdem die Gelegenheit, sich an einem Gewinnspiel zu beteiligen, das auf eine interaktive Ansprache setzte. Bestandteil der Aktion war eine Fotobox im Schwarzwald-Stil, in der sich Messebesucher mit thematisch passenden Accessoires ablichten lassen konnten. Die Teilnahme am Gewinnspiel erfolgte über das Posten des Fotos in den sozialen Medien. Die Aktion stieß auf große Resonanz und die Fotobox entwickelte sich zu einem festen Anlaufpunkt am uma-Stand. „Die entstandenen Motive griffen das Schwarzwald-Thema auf und verbanden es mit einer aufmerksamkeitsstarken Markeninszenierung im Messeumfeld“, so Geschäftsführer Alexander Ullmann. Die Verlosung nach der Messe ermittelte den Werbemittelhändler Zernisch Werbung GmbH aus Freienwill als Gewinner, deren Foto laut uma „durch eine stimmige Umsetzung des Aktionsmotivs“ überzeugen konnte. Als Preis durfte sich das Unternehmen über einen Schwarzwälder Geschenkkorb mit einer Auswahl regionaler Köstlichkeiten freuen.

„Unsere zu 100 Prozent individualisierbaren Sneaker – ein Riesenerfolg.“

Timo Reyser, Corporate Sneaker

Zu Schuhen hat man ein persönliches Verhältnis: Sie müssen gefallen, bequem sein und passen sich mit der Zeit dem Fuß an. Sind sie dann noch ganz individuell gestaltet, werden sie zum einzigartigen Lieblingsstück. Mit der Idee, dem Werbeartikelmarkt zu 100 Prozent individualisierbare Sneaker anzubieten, hat Timo Reyser mit seinem Team schon auf seiner ersten PSI im Vorjahr einen sensationellen Erfolg verbuchen können. „Dieses Jahr konnten wir dieses Ergebnis noch toppen und haben viele qualitativ hochwertige Kontakte geknüpft und schon konkrete Projekte in Aussicht.“ Wer sich die modischen, leichten und bequemen Modelle in puristischem Design genau anschaut und am besten gleich anprobiert,

kann sich das gut vorstellen. „Unsere Sneaker aus veganem Apfelleider oder nachhaltig produziertem Nappaleider werden mit Sorgfalt in einer portugiesischen Manufaktur hergestellt. Wir setzen auf intensive Beratung und besten Kundenservice, wir sind flexibel und schnell bei der Abwicklung“, erklärt Timo Reyser sein Erfolgsrezept.



Auch eine traditionsreiche Branche wie die Werbeartikelwirtschaft entwickelt sich ständig weiter und lebt von stetig neuen, zukunftsfähigen Impulsen. Akzente in diesem Feld zu setzen haben sich die GWW Young Professionals auf die Fahne geschrieben. Ihr Engagement für die Branche demonstrierten sie auf der PSI.

Treffen auf der PSI: GWW Young Professionals

Junge Impulsgeber mit Branchenblick



Die Werbemittelbranche steht vor einem strukturellen Umbruch. Digitalisierung, steigende Nachhaltigkeitsanforderungen und der zunehmende Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte verändern nicht nur Geschäftsmodelle, sondern auch die Erwartungen an berufliche Entwicklung. In diesem Umfeld gewinnen junge Unternehmer, Firmennachfolger und engagierte Mitarbeiter zunehmend an Bedeutung. Dem PSI liegt die Förderung junger Talente in der Branche sehr am Herzen und das Netzwerk bietet der „Next Generation PSI“ immer wieder gezielte Angebote und praxisnahe Einblicke, die sie auf dem Weg zum Werbeartikelprofi voranbringen können.

Daher hat PSI gemeinsam mit den GWW Young Professionals am ersten Messtags zu einem Umtrunk eingeladen, der Gelegenheit zum Networking und Austausch für junge Unternehmerinnen und Unternehmer der Branche bot. Die Young Professionals innerhalb des Gesamtverbands der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) verstehen sich als Plattform für Nachwuchskräfte, die ihre Branche aktiv mitgestalten wollen – sachlich, vernetzt und praxisnah. Im Rahmen der PSI in Düsseldorf traf sich die Gruppe zum Gedankenaustausch und informierte über ihre Ideen und Zielsetzungen. Wir sprachen mit Mitgliedern der ersten Stunde, aber auch Newcomern über ihre Erwartungen an dieses Netzwerk und ihre Sicht auf die Branche.



Jana Haußmann und Jenny Mangold,
Kalfany Süße Werbung (v.li.)

Gemeinsam mit PSI luden die GWW Young Professionals zu einem Empfang ein, um im lockeren Austausch bei kühlen Getränken auf die Aktivitäten der dynamischen „Haptical Youngsters“ aufmerksam zu machen.



Linus Böll, Troika



Anna Purtseladze, Goldstar



Elvir Rizvic, quatron design und
Benjamin Langenberg, WIL Langenberg (v.li.)

Branche aktiv mitgestalten

Der Zusammenschluss richtet sich an junge Fachkräfte im Werbemittelsegment, die über ihre tägliche Arbeit hinaus Einblicke in Marktmechanismen, Wertschöpfungsketten und strategische Fragestellungen gewinnen möchten. Anders als klassische Nachwuchsprogramme setzt die Initiative weniger auf formale Karrierepfade als auf Austausch, Eigeninitiative und gemeinsames Lernen. Damit reagiert sie auf eine Branche, die stark mittelständisch geprägt ist und in der Wissen häufig personengebunden weitergegeben wird. Als sich im Jahr 2022 auf der Trend-Messe erstmals eine kleine Gruppe junger Branchenvertreter infor-

mell austauschte, ahnte niemand, dass daraus innerhalb weniger Jahre ein festes Netzwerk mit Signalwirkung entstehen würde. Fünf engagierte Nachwuchskräfte aus dem Werbemittelumfeld legten damals den Grundstein für die „Young Professionals“ in Deutschland. Heute, nur drei Jahre später, zählt die Gruppe 36 Mitglieder – Tendenz weiter steigend.

Weiterbildung, Austausch, Inspiration

Zu den Gründungsmitgliedern gehören Linus Böll von Troika Germany, Benjamin Langenberg von der WIL Langenberg GmbH und Elvir Rizvic von quatron design. >>



>> Sie eint die Überzeugung, dass die Werbemittelbranche junge Stimmen, neue Perspektiven und ein starkes Miteinander braucht, um zukunftsfähig zu bleiben. Die ursprüngliche Idee der Young Professionals stammt aus den Niederlanden, wo vergleichbare Strukturen bereits erfolgreich etabliert waren. In Deutschland wurde das Konzept adaptiert – mit eigenem Charakter und klarer Zielsetzung.

Im Mittelpunkt stehen regelmäßige Quartaltreffen, die bewusst mehr sein wollen als klassische Branchentreffen. Fachliche Weiterbildung und persönlicher Austausch gehen hier Hand in Hand. Die Themenpalette ist breit: Sie reicht von der Veredelung von Produkten über Material- und Nachhaltigkeitsfragen bis hin zum Thema Künstliche Intelligenz. Gerade Letzteres, so berichten die Beteiligten, sei ein Feld, in dem viele junge Fachkräfte eine Vermittlerrolle einnehmen. Die Bedeutung von KI verständlich und praxisnah an Entscheidungsträger in den Unternehmen heranzutragen, erfordere nicht nur Fachwissen, sondern auch Überzeugungsarbeit.

Ein zentrales Element der Treffen sind externe Speaker. Branchenbekannte Persönlichkeiten geben Einblicke in aktuelle Trends, teilen persönliche Erfahrungen und disku-

tieren offen über Herausforderungen und Chancen. Für die Mitglieder, die überwiegend zwischen 25 und 35 Jahre alt sind, ist das ein starker Motivationsfaktor. Die Treffen bieten Orientierung, Inspiration und nicht zuletzt das Gefühl, mit den eigenen Fragen und Ambitionen Teil einer größeren Bewegung zu sein.

Mitmach-Netzwerk mit breitem Themenspektrum

Noch ist die Gruppe bewusst locker organisiert. Es gibt keine formell gewählte Struktur, keine festen Ämter. Doch auch hier zeichnet sich Entwicklung ab: Im Laufe des Jahres sollen Vorstandswahlen stattfinden, um die wachsenden Aktivitäten auf eine stabile organisatorische Basis zu stellen. Gleichzeitig bleibt der offene Charakter erhalten. Die Young Professionals verstehen sich als Mitmach-Netzwerk und sind kontinuierlich auf der Suche nach engagierten Mitgliedern, die bereit sind, Verantwortung zu übernehmen und eigene Impulse einzubringen. Zudem verfolgen die Young Professionals einen klaren Bildungsanspruch. Mit der Entwicklung eigener Weiterbildungsformate, insbesondere der Young-Professionals-Akademie, reagiert die Gruppe auf den Bedarf nach praxisnaher Qualifizierung. Weitere Themen wie Selbstmanagement, Digitalisierung oder nachhaltige Produktionsprozesse werden gezielt aus

Branchensicht beleuchtet. Der Ansatz ist dialogorientiert und fördert den Austausch von Erfahrungen ebenso wie die Diskussion neuer Lösungsansätze.

Entwicklung eigener Fähigkeiten

Für viele Beteiligte ist das Engagement auch ein persönlicher Entwicklungsschritt. Die Mitarbeit in Projekten, die Organisation von Veranstaltungen oder die Moderation von Arbeitsgruppen ermöglichen Kompetenzerwerb jenseits des operativen Tagesgeschäfts. Projektmanagement, strategisches Denken und kommunikative Fähigkeiten werden unter realen Bedingungen erprobt. Gleichzeitig steigt die Sichtbarkeit innerhalb der Branche, was sowohl für die individuelle Laufbahn als auch für die entsendenden Unternehmen von Vorteil ist. So begann auch für Anna Purtseladze mit dem Einstieg in die Werbemittelbranche nicht nur ein neuer beruflicher Abschnitt, sondern gleichzeitig ihr Engagement bei den Young Professionals. Heute ist sie bei Goldstar tätig und innerhalb der Young Professionals für den Bereich Marketing und Social Media verantwortlich. Ihr Weg in die Gruppe war dabei eng mit dem Wunsch verbunden, die Branche von Grund auf kennenzulernen und sich aktiv zu vernetzen.

Mehr Sichtbarkeit für junge Fachkräfte

Gerade zu Beginn ihrer beruflichen Tätigkeit standen für sie das Knüpfen neuer Kontakte und der persönliche Austausch im Vordergrund. Die Young Professionals boten dafür den passenden Rahmen: ein Netzwerk auf Augenhöhe, das Orientierung gibt und gleichzeitig Raum für eigene Ideen lässt. Dieses aktive Networking ist für Purtseladze bis heute das zentrale Thema ihres Engagements geblieben. Sie versteht es als Schlüssel, um sich fachlich weiterzuentwickeln, voneinander zu lernen und gemeinsam Impulse für die Branche zu setzen. Mit Blick auf die Zukunft formuliert Anna Purtseladze einen klaren Wunsch: mehr Sichtbarkeit innerhalb der Marketing- und Werbemittelbranche. Junge Fachkräfte sollen stärker wahrgenommen werden – mit ihren Ideen, ihrem Engagement und ihrem Blick auf moderne Kommunikation. Für sie steht fest, dass die Branche von dieser Perspektive profitiert und dass die Young Professionals eine wichtige Rolle dabei spielen, den Werbemittelmarkt aktiv mitzugestalten.

Positive Erfahrungen

Aus Sicht des Verbands erfüllen die Young Professionals eine strategische Funktion. Sie tragen dazu bei, den GWW für jüngere Zielgruppen attraktiv zu halten und frühzeitig an den Verband zu binden. Zugleich liefern sie Impulse für Themen, die in den kommenden Jahren an Relevanz gewinnen werden. Der Austausch zwischen erfahrenen Branchenvertretern und jungen Fachkräften ist dabei aus-

drücklich gewollt und Teil eines generationenübergreifenden Dialogs. Wie dieser Dialog konkret aussehen kann, zeigt ein Gespräch mit Jenny Mangold und Jana Haußmann von Kalfany Süße Werbung. Im Unternehmen sind die Young Professionals längst Thema. Vertriebsleiterin Jana Haußmann ist bereits aktives Mitglied der Gruppe, ebenso ihr Kollege Raphael Wagner. Beide haben ihre positiven Erfahrungen intern weitergegeben und damit auch bei Marketingverantwortlicher Jenny Mangold Interesse geweckt. Für sie steht weniger das formale Engagement im Vordergrund als vielmehr der inhaltliche Mehrwert: der Austausch mit Gleichgesinnten aus anderen Unternehmen, das Teilen von Erfahrungen und der Aufbau belastbarer Netzwerke innerhalb der Branche.

Offener Dialog unter Nachwuchsführungskräften

Mangold beschreibt ihre Motivation offen und reflektiert. Sie sehe die Young Professionals als Lernplattform, auf der Fragen ausdrücklich erwünscht seien. Ihre Neugier, gepaart mit dem Wunsch, unterschiedliche Perspektiven kennenzulernen, habe letztlich den Ausschlag gegeben, sich künftig aktiv einzubringen. Bestärkt wurde sie dabei durch die Gespräche mit Haußmann und Wagner, die von konkreten Vorteilen wie persönlicher Weiterentwicklung, neuen Kontakten und einem besseren Verständnis für branchenspezifische Zusammenhänge berichteten. Der entscheidende Schritt folgte schließlich auf der diesjährigen PSI Messe, wo neben Mangold auch andere junge Interessenten die Gelegenheit nutzten, die Young Professionals während eines lockeren Beisammenseins persönlich kennenzulernen und sich der Gruppe anzuschließen. Für sie steht fest: Gerade in einer Branche, die stark von Beziehungen, Trends und Innovationskraft lebt, ist der offene Dialog unter Nachwuchsführungskräften ein wichtiger Baustein für nachhaltigen Erfolg.

Repräsentanten der Next Generation PSI

Das Beispiel von Kalfany Süße Werbung zeigt, wie Engagement junger Fachkräfte entsteht – nicht aus Pflichtgefühl, sondern aus echtem Interesse, Neugier und dem Wunsch, gemeinsam weiterzukommen. Sie werden so zunehmend zu einem Spiegelbild einer Branche, die sich vernetzt, voneinander lernt und ihre Zukunft aktiv gestaltet. Insgesamt zeigen die Young Professionals, dass Nachwuchsarbeit in der Werbemittelbranche mehr sein kann als Personalmarketing. Die jungen Fachkräfte leisten nicht nur einen Beitrag zu ihrer eigenen Entwicklung, sondern auch zur Zukunftsfähigkeit einer Branche, die traditionell von persönlichen Beziehungen und Vertrauen lebt. Das ist auch die Basis, auf der die PSI und das PSI-Netzwerk groß geworden sind. Dass alle Young Professionals aus PSI-Mitgliedsfirmen kommen, macht sie auch zu Repräsentanten der Next Generation PSI.

<

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.





PSI 50967 • Römer Drinks
by Römer Wein und Sekt GmbH
Tel +49 6541 8129-0
info@ roemer-drinks.de
www. roemer-drinks.de

Alkoholfrei und prickelnd

Mit dem Secco Zero Sortiment von Römer Drinks wird alkoholfreier Genuss zum festen Bestandteil moderner Tischkultur. Der Secco überzeugt mit 100 Prozent Geschmack bei 0 Prozent Alkohol und ist damit die ideale Wahl für bewusste Genießer. Sein intensives Bukett aus exotisch-würzigen Fruchtaromen sowie die feine Perlage mit cremigem Mousseux sorgen für ein authentisches, ausgesprochen weiniges Geschmackserlebnis. Frisch, lebendig und harmonisch ausbalanciert, bietet der Secco Zero eine hochwertige Alternative zu klassischen Schaumweinen und eignet sich somit perfekt für Firmenveranstaltungen oder andere Events. Hersteller Römer Drinks bietet die alkoholfreie Alternative in einer kleinen 0,2 Liter-Flasche an. Außerdem ist eine 0,75-Liter-Flasche mit praktischem Schraubverschluss wählbar. Ab 60 respektive 120 Stück kann zwischen einem individuellen Etikett oder Siebdruck auf der Flasche gewählt werden.

Slàinte Mhath!

Das Highland Whisky-Glas-Set von Anda Present ist ein edles Geschenkset, das in einer Geschenkbox aus Kraftwellpappe präsentiert wird und aus einem 250-Milliliter-Whisky-Tumbler mit markantem Cut-Style-Design besteht. Drei wiederverwendbare Eiswürfel aus Stein kühlen Getränke, ohne den Geschmack zu verwässern: Sie werden in einem Baumwollbeutel aufbewahrt und mit einer Edelstahlzange serviert, um ein komplettes Verkostungsritual zu Hause zu ermöglichen. Mehrere Dekorationsoptionen unterstützen das Premium-Branding des gesamten Sets: Tampondruck auf dem Deckel der Schachtel, Gravur auf der Zange und Keramikdruck auf dem Glas. Diese vielschichtige Präsentation schafft einen hohen Aufmerksamkeitsfaktor.



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

PSI 43999 • Adoma GmbH
Tel +49 7522 9716-47 • info@adoma.de
www.adoma.de



Stilvoller Genuss für jeden Anlass

ADOMA bietet ein vielseitiges Sortiment hochwertiger Mehrwegbecher für jeden Anlass. Die glasklare Optik unserer Kunststoffbecher ist kaum von echtem Glas zu unterscheiden und ermöglicht stilvollen Genuss auch dort, wo Glas nicht erlaubt ist. Ob Wein- und Champagnerkelche, Partybecher, Shots oder Bierkrüge in verschiedenen Größen – alle Produkte überzeugen durch Eleganz, Langlebigkeit und Funktionalität. Sie sind nahezu unzerbrechlich, spülmaschinengeeignet und individuell bedruckbar. Ergänzt wird das Sortiment durch hochwertige Flaschenkühler und praktische To-go-Lösungen. Mehr Informationen unter: www.adoma.de

Ernteglück für zuhause

Das BIO Kresse-Herz „Ernteglück“ von tobra verbindet nachhaltige Tischkultur mit der Freude am Selberernten. In der FSC®-zertifizierten Kartonage befindet sich ein Pflanzherz mit über 500 BIO-Kressesamen, eingebettet in torffreie Erde und Ton. Die Verpackung lässt sich mit wenigen Handgriffen in eine Pflanzschale verwandeln – ganz ohne Umtopfen. Auf dem beiliegenden Wachspapier kann direkt gegossen und angebaut werden. So entsteht frische Kresse direkt am Tisch oder auf der Fensterbank – dekorativ, praktisch und genussvoll. Gefertigt wird das bio-zertifizierte Produkt in Deutschland, in hauseigener Produktion mit Ökostrom aus eigener Photovoltaikanlage. Ein leckeres Geschenk mit Erlebniswert für eine bewusste, nachhaltige Tischkultur.



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

Geschmackvolle Highlights

Wer auf geschmackvolle Werbebotschaften setzt, findet bei myfitmix etwa viele neue Tee-Highlights, die erstklassige Qualität mit stilvollem Design vereinen: Seelenwohl setzt sich zusammen aus wohltuendem Zitronengras und Eukalyptus in der öko-bewussten Kraftpapierdose. Neben diesem Statement für Achtsamkeit tritt der Matetee Orange als belebender Wachmacher im eleganten schwarzen Standbeutel auf. Sanfte Entspannung in der edlen Metalldose bietet der Kräutertee Lavendel und sorgt als Premium-Giveaway für bleibende Eindrücke. Und last but not least basiert die Kombination aus Bergtee und Zitrus auf griechischem Tee mit erfrischender Zitrusnote. Die Sichtfenster-Dose lässt sich, frisch befüllt, als exklusiver Werbeträger einsetzen. Ob erfrischend, belebend oder sanft: Das vielfältige Tee-Sortiment von myfitmix bietet für jeden Geschmack die passende Werbung mit Wohlfühlfaktor.



PSI 47673
myfitmix GmbH – Sweets & Snacks
Tel +49 6195 673210 • info@myfitmix.de
www.myfitmix.de



Trinkerlebnis in heiß oder kühl

Mit 300 oder 500 ml Volumen und doppelwandiger Vakuum-Isolierung bleiben im Ceramug-Thermobecher von Troika Heißgetränke bis zu sechs Stunden warm und Kaltgetränke bis zu zwölf Stunden erfrischend kühl. Die hochwertige Weilburger® Keramikbeschichtung im Inneren verhindert Geschmacksübertragungen und erleichtert die Reinigung. Der auslaufsichere Kunststoffdeckel mit Schiebeverschluss schützt zuverlässig unterwegs, gleichwohl ob im Auto oder im Arbeitsalltag. Das geriffelte Design sorgt für sicheren Halt und verleiht dem Becher eine moderne Ästhetik. Erhältlich ist das funktionale, langlebige und stilvolle Trinkgefäß in mattem Weiß.



„Grüne“ Tischkultur

Im Bereich der Tischkultur und des Getränkekonsums machen Details den Unterschied. ROWE bietet für diesen Sektor eine Kollektion, die Funktionalität, Ästhetik und Nachhaltigkeit vereint. Diese Produkte werden aus regeneriertem Leder hergestellt, einem Material, das aus der Rückgewinnung und Verarbeitung von Lederabfällen gewonnen wird: Diese Werbemittel verkörpern den Wert der Wiederverwendung und der Kreislaufwirtschaft, indem sie Industrieabfälle in langlebige, hochwertige Designobjekte verwandeln. Das Unternehmen aus Italien kann Untersetzer, Menükartenhüllen und Schlüsselanhänger für Hotelzimmer herstellen, ideal für eine einheitliche Optik in verschiedenen Räumen. Dank Digitaldruck lassen sich Logos, Grafiken, Muster oder Bilder präzise und in lebendigen Farben reproduzieren, sodass Bars, Restaurants und Hotels ihre visuelle Identität zum Ausdruck bringen können.

PSI 47430 • ROWE S.n.c.
Tel +39 044 4946914 • rowe8@rowe.it
www.rowe.it



PSI 42487 • Reflects GmbH
Tel +49 2234 9900-0 • info@reflects.com
www.reflects.com



„Der Beste Becher Der Welt!“

Der Kölner Werbearbeit-Multispezialist Reflects® präsentiert unter der Marke Retumbler seinen Becher myNizza Ceramic. Dabei stehen maximale Individualisierung und exklusives Eigendesign im Fokus: Der 350 Milliliter Thermobecher ist das Ergebnis einer exklusiven Eigenentwicklung und bietet eine große Bandbreite an individuellen Gestaltungsmöglichkeiten. Kunden können aus zehn Becherfarben wählen und den praktischen Schiebeverschluss des optionalen Steckdeckels in 18 trendigen Farben konfigurieren. So entstehen zahlreiche Farbkombinationen, die den Becher zu einem einzigartigen Markenbotschafter machen. Das Produkt verfügt über eine doppelte Wand aus recyceltem Edelstahl und eine keramische Innenbeschichtung, die für einen unverfälschten Geschmack sorgt, leicht zu reinigen ist und eine hochwertige Optik bietet. Die Thermofunktion hält Getränke bis zu vier Stunden warm oder bis zu 24 Stunden kalt. Alle Komponenten sind spülmaschineneignungsfähig. Für die Logoveredelung stehen Lasergravur, Tampondruck oder UV-Druck auf dem Tassenkorpus zur Auswahl.

Stilvolle Lichtblüte

Die Lichtblüte ist das neue, nachhaltige Produkt der Caritas Werkstätten Niederrhein. Die handgefertigte Glasblüte ist in zehn verschiedenen Farben erhältlich und mit ihrer Höhe von 25 Zentimetern ein echter Hingucker als Give-Away, Onboarding-Geschenk oder Gabe zum Geburtstag. Wetterfest und nachhaltig aus Glas gefertigt, vereint das Produkt Qualität und soziale Verantwortung zu stilvollen Werbegeschenken und individuellen Kundenhighlights. Mit diversen Branding-Optionen rund um und an der Lichtblüte findet der Hersteller die Lösung, die perfekt zum Unternehmen und der Marke des Kunden passt.



PSI 61036 • Caritas Wohn- und Werkstätten
Niederrhein gGmbH
Tel +49 2065 9977-418
werbemittel@cwwn.de
www.cwwn.de





PSI 44954 • happyROSS GmbH
Tel +49 4532 28050 • info@happyross.de
www.happyross.de



Individuell und nachhaltig

Filz-Untersetzer aus recyceltem PET sind das ideale Werbemittel für Marken mit Anspruch. Als individuelle Sonderanfertigung lassen sie sich bei happy-ROSS mit dem Kundenlogo veredeln, umsetzbar per Siebdruck, Sublimationsdruck, hochwertigem Stick oder auch als spannendes Ausschnittmotiv. Auch Größe und Form werden ganz nach Kundenwunsch umgesetzt, ob rund, eckig oder als kreative Sonderform. Dank zahlreicher Standardfarben beim Filz passen sich die Untersetzer dem Corporate Design des Kunden an und sorgen für eine langlebige, sichtbare Markenpräsenz im Alltag.



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



Zielgerichtete Ansprache

Die maßgeschneiderte Branchen- und Themenbox Hotel und Gastronomie von mbw® bietet Werbemittelhändlern eine sorgfältig zusammengestellte Auswahl an Werbe- und Geschenkartikeln, die speziell auf die Bedürfnisse von Hotels, Restaurants, Cafés und Cateringbetrieben abgestimmt sind. Für eine zielgruppengerechte Produktauswahl wird die Box mit beliebten Geschenk- und Werbeartikeln bestückt, die durch umfangreiche Recherchen und Branchenkenntnisse ausgewählt wurden, um den Geschmack der Kunden exakt zu treffen. Zudem ist die Box einfach zu bemustern: So lässt sich die Box nutzen, um Kunden kostengünstig und mühelos passende Muster zu präsentieren und darüber neue Umsätze zu generieren. Die Boxen können auch direkt und neutral an die Kunden versendet werden.



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



Echte Hingucker

Echte Hingucker sind die leuchtenden Becher der Lumitoys-GmbH. Durch den individuellen Allover-Print werden das Logo und die gewünschte Werbebotschaft zum perfekten Blickfang. Das absolute Highlight zeigt sich aber beim Einfüllen des Getränkes: Durch den Kontakt mit der Flüssigkeit fangen die integrierten LEDs an zu Leuchten und machen den Becher so zum ultimativen Eyecatcher. Selbstverständlich sind die Becher mehrfach verwendbar, die Batterien können ausgetauscht werden und das Material ist recycelbar. Verfügbare Größen sind 300 und 450 Milliliter, die LED-Farbe kann auf Wunsch geändert werden.

Professionelle Tischausstattung

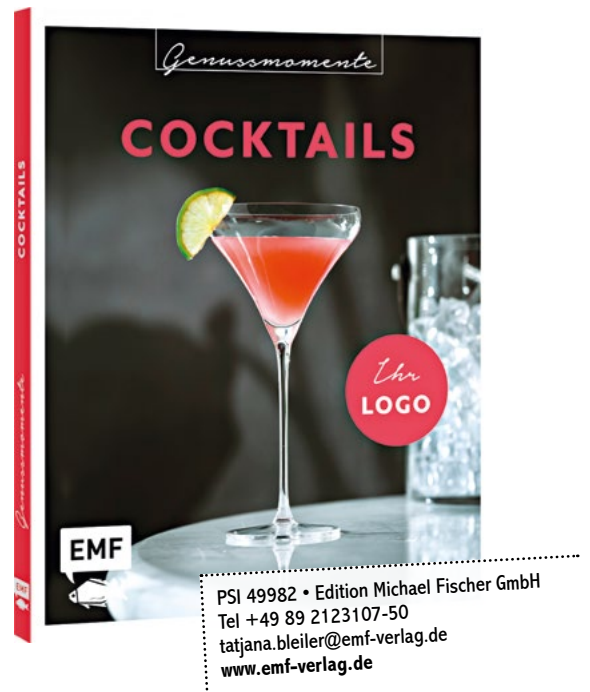
Die neue Konferenzgeschirrschere Sento von Seltmann Weiden verbindet Leichtigkeit mit moderner Eleganz im Büro, zur Messe oder bei Events. Sento beinhaltet verschiedenste Tassen- und Tellergrößen sowie weitere Zusatzartikel und wird zu 100 Prozent in Deutschland hergestellt. Veredelungen sind ab einer Gesamtmenge von 300 Teilen möglich. Aufgrund der hohen Produktqualität garantiert der Hersteller eine lebenslange Spülmaschinenfestigkeit und Mikrowellenbeständigkeit.

PSI 49025
Porzellanfabriken Christian Seltmann GmbH
Tel. +49 961 204-144
l.anzer@seltmann.com
www.seltmann.com


Seltmann
Weiden

Kreative Cocktails

Wie könnte der Tag schöner ausklingen als mit einem guten Cocktail? Ob mit oder ohne Alkohol, fruchtig oder mit Sahne, süß oder sauer: Erfrischende Rezepte für die Happy Hour zu Hause in einer maßgeschneiderten Sonderausgabe dazu bietet der EMF-Verlag (Edition Michael Fischer) aus seinem vielfältigen Verlagsprogramm an. Auf Wunsch können ein Logo auf dem Cover und wahlweise Produkte sowie Dienstleistungen auf den Innenseiten platziert werden. So lässt sich ein individuelles Produkt mit flexibler Seitenzahl, besonderer Ausstattung und eigenem Corporate Design kreieren.



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



PSI 41829 • Rastal GmbH & Co. KG
Tel +49 2624 16-0 • brandnew@rastal.com
www.rastal-promotion.com

Optimierte Bierkultur

Rastal erweitert die „Craft Master Taste“ Serie: Nach dem preisgekrönten 19 cl Tasting-Glas ergänzt der Hersteller die Reihe um fünf neue Größen. Diese umfasst somit alle Größen von 0,1 bis 0,5 Liter und bietet eine durchgängige Lösung für alle Einsatzbereiche. Die Gläser sind sensorisch optimiert: Der nach oben zulaufende Kamin verdichtet Aromen, der leicht ausgestellte Mundrand sorgt für kontrollierten Getränkefluss und ein intensives Geschmackserlebnis. Die großzügige Dekorationsfläche der Kupa bietet viel Raum für Kundenlogos und individuelle Veredelungen. So wird jedes Glas zum Markenbotschafter, perfekt ausbalanciert, ergonomisch gestaltet und geschaffen für eine Bierkultur, die höchsten Anspruch und modernen Genuss vereint.

Energiesparendes Nachtlicht

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



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





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



Erfrischende Kombination

Der Tütenclip mit Befüller aus dem Sortiment von Condedi ist die kreative Lösung, um Lebensmittel frisch zu halten und das Befüllen von Beuteln zu erleichtern. Die innovative Kombination aus Clip und Befüllmechanismus sorgt dafür, Tüten schnell zu öffnen, zu befüllen und wieder sicher zu verschließen. Erhältlich ist das Produkt in den modernen Farben Weiß und Anthrazit, womit der Tütenclip ideal in jede Küche passt und Ordnung in den Alltag bringt. Eine individuelle Veredelung ist per Druck an verschiedenen Positionen umsetzbar. Dieses und viele weitere Produkte des Sortiments sind lagermäßig vorrätig und auch bereits ab kleineren Mengen lieferbar.

PSI 43332 • Maximex Import-Export GmbH
Tel +49 212 23065-0 • info@maximex.de
www.maximex.de



Take it easy

Mit dem neuen 2-in-1-Tool der Maximex Import-Export GmbH lassen sich Getränkedosen komfortabler öffnen und anschließend hygienisch verschließen. Entwickelt für den seit Jahren wachsenden Dosenmarkt, ist das Tool besonders gefragt bei jungen Zielgruppen sowie auf Sportevents, Festivals und Großveranstaltungen. Der Silikon-Schlüsselanhängler hilft beim Öffnen auch schwer erreichbarer Dosenlaschen und schont dabei die Fingernägel. Danach lässt sich die Trinköffnung per einfacher Drehbewegung sicher abdecken und schützt somit vor Insekten und vor Verunreinigungen. Erhältlich in Rot, Gelb, Blau und Grün, sind ab einer Abnahmemenge von 2.500 Stück Pantone-nahe Sonderfarben möglich, optional mit Druck sowie mit Karabinerhaken und Schlüsselring.

PSI 60161 • Greenverta by Media Sp. z o.o.
Tel +48 571550810
contact@greenverta.com
greenverta.com



Praktisch und zuverlässig

Die Kosmetiktasche OVAL ist eine praktische Werbetasche für den täglichen Gebrauch und zur Steigerung der Markenbekanntheit. Ihre charakteristische Halbmondform verbindet modernes Design mit Funktionalität. Die Tasche ist in zwei Größen erhältlich und besteht aus recyceltem Schaumstoffgewebe, einem dicken und strukturierten Abstandshaltergewebe, das dem Produkt seine Form verleiht. Das Material dient außerdem als Polsterung und schützt die darin aufbewahrten Kosmetika, darunter Glasbehälter und Stifte, vor Beschädigungen. Dank ihrer Langlebigkeit und Formstabilität eignet sich die Kosmetiktasche OVAL gut für Kampagnen in den Bereichen Haushalt, Schönheit und Lifestyle.

Allrounder mit Wirkung

Leonardo stellt mit dem Rigato To-go-Glasbecher eine Neuheit vor, die den Nerv der Zeit trifft. Als stilvoller, nachhaltiger Werbeartikel verbindet der 500 ml fassende Becher Designanspruch mit Alltagstauglichkeit und Markenwirkung. Das Produkt ist aus hochwertigem, widerstandsfähigem Borosilikatglas gefertigt. Mit seinem markanten Relief wird das Trinkgefäß zum Design-Statement für unterwegs. Der Becher eignet sich ebenso für Kaffeeaktionen und heiße Getränke wie für kühle Erfrischungen. Attraktiv ist die Möglichkeit zur Individualisierung durch eine Gravur oder einen Aufdruck ab einer Stückzahl von 500 Exemplaren. Leonardo entwickelt auf Wunsch einen maßgeschneiderten Designvorschlag. Auch die Glastrinkhalme zum To-go-Becher lassen sich farblich und mit Branding oder Namensgravuren anpassen. Auf Wunsch ist darüber hinaus ein individuell gestaltetes Kartondesign möglich.



PSI 49644 • Leonardo Pro c/o
glaskoch B. Koch jr. GmbH & Co. KG
Tel +49 5253 86-0
pro-sales@glaskoch.com
www.leonardo.de • www.glaskoch.de

-Anzeige-



WELCOME HOME

Das Beste. Zuhause.

Frische Werbe-Ideen live erleben:

Mi, 22.04.2026

Herbolzheim/Rust, Kalfany Süße Werbung

Mi, 20.05.2026

Bielefeld, HALFAR

Mi, 10.06.2026

Erbach, Koziol

Sichern Sie sich Ihren Platz bei
unserer Frühjahrs-Etappe!
www.welcome-home-tour.de



Ihre Welcome Home Partner



PSI 61093 • Thamani UG
Tel +49 1515 8000456
g.weuste@thamani.de
www.thamani.de • Instagram: thamani_cups



More than a cup, it's a story!

Das Social Start-Up „thamani“ (Suaheli für „wertvoll / würdevoll“) bietet in Kenia oder Kambodscha handgefertigte Keramik (Tassen und Bowls) an, die anschließend von benachteiligten Kindern in Kunstworkshops an Schulen individuell bemalt werden. Jedes Kind schreibt dazu noch einen ermutigenden Brief. Außerdem wird ein Foto des Kindes zusammen mit der Tasse / Bowl gemacht. Alles zusammen wird in einer ansprechenden Box angeboten. Jedes verkaufte Produkt finanziert einen Monat Schulgeld für das jeweilige Kind. „Wir wollen mit unserer Vision befähigen und Würde schenken“, so die Initiatoren von thamani.

Alles mit einer Hand

Die Infuse+ Flasche mit doppelwandiger Vakuum-Isolierung aus dem Sortiment von Troika hält Getränke bis zu zwölf Stunden heiß oder 24 Stunden kalt und ist mit 550 Millilitern Füllvolumen perfekt für unterwegs, im Büro oder beim Sport. Der Einhandverschluss öffnet per Knopfdruck, das integrierte Sieb filtert Teebeutel, Zitrone oder Minzblätter beim Trinken zuverlässig mit. Dank der weiten Öffnung lassen sich ganz einfach Eiswürfel einfüllen. Der rutschfeste Silikonboden sorgt für stabilen Stand und der Doppelkarabiner ermöglicht die Befestigung an Taschen oder Rucksäcken. Das auslaufsichere, robuste, aus hochwertigem Edelstahl gefertigte und matt pulverbeschichtete Gefäß ist in Schwarz, Rot, Weiß oder Silber erhältlich.

PSI 46311 • Troika Germany GmbH
Tel +49 2662 9511-0 • d.geimer@troika.de
www.troika.de/business





Universeller Botschafter

Großes Tuch, große Werbung: Beim Universaltuch aus P-9000® Microfaser aus dem Sortiment von Polyclean ist der Name Programm. Dieses vielseitige Multitalent ist überall dort im Einsatz, wo Sauberkeit zählt: bei der Autopflege, im Hobbykeller oder im Haushalt. Dank seines überaus strapazierfähigen Materials reinigt es Oberflächen im Handumdrehen professionell, schonend und effizient. Dabei garantieren die optimalen Material- und Druckeigenschaften einen perfekten Werbedruck des Produkts oder der Dienstleistung auf dem Tuch.



Ein Kessel Bunt

Bei marcolor wird es jetzt bunt: Denn neben den bewährten weißen Geschirrtüchern bietet die Druckerei marcolor nun auch farbige Tücher in Blau, Rot und Schwarz an. Dabei setzt das Unternehmen weiterhin auf die gewohnte Qualität aus 100% Baumwolle. Die Küchentücher im Format 50 × 70 cm werden ebenfalls in Deutschland hergestellt und im Siebdruckverfahren individuell nach Kundenwunsch bedruckt. Im Vergleich zu weißen Tüchern können insbesondere helle Druckfarben auf farbig meliertem Untergrund weniger deckend erscheinen und insgesamt dunkler wirken als erwartet. Aus diesem Grund werden – neben der Druckfarbe Weiß – vor allem dunkle Druckfarben empfohlen. Die jeweilige Wunschfarbe wird dabei nach Pantone angemischt. Auf Wunsch werden die Geschirrtücher mit einer ebenfalls bedruckten Papierbanderole konfektioniert, die zusätzlichen Raum für Werbebotschaften bietet. So entsteht ein hochwertiges Geschirrtuch-Set, 100 Prozent made in Germany. Eine Produktion ist bereits ab 100 Stück möglich.



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



PSI 61027 • SAS Smart Apparel
Tel +33 640302670
contact@smart-apparel.com
<https://smart-apparel.com/en>

Stilvolles Dinner-Ambiente

SAS Smart Apparel lädt alle Interessenten ein, das eigene Tisch-Erlebnis mit dem Luminous Bottle Cover zu erhöhen. Hergestellt aus innovativem Lichtleitergewebe und weicher Baumwolle, erhellt es den Abend mit einem magischen, mehrfarbigen RGB-Glanz und sorgt für die perfekte Stimmung im Rahmen von intimen Dinners, Gartenpartys, festlichen Anlässen oder in stilvollen Locations. Angetrieben von einem 2000-mAh-Akku spendet es stundenlang sanftes Licht. Das elegante, schlichte Gewebe lässt sich mit individuellen Branding-Optionen kombinieren und verwandelt jeden Tisch in ein faszinierendes Highlight, das jede Zusammenkunft unvergesslich macht. Das USB-Ladegerät ist inklusive.

Dauerhaftes Aroma

Zwiesel Glas steht seit über 150 Jahren für Qualität und Expertise im Glasdesign. Die Topseller-Serie Vivid Senses ermöglicht modernen Weingenuss, unabhängig von der Farbe des Weines, ganz im Zeichen des Aromas. Die filigranen und mit dem German Design Award ausgezeichneten Tritan®-Kristallgläser sind das ideale Werbegeschenk, um eine Marke stilvoll und nachhaltig zu präsentieren. Verpackt in einer hochwertigen Geschenkverpackung können die Gläser individuell veredelt werden, um die Werbebotschaft der Kunden perfekt in Szene zu setzen. Für maximale Sichtbarkeit und ein exklusives Co-Branding kann auf Wunsch ein hochwertiger Sticker am Karton aufgebracht werden. Das Produkt ist bruchfest, spülmaschinenfest und Made in Germany.



PSI 60997 • Zwiesel Fortessa AG
Tel +49 9922 98186
b.weinberger@zfg-de.com
www.zwieselfortessa.com

Platzsparend aufbewahren

Die neue Vorratsdose von Dosenspezialist, gefertigt aus hochwertigem Weißblech, vereint zeitloses Design mit durchdachter Funktionalität für den täglichen Einsatz im Haushalt. Die klare, zylindrische Form wirkt modern und aufgeräumt und ermöglicht eine platzsparende Aufbewahrung verschiedenster Inhalte wie Tee, Kaffee oder Keksen bis hin zu kleinen Haushaltshelfern. Der integrierte Doppeldeckel schützt den Inhalt zuverlässig vor Licht und äußeren Einflüssen und vermittelt ein spürbares Plus an Wertigkeit. Weißblech ist robust, langlebig und vollständig recyclingfähig: ein Material, das Nachhaltigkeit und Qualität glaubwürdig verbindet. So wird die Dose zu einem dauerhaften Begleiter im Alltag und zu einem Werbemittel, das nicht nur gesehen, sondern geschätzt und immer wieder verwendet wird.



PSI 46897 • Dosenspezialist GmbH
Tel +49 3621 733800
info@dosenspezialist.de
www.dosenspezialist.de



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



Das ist mein Glas!

Das Cupperty Glasmarkierungsset, erhältlich bei Anda Present, ist ein farbenfrohes zwölfteiliges Sortiment aus Silikonmarkierungssperlen, mit denen Gäste ihre Getränke auf einen Blick erkennen können. Jede Markierung lässt sich einfach am Stiel oder Rand eines Glases befestigen: ein praktischer Farbtupfer, der Verwechslungen bei geschäftigen Veranstaltungen reduziert. Das mit Logo, einem QR-Code oder einer Kampagnenbotschaft individualisierbare Set wird in einer kompakten Aufbewahrungsbox aus recyceltem PP geliefert, sodass es zwischen den Einsätzen ordentlich aufbewahrt werden kann und sich leicht zu Veranstaltungen, Verkostungen oder Gastronomiebetrieben transportieren lässt. Die hohe Alltagstauglichkeit macht es zu einem attraktiven Zusatzartikel innerhalb der Anda-Kollektion. Es eignet sich für eine Vielzahl von Kampagnenthemen, darunter Sommerveranstaltungen, Produktvorstellungen im Bereich Lebensmittel und Getränke, Messeveranstaltungen und Geschenkpakete mit Host Essentials in Kombination mit Trinkgefäßen oder Flaschenwerbung.

Mehr als ein Lanyard

„s'Fläschle Täschle“ von D&K ID Group ist ein Polyester-Lanyard mit elastischem Flaschenhalter, der sich ideal für Events, Messen und Sportveranstaltungen eignet. Flaschen lassen sich darin schnell und sicher transportieren, bieten einen hohen Tragekomfort und sind jederzeit griffbereit. Das Täschle wird bequem über der Schulter getragen, bietet optimalen Halt für unterschiedliche Flaschengrößen und verfügt über eine variabel einstellbare Länge. Zudem kann es individuell nach den Vorgaben des Kunden bedruckt und gemäß individuellen PMS-Angaben eingefärbt werden, wodurch es sich bestens zur Platzierung von Sponsoren eignet.



PSI 45649 • D&K ID Group
Tel +49 7664 / 6 11 88 - 0
anna.weber@dk-id.com
www.dk-id.com

PSI 42487 • Reflects GmbH
Tel +49 2234 9900-0 • info@reflects.com
www.reflects.com



Attraktives Salatbesteck

Reflects® ergänzt das mit dem RED DOT AWARD 2025 prämierte Cutla Besteckset um das vielseitige Salatbesteck RE98-Cutla-Salad: eine exklusive Eigenentwicklung mit funktionalen Details und einem klaren, modernen Design, speziell für den flexiblen Einsatz beim Servieren entwickelt. Der clevere Silikonhalter ermöglicht verschiedene Nutzungsarten: Als Ablage, Ständer oder praktische Servierzange sorgt er für einen sauberen Tisch und erleichtert das Servieren. Das Besteck besteht aus hochwertigem, recyceltem Edelstahl 304, ist langlebig und spülmaschinengeeignet, pflegeleicht und nachhaltig. Für eine individuelle Markenpräsentation kann das Besteck per Lasergravur veredelt werden. RE98-Cutla-Salad wird in einer hochwertigen 1C-Geschenkverpackung geliefert.



Schwamm drüber

Die originalen Swedish Dishcloth Schwammtücher aus dem Sortiment von Teko Tryck lassen sich mit individuellem Druck personalisieren. Die Schwammtücher werden aus natürlichen Materialien gefertigt und präsentieren sich als praktische Werbeprodukte für Haushalt, Büro und Gastronomie. Sie können mit Firmenlogos, vollfarbigen Designs oder Pantone-Farben bedruckt werden und sind für den langfristigen täglichen Gebrauch geeignet. Die Produkte sind waschbar und wiederverwendbar und können dazu beitragen, den Einsatz von Einweg-Papiertüchern zu reduzieren. Die Produktion erfolgt in Europa mit niedrigen Mindestbestellmengen, wodurch sie sich ideal für Kampagnen als Werbegaben eignen.



PSI 47879 • Teko Tryck AB
Tel +46 456 13253 • info@tekotryck.se
www.tekotryck.se

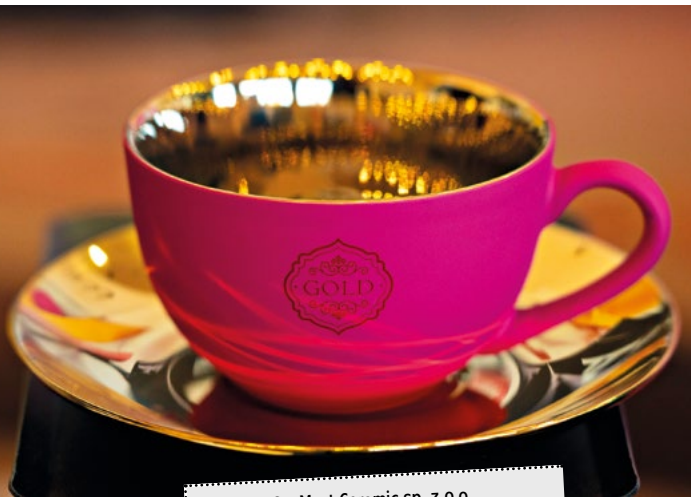
Luxuriöses Cashmere-Feeling

Ein Muss für jeden, der höchste Qualität und Komfort schätzt, ist das unglaublich weiche, langlebige Cashmerefeeling Kopfkissen aus der edlen Wohnserie von Gözze. Das ZEGO Textilveredelungszentrum verwandelt das perfekt zur Personalisierung geeignete Kissen nach den Wünschen des Kunden in ein individuelles Statement. Egal ob Hotellerie, Büroeinrichtungen oder Wellness-Center: Der Kunde profitiert von maßgeschneiderten Lösungen, die durch Textildruck oder Stick hervorgehoben werden. Mit kreativen Ideen entsteht unter Verwendung von eigenem Logo oder Motiv auf diesem luxuriösen Produkt ein besonderer Ausdruck. Mit dem Service des ZEGO Textilveredelungszentrums wird aus einem hochwertigen Produkt ein aufmerksamkeitsstarkes Markenerlebnis.

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

It's tea-time

Nachmittagstee schmeckt am besten aus elegantem Porzellan: Das Tassen-Modell Olivia von Mart Ceramic kombiniert eine klassische Form mit einer interessanten Oberfläche. Die glänzend goldene Oberfläche der Untertasse bildet einen spannenden Kontrast mit der matten Oberfläche der Tasse. Die traditionelle Form des Sets verbindet zeitlose Ästhetik mit einer einzigartigen Farbkombination. Die Tasse Olivia ist nicht nur in klassischem Weiß erhältlich, sondern auch in bis zu 28 Standardfarben, darunter eine goldmetallische Version. Für anspruchsvollen Kunden besteht die Möglichkeit, das Set in jeder beliebigen Farbe in matter oder glänzender Ausführung lackieren zu lassen. In der goldenen Version steht Olivia für besondere Anlässe und sorgt für Momente puren Genusses.



PSI 49006 • Mart Ceramic sp. z o.o.
Tel. +48 12 270 09 30 • mart@mart.com.pl
www.mart.com.pl



**Ihr Produzent mit Liebe
für Spielkarten**

schnell, günstig und flexibel

✉ sales@schneiders.nl 🌐 de.schneiders.nl ☎ 05554-9890790

– Anzeige –



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

Mocktail-Trio

Die drei feinen, bei Multiflower erhältlichen Teesorten Grüntee Pfirsich, Schwarztee Tropic und Rooibusch bilden die aromatische Basis für erfrischenden Eisteegegnuss. So lassen sich farbenfrohe Mocktails frei nach eigener Fantasie kreieren. Karte und Banderole setzen die gewünschte Werbebotschaft stilvoll in Szene. Eine individuelle Gestaltung ist ab 250 Stück möglich. Geliefert wird pro Inhalt je zirka drei Gramm Grüntee Pfirsich sowie Schwarztee Tropic und zirka vier Gramm Rooibuschtee-mischung. Zu den Zutaten gehören unter anderem Apfelstücke, Lemongras, Zitrus-schalen, Papayastücke, Aroma, Sonnenblumenblüten- und Steviablätter, Papayastücke, Zitronensäure, Kokos-Chips und vieles mehr. Die Werbefläche misst 40 mal 40 Milli-meter auf dem Standardmotiv Banderole, alternativ steht eine 134 mal 45 Millimeter große Werbefläche für eine eigene Gestaltung auf der Banderole zur Verfügung. Auch eine eigene Gestaltung der Karte ist umsetzbar.

Elegant eingießen

Ob zu Hause, bei Familienessen oder als Blickfang auf der gedeckten Tafel: Die Silika Karaffe von Römer Lifestyle vereint Design, Funktionalität und hochwertige Materialien in einem Produkt. Mit ihrem modernen Look setzt sie elegante Akzente und macht Erfrischungsgetränke zum stilvollen Erlebnis. Die Karaffe fasst einen Liter und besteht aus robustem Borosilikatglas, kombiniert mit Silikon- und Edelstahlelementen. Der automatisch öffnende und schließende Wippdeckel mit integriertem Sieb sorgt dafür, dass Geträn-ke praktisch serviert und gleichzeitig gefiltert werden können. Damit eignet sich das Gefäß in idealer Weise für Fruchtsäfte, Eistee oder aromatisiertes Wasser. Dank temperaturbeständigem und spülmaschinengeeignetem Glas ist die Karaffe besonders pflegeleicht und langlebig. Der Hersteller kann das Wunschdesign des Kunden ab 60 Stück durch verschiedene Veredelungen, wie etwa einer Lasergravur, auf der Karaffe aufbringen.



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

NEU!

BIC Media Clic
Advance

BIC graphic
Your Brand Ambassador



Elegant

Premium Metallspitze für den Wow-Effekt.



Vielfältige Personalisierung

Bis zu 4 Farben auf dem Schaft und 2 Farben auf dem Clip.



Nachhaltig

Nachfüllbar und langlebig – besser für alle.



Bruchsischerer Clip

Stil mit Clic

BIC® Media Clic Advance

Eine raffinierte Weiterentwicklung unseres Bestsellers.

Jetzt mit Metallspitze, nachfüllbarem Tintensystem und unendlichen Anpassungsmöglichkeiten.

Weil Ihre Marke einen Kugelschreiber verdient, der ebenso elegant wie clever ist.



BIC GRAPHIC



@bicgraphic



Hergestellt in Spanien

Think BIC
www.bicgraphic.com



Das neu aufgestellte
FARE-Vertriebsteam
von links nach rechts:
Patrick Leubner, Franz
Hörl, Günter Schmidt
und Dominik Dell.

Foto: Fare

Verzahnung von Vertrieb und Marketing gestärkt

Mit einer Neustrukturierung im Vertrieb stellt der Werbeschirmspezialist FARE die Weichen für eine weiterhin enge, persönliche Zusammenarbeit mit dem Werbemittelhandel sowie für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Marke. Patrick Leubner betreut wie gewohnt die Kunden im Norden und bleibt dort erster Ansprechpartner für Händler und Partner.

Neu im Team ist Franz Hörl, der seit Ende des vergangenen Jahres FARE verstärkt und künftig im Gebiet Süddeutschland, Österreich und der Schweiz aktiv ist. Er wird dort bei zahlreichen Händlern vor Ort präsent sein, Produktschulungen durchführen und FARE bei Hausmessen unterstützen. Damit schafft das Unternehmen zusätzliche Nähe zum Markt und stärkt gezielt die persönliche Betreuung in diesen Re-

gionen. Dominik Dell, der das Gebiet Süddeutschland, Österreich und die Schweiz rund zehn Jahre im Außendienst betreut hat, übernimmt parallel zusätzliche Aufgaben im Marketing. In dieser neuen Rolle bildet er künftig die Schnittstelle zwischen Vertrieb und Marketing. Ziel ist es, vertriebliche Erfahrungen noch stärker in strategische Marketingthemen einfließen zu lassen und Marktbedürfnisse frühzeitig in der Kommunikation, Produktpositionierung und Kampagnenentwicklung zu berücksichtigen. Die Key-Account-Kunden in seinem bisherigen Gebiet betreut Dominik Dell weiterhin persönlich und in enger Abstimmung mit Franz Hörl. Unverändert wird der Vertrieb von Günter Schmidt als Prokurist geleitet. Die klare Struktur, kurze Wege und eine enge Abstimmung im Team bleiben damit zentrale Bestandteile der Vertriebsorganisation.

„Gerade in unserer sehr persönlichen Branche sind Nähe, Verlässlichkeit und Präsenz vor Ort entscheidend“, erklärt Schmidt. „Mit dem neu aufgestellten Vertriebsteam stellen wir sicher, dass wir diese Werte auch in Zukunft leben können – und gleichzeitig Raum für neue Impulse und Weiterentwicklung schaffen.“ Wie es aus dem Unternehmen heißt, sieht sich FARE mit dieser Struktur bestens für die kommenden Jahre aufgestellt und freut sich auf die weiterhin enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit seinen Händlern. www.fare.de

EcoVadis Bronzemedaille für Pagani Pens

Das Unternehmen Pagani Pens wurde mit der EcoVadis Bronzemedaille 2025 ausgezeichnet – eine der weltweit renommiertesten Bewertungen für unternehmerische Nachhaltigkeitsleistungen. Mit einer Bewertung von 84 von 100, nur einen Punkt unterhalb der Silbermedaille – bewertet Pagani Pens die Auszeichnung als „bedeutenden Meilenstein im kontinuierlichen Engagement für verantwortungsvolle Geschäftspraktiken und ein Ziel für das kommende Jahr“. Die Bewertung von EcoVadis basiert auf 21 Umwelt-, Sozial- und Ethikkriterien in vier zentralen Bereichen: Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung. Für Pagani Pens folgt diese Anerkennung auf die Erlangung der Zertifizierungen ISO 9001, ISO 14001 und ISO 45001 sowie auf das erfolgreiche Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) – ein Beleg für die Einhaltung globaler Standards in Qualität, Arbeitssicherheit und Umweltmanagement.

Pagani Pens wurde 1961 im Tessin in der Schweiz gegründet und verbindet traditionelle Meisterschaft mit innovativer Mikromechanik, um elegante, zuverlässige und nachhaltige Schreibgeräte herzustellen. Über seine Marken Prodir, Premec und Pagani Works sowie drei Produktionsstätten fertigt das Unternehmen alle Komponenten intern mit einem qualifizierten Team, um höchste Qualität zu gewährleisten. www.paganipens.com



Pagani Pens

SL BAGS, Hersteller von Taschen und Marke hinter den Kollektionen VASAD und Recycle Bags mit Sitz in Zutphen/Niederlande, stellt seinen neuen digitalen Produktpass (DPP) vor, der Kunden einen vollständigen Einblick in die Entstehungsgeschichte ihrer Tasche gibt – von den Rohstoffen über die Produktion bis hin zu den CO₂-Emissionen.

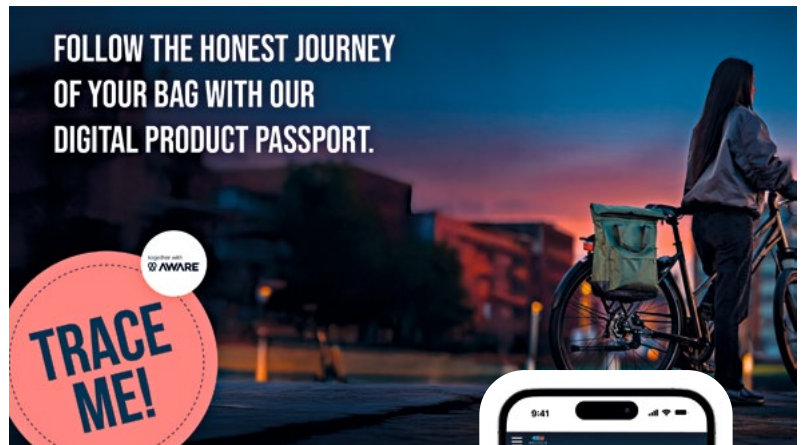
SL BAGS führt den digitalen Produktpass ein

Transparenz bei jeder Tasche

Peter van der Sandt, CEO und Eigentümer, erklärt: „Als Familienunternehmen möchten wir unsere Welt in gutem Zustand an die nächste Generation weitergeben. Manche nennen das nachhaltig. Wir nennen es einfach ehrlich. Bei VASAD und Recycle Bags wird jede Tasche mit Integrität hergestellt und die Kunden können genau sehen, wie verantwortungsbewusst sie produziert wurde. Jede Tasche wird unter Verwendung von Materialien, Partnern und Verfahren hergestellt, die den Menschen, die Umwelt und die Gesellschaft respektieren.“ Dieses Engagement brachte SL BAGS 2025 eine Platin-Bewertung von EcoVadis ein, wodurch die Marke zu den nachhaltigsten 1 Prozent der Unternehmen weltweit zählt, die von EcoVadis bewertet wurden.

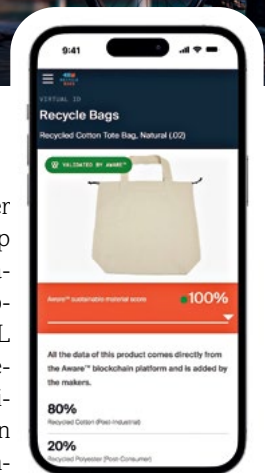
Trace Me!: vollständige Rückverfolgbarkeit

Laut Unternehmen ist SL BAGS „Vorreiter bei der Verwendung des digitalen Produktpasses“, der Kunden vollständige Transparenz über die Geschichte hinter jeder VASAD- und Recycle-Tasche bietet – von der Beschaffung der Rohstoffe über die Fabrik, in der die Tasche hergestellt wird, bis hin zu den während der Produktion entstehenden CO₂-Emissionen. Diese Transparenz wird durch „Trace Me!“ ermöglicht. Durch das Scannen des QR-Codes auf der Tasche erhalten Kunden direkten Zugriff auf den digitalen Produktpass und können selbst die Herkunft, die Materialien und die Auswirkungen ihrer Tasche erkunden. Auf diese Weise macht SL BAGS Nachhaltigkeitsansprüche nachweisbar. „Verantwortungsvolle Produktion ist nicht länger ein Versprechen, sondern eine überprüfbare Realität, die Kunden die ehrlichste Geschichte hinter ihrem Kauf und das Vertrauen bietet, eine wirklich verantwortungsvolle Entscheidung zu treffen“, kommentiert Peter van der Sandt.



CO₂-Fußabdruck wird berechnet

Seit dem 1. Januar 2026 ist SL BAGS offizieller Partner von IPPAG (International Partnership for Premiums and Gifts) und bekennt sich damit zu Nachhaltigkeit, Transparenz und Innovation. „In Zusammenarbeit mit IPPAG hat SL BAGS den CO₂-Fußabdruck jeder Tasche genau gemessen. Diese Daten werden in den digitalen Produktpass integriert und geben den Kunden einen klaren Einblick in die Bemühungen der Marke, Emissionen verantwortungsbewusst zu verwalten und zu minimieren“, so Peter van der Sandt. Der CO₂-Fußabdruck wird nach der ISO-zertifizierten Methodik von IPPAG berechnet, wodurch zuverlässige und überprüfbare Daten gewährleistet sind. Kunden können diese Informationen über den QR-Code auf allen neuen VASAD- und Recycle Bags-Produkten abrufen. SL BAGS stellt zudem sicher, dass alle recycelten Materialien GRS-zertifiziert sind und dass die Partnerfabriken die CSR-Standards vollständig einhalten.



Adrian Rigoni übernimmt Geschäftsführung

Die Heri-Rigoni GmbH feiert im Jahr 2026 ihr 65-jähriges Bestehen und stellt gleichzeitig die Weichen für die Zukunft: Adrian Rigoni übernimmt die Position des geschäftsführenden Gesellschafters. Mit ihm geht die Verantwortung für das 1961 gegründete Familienunternehmen in die dritte Generation über. Adrian Rigoni ist Enkel des Firmengründers und Sohn von Armin Rigoni, der das Unternehmen seit über 40 Jahre als geschäftsführender Gesellschafter führt und maßgeblich geprägt hat. Der Generationswechsel markiert einen klaren Übergang und fällt bewusst in das Jubiläumsjahr. Heri-Rigoni steht seit Jahrzehnten für innovative Produktlösungen. Bereits früh setzte das Unternehmen Maßstäbe, etwa mit der Entwicklung des ersten Kugelschreibers mit integrierter Stempelfunktion. Seit 2016 wird das Portfolio kontinuierlich durch die Produkte der Marke emotion factory erweitert. Mit Adrian Rigoni übernimmt eine neue Generation die strategische und operative Verantwortung. Sein Fokus liegt auf der Weiterentwicklung des Unternehmens, der Stärkung bestehender Markenbereiche und der Ausrichtung auf künftige Marktanforderungen – bei Wahrung der gewachsenen Unternehmenswerte. Produziert wird weiterhin am Standort Niedereschach-Fischbach. **www.heri.de • www.emotion-factory.com**

Heri-Rigoni



Adrian Rigoni. Foto: Heri-Rigoni GmbH

KI-Editor als Innovative Lösung zur Produktvisualisierung



Bild: mbw

mbw

Mit einem neuen KI-gestützten Editor erweitert mbw – der norddeutsche Spezialist für Gute-Laune-Werbeartikel – mbw sein Online-Portal um eine innovative Lösung zur automatisierten Produktvisualisierung. Mehrere KI-Modelle sind in einem System gebündelt und erzeugen stimmungsvolle Bildwelten für Werbeartikel mit Logo. Die KI erstellt automatisch passende Szenarien, in denen Produkte inklusive Logo präsentiert werden. Dabei orientiert sich die Darstellung sowohl am Produkt selbst – etwa „Schrauber Bert“ in einer KFZ-Werkstatt – als auch am hochgeladenen Logo, sofern dieses einer Branche zugeordnet werden kann. Der Einstieg ist bewusst einfach gehalten: Logos lassen sich direkt im Editor auf dem Produkt platzieren – auch ohne freigestellte Logodaten. Farben können unmittelbar angepasst werden. Per Klick auf die KI-Modelle startet die Bildgenerierung, nach kurzer Zeit stehen die Ergebnisse bereit. Dieser Vorgang lässt sich beliebig oft

wiederholen, sodass immer neue Moodbilder mit demselben Produkt entstehen. „So entstehen ohne Designaufwand und kreative Vorkenntnisse visuelle Inspirationen, die sich ideal für Präsentationen, Angebotsgespräche oder interne Abstimmungen eignen. Das neue Tool bietet einen klaren Mehrwert für Marketing und Vertrieb“, kommentiert mbw Geschäftsführer Jan Breuer. **www.mbw.sh**

uma erneut als TOP 100 Innovator ausgezeichnet

Die uma Schreibgeräte Ullmann GmbH ist 2026 erneut als TOP 100 Innovator des deutschen Mittelstands ausgezeichnet worden. uma entwickelt Produkte und Prozesse kontinuierlich weiter und orientiert sich dabei an den Anforderungen von Kunden und Märkten. Innovation ist fester Bestandteil der Unternehmensarbeit. „Die erneute Auszeichnung bestätigt diesen Ansatz und ist für uma Ansporn, den eingeschlagenen Weg fortzusetzen“, kommentiert Geschäftsführer Alexander Ullmann. **www.uma-pen.com**

uma Schreibgeräte Ullmann



Die uma-Geschäftsführer Alexander, Jochen und Peter Ullmann (v.l.) mit den gesammelten TOP 100 Innovator-Trophäen. Bild: uma

Mit Rekordbesucherzahlen, bester Stimmung und zukunftsweisenden Trends setzte die diesjährige „WERBEARTIKELMESSE“ im Flughafen Nürnberg am 22. Januar ein starkes Ausrufezeichen im Hausmessenreigen der Werbeartikelbranche.

„WERBEARTIKELMESSE“ mit Rekordbesucherzahlen

„Take off“ für starke Promotionsprodukte



„Ready for Take Off“: Das Team der Schuelbe Promotion Service GmbH in Erwartung seiner Gäste.

Bereits zum 32. Mal fand die etablierte Veranstaltung, ausgerichtet von der Schuelbe Promotion Service GmbH, im Konferenzzentrum des Flughafen Nürnberg statt und bestätigte einmal mehr ihren festen Platz im Terminkalender von Einkäufern und Marketingentscheidern. Insgesamt besuchten 320 Besucher aus 160 Unternehmen die Messe, was einen neuen Bestwert bedeutete.

Werbeartikel „Create a Smile“

Mit dem Aufbau der Messestände und einem abendlichen Get-Together von Ausrichtern und Ausstellern stimmte man sich auf den Messetag ein, an dem die hohe Besucherfrequenz und die durchweg positive Stimmung für ein lebendiges Messegeschehen sorgten. Unter dem diesjährigen Motto „Create a Smile“ präsentierten die Aussteller zahlreiche Produktneuheiten und Werbeartikelrends zum Jahresbeginn. Besonders im Fokus standen neue Veredelungstechniken, die Werbeartikeln eine noch individuellere Anmutung verleihen, smarte Elektronik-Gadgets, moderne Corporate Wear von Kopf bis Fuß sowie neue Trendfarben, die frische Akzente setzen.

Entdecken, testen, beraten

Ein inhaltliches Highlight bildete der Keynote-Vortrag von Julian Knorr (ONESTOPTTRANSFORMATION AG) zum Thema „KI-Kompetenzen für die Zukunft“, der praxisnah aufzeigte, welche Rolle Künstliche Intelligenz künftig im Marketing und in Unternehmen spielen wird. Auch die zahlreichen Sonderaktionen der Aussteller trugen zur Attraktivität der Messe bei und luden zum Entdecken, Testen und direkten Austausch ein. Sowohl Aussteller als auch Besucher lobten die Organisation, das hochwertige Ausstellerportfolio und die besondere Location des Flughafens. „Die WERBEARTIKELMESSE im Flughafen Nürnberg erwies sich damit erneut als erfolgreiche Plattform für Inspiration, persönliche Begegnungen und Geschäftsanbahnung – und als stimmungsvoller Branchentreffpunkt, der Lust auf ein kreatives Werbeartikeljahr macht“, so das Fazit von Geschäftsführerin Kathrin Harris. <



Ständig herrschte lebhafter Betrieb an den Ständen.

Am 27. Januar startete das Veranstaltungsjahr des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) mit der Fachhändlermesse TREND im Forum der Messe Frankfurt. In einer Pressekonferenz zu Beginn des Veranstaltungstages wurde die erste wissenschaftliche Arbeit zum Thema Werbeartikel vorgestellt.

Start ins Veranstaltungsjahr des GWW

Frühjahrs-TREND flankiert Fachbuch-Präsentation



Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff bei der Präsentation der zentralen Inhalte des ersten wissenschaftlichen Fachbuch zum Thema Werbeartikel.

Im Mittelpunkt des Pressetermins stand die Präsentation des neuen, in der Reihe „Forum Marketing“ des Springer Gabler-Verlags erscheinenden Fachbuchs „Werbeartikel: Grundlagen, Formen und Wirkungen“ durch Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff, Präsident der Deutschen Werbewissenschaftlichen Gesellschaft und Koordinator des Projekts. Prof. Dahlhoff stellte die zentralen Inhalte dieser weltweit ersten Analyse aller global verfügbaren und relevanten Forschungen und Studien zu Werbeartikeln vor, die an der Universität Kassel entstanden ist. Dazu zählt unter anderem eine Studie zur Akzeptanz von Werbeartikeln bei jungen Konsumenten in Deutschland, der sog. „Generation Z“, die durchweg zu positiven Ergebnissen kommt.

Erste wissenschaftliche Arbeit über Werbeartikel

Die Arbeit der AutorInnen Mann, Möller und Pristl von der Universität Kassel liefert ein erstmalig verfügbares Fundament für die zukünftige akademische Marketinglehre an Universitäten und Fachhochschulen und rückt den dort zuungunsten anderer Werbeformen vernachlässigten Werbeartikel nun auch ins Licht der akademischen Forschung. Außerdem ist die Publikation auch als Argumentationshilfe für „Werbepraktiker und -manager“ gedacht, da sie fundierte, aktuelle Fakten für die Wirkkraft haptischer Promotion auf 160 Seiten bündelt. Weitere Referenten der Pressekonferenz waren Dr. Bernd Nauen, Hauptgeschäftsführer des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW), Oliver Spitzer, Geschäftsführer des Marktforschungsinstitut september und Dr. Markus Preißner, wis-



Die Referenten der Pressekonferenz (v.l.): Oliver Spitzer, Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff, Moderatorin Katrin Seifarth, Dr. Bernd Nauen und Dr. Markus Preißner.

senschaftlicher Leiter beim Institut für Handelsforschung (IfH Köln). Letzterer stellte erste Zahlen und Aussagen zum jährlichen vom GWW veröffentlichten WA-Monitor vor (der noch nicht endgültig vorliegt), während Spitzer die durch eine Studie seines Instituts ermittelten, signifikanten emotionalen Komponenten des haptischen und bisweilen auch multisensorischen Werbemediums in den Fokus rückte. Nauen attestierte dem Werbeartikel seine bedeutende Rolle im Marketingmix, gab aber zu bedenken, dass diese bislang nur durch wenige valide Daten untermauert würde, und begrüßte vor diesem Hintergrund die erste wissenschaftlich unabhängige Publikation zum Thema.

Langer Weg der Überzeugungsarbeit

Bis die Bedeutung von Werbeartikeln – auch im Vergleich zu anderen „klassischen“ Werbeformen – im breiten Bewusstsein der werbetreibenden Unternehmen und Institutionen sowie der politischen Aufmerksamkeit dauerhaft verankert werden kann, dürfte noch ein längerer Weg der Überzeugungsarbeit zu absolvieren sein, denn trotz bundesweiter Medien-Einladungsliste und renommierter Fachleute auf dem Podium waren lediglich Vertreter der Fachpresse bei dieser Präsentation zugegen.

Verhaltener Messestart

Der Start ins GWW-Messegeschehen mit der für den Werbeartikelfachhandel vorbehaltenen TREND ver-



Trotz moderater Besucherfrequenz herrschte großes Interesse an den neuesten Kollektionen der Aussteller.



Der GWW-Vorsitzende Frank Jansen begrüßte die Teilnehmer der Pressekonferenz in Frankfurt.

lief an diesem Tag – vielleicht auch dem Winterwetter geschuldet – eher ruhig. 80 Ausstellende zeigten gerade mal zweieinhalb Wochen nach der PSI Messe bei moderater Besucherfluktuation erneut ihre neusten Kollektionen. Einen Tag später, am ersten NEWSWEEK-Termin des Jahres, konnten die einladenden Werbemittelunternehmen weit mehr Besucher aus ihren Kundenkreisen begrüßen und gemeinsam mit ihren ausstellenden Lieferanten von der Wirkkraft des Werbeartikels im Marketingmix überzeugen.

Weitere Stationen der Newsweek



In der Folgewoche dann standen das Cruise Center Steinwerder in Hamburg, die Stadthalle Bielefeld und die Messe Dortmund als Schauplätze der NEWSWEEK auf dem Programm. Weitere Stationen der Tour: Am 24. Februar die Hanns-Martin-Schleyer-Halle in Stuttgart und abschließend am 10. März Berlin sowie am 11. März Dresden. Mehr Informationen sowie die Anmeldebereiche sind zu finden unter: gww.de/messen-events. <





Die Promotionsartikel dieser Rubrik sind **treue Begleiter im Arbeitsprozess** und stehen für Struktur, Verlässlichkeit und Professionalität. Sie sorgen dafür, dass Markenbotschaften täglich präsent sind – dezent, aber wirkungsvoll.





PSI 49948 • MYRIX GmbH
Tel +49 72406163200 • info@myrix.de
www.myrix.de



Flexorite-Design schnell verfügbar

Mit dem MYRIX® M9 bringt der Spezialist für individualisierbare Notizbücher und Kalender ein bislang nur als Sonderanfertigung erhältliches Erfolgsprinzip erstmals als Lagermodell auf den Markt. Basis ist das bewährte FLEXORITE-Konzept mit hochwertigem PU-Cover, großer Farbauswahl und markanter Ziernaht, die dem Notizbuch eine handgefertigte, moderne Anmutung verleiht. Innen- und Außenfarben sind harmonisch abgestimmt und unterstützen eine farbenstarke Markeninszenierung. Der entscheidende Vorteil: Das M9 ist kurzfristig verfügbar und bereits ab 50 Stück bestellbar – ideal für Events, Kampagnen oder spontane Marketinganlässe.

Kurz, aber oho

Die kurzen Bleistifte von [DerHauser.] sind praktische Klassiker für schnelle Notizen auf Golf-Scorekarten, in Gästebüchern von Hotels oder auf Events, um nur einige Einsatzzwecke zu benennen. Die Franken liefern den „Kurzen“ nicht nur mit HB-Mine, sondern auch mit Radierer in einer Länge von dann 105 Millimetern. Rund oder sechskant ausgeführt, ist das Produkt ab einer Mindestabnahmemenge von 500 Stück in 36 Standardfarben zu haben und ab 1.000 Stück malt er sie auf Kundenwunsch auch nach Pantone an. Optional auch schwarz durchgefärbt. Das Holz ist aus europäischer, nachhaltiger Forstwirtschaft. Zur Wahl stehen Kiefer lackiert oder Linde natur, auf Wunsch auch FSC zertifiziert. Der Hersteller aus Süddeutschland veredelt im Sieb- oder Tampondruck. Geliefert wird der Schreiber zu 144 Stück im Karton verpackt innerhalb von 14 Tagen.



PSI 47570 • Hauser GmbH
Tel +49 911 9564960
info@hauser-writing.com
www.hauser-writing.com

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



Zeitlos werbend

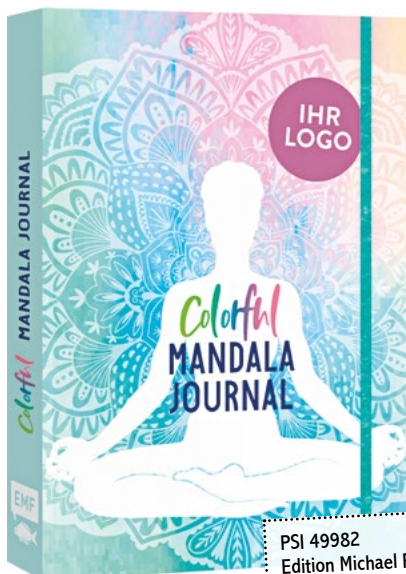
Ein Bleistift ist zeitlos, er bleibt und wird jeden Tag benutzt. So funktionieren individuelle Bleistifte als Werbemittel von Reidinger. Die Bleistifte punkten nicht nur mit FSC® zertifizierten Hölzern und kurzen Lieferwegen, sondern auch mit Charakter: Unzählige Formen, Farben und Veredelungen machen aus jedem Reidinger Bleistift eine maßgeschneiderte Markenbotschaft. Vom dezenten Logo bis zum mutigen Markenstatement ist alles möglich. Reidinger macht somit aus einem Alltagsgegenstand einen Werbebotschafter, der nicht schreit, sondern schreibt. Und genau deshalb im Gedächtnis bleibt. Und weil Zeit Geld ist, ist der Werbebotschafter mit Label finanzieller Klimabeitrag im Konfigurator auf reidinger.de im Handumdrehen selbst gestaltet.

Kulis bleiben im Gedächtnis

Die Lumitoys-GmbH setzt bei Kugelschreibern auf einen Effekt, der buchstäblich Aufmerksamkeit erzeugt: Licht. Der Promo-Pen mit Stylus arbeitet mit einem ausgefrästen Logo, das durch LED einfarbig beleuchtet wird – ein Blickfang, der besonders in dunklen Umgebungen oder auf Events wirkt. Neu ist ein abnehmbares Vorderteil, wodurch der Stift zusätzlich als kleine Lampe genutzt werden kann und damit einen echten Zusatznutzen erhält. Ebenfalls spektakulär: der Beamer Pen, der ein personalisiertes Logo vergrößert auf Wand oder Schreibtisch projizieren kann und so aus einem klassischen Schreibgerät ein kleines Showpiece macht. Beide Modelle lassen sich im Gehäuse individuell gestalten, alternativ sind auch schlichte Varianten mit Druck möglich.



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



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

Bullet Journal für mehr Achtsamkeit

Mit einem speziell konzipierten Bullet Journal richtet der EMF-Verlag (Edition Michael Fischer) den Blick auf mehr Ausgeglichenheit und innere Ruhe – ohne den organisatorischen Nutzen aus den Augen zu verlieren. Wochenübersichten, Listen und Tracker unterstützen einen strukturierten, stressfreieren Alltag und liefern zugleich Inspirationen für bewussteres Arbeiten. Für Unternehmen wird das Journal zur flexiblen Kommunikationsfläche: Inhalt und Design lassen sich an Zielgruppe und Marke anpassen, ebenso Format und Seitenzahl. Auf Wunsch kann auch das Logo auf dem Cover platziert werden, wodurch aus dem Buch ein individualisiertes Printprodukt mit hoher Alltagspräsenz wird. EMF begleitet den Prozess laut eigener Positionierung als Full-Service-Partner vom Konzept bis zur Auslieferung.



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

Arbeitsleuchte mit Multifunktion

Mit der REEVES-Strogan stellt REFLECTS® eine kompakte, wiederaufladbare Arbeitsleuchte vor, die durch magnetische Haftung und ein flexibles, abschraubbares Tripod besonders vielseitig nutzbar ist. Beidseitige LED-Leuchten sorgen für praktische Ausleuchtung: Die Hauptleuchte mit COB LED liefert bis zu 450 Lumen, ist dimmbar und bietet drei Lichtmodi mit unterschiedlichen Lichttemperaturen. Auf der Rückseite ergänzt eine zweite LED mit 20 Lumen die Funktionalität um Weißlicht sowie rotes Signallicht inklusive SOS-Modus. Zusätzlich lässt sich die Leuchte horizontal in Stufen um bis zu 180 Grad drehen, um das Licht gezielt auszurichten. Unterwegs punktet sie mit Clip-Befestigung am Hosenbund oder Rucksack.

Wild blühende Inspiration

Mit der Wildflower Edition bringt Stabilo Promotion Products ausgewählte Bestseller in einer exklusiven, trendinspirierten Farbwelt auf den Markt. Grauviolett, Burgunderrot, Ultramarinblau und Rouge: Vier ausdrucksstarke Farben, inspiriert von wild blühenden Blumen, setzen emotionale Akzente und eröffnen neue Möglichkeiten für aufmerksamkeitsstarke Markenkommunikation. Der Stabilo Boss Original in der Wildflower Edition ist ein ikonischer Klassiker mit emotionaler Farbwirkung und ideal als Werbemittel für den Schreibtisch oder unterwegs: hochwertig, individualisierbar und dauerhaft präsent. Die Keilspitze mit zwei Strichstärken eignet sich sowohl zum Unterstreichen als auch zum Hervorheben. Die wasserbasierte Tinte sorgt für ein angenehmes Handling, während die Stabilo Anti-Dry-Out Technology ein konzentriertes Arbeiten ohne Austrocknen ermöglicht, bis zu vier Stunden ohne Kappe. Die charakteristische Form verhindert das Wegrollen und sorgt dafür, dass die Werbebotschaft stets im Blickfeld bleibt. Für die Individualisierung stehen große Druckflächen auf beiden Seiten des Schafts sowie auf der Kappe zur Verfügung. Die Werbeanbringung erfolgt per Sieb- oder Digitaldruck auf dem Schaft sowie optional per Tampondruck auf der Kappe.



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



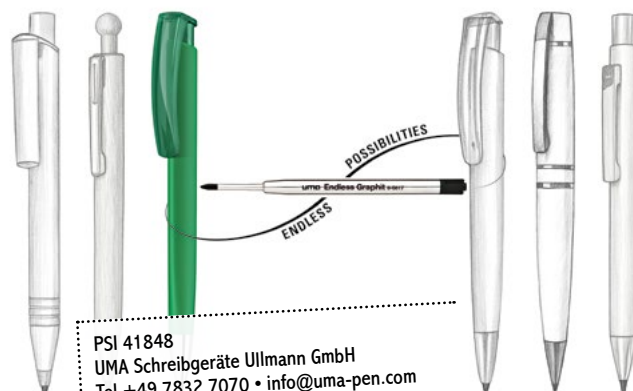
PSI 46887 • Römer Wellness Kundenpflege
Wellness & Care GmbH & Co. KG
Tel +49 6541 812950
info@roemer-wellness.de
www.roemer-wellness.de

Mousepad hoch 4

Die nützlichen und individuell gestaltbaren Mousepads 4in1 von Römer Wellness mit einer Größe von 20 mal 23 Zentimetern bieten eine optimale Fläche für die Maus und überzeugen durch vier praktische Funktionen, die den Mitarbeitern den Arbeitsalltag am Computer erleichtern. Das Mousepad verfügt über Anti-Rutsch Noppen, die für einen sicheren Halt auf dem Schreibtisch sorgen. Darüber hinaus dient es, da gefertigt aus Mikrofaser, auch als praktisches Reinigungstuch. Die feinen Mikrofaser nehmen Schmutz, Staub und Fingerabdrücke spielend leicht auf. Zudem kann es auch als Brillenputztuch eingesetzt werden. Darüber hinaus lässt es sich als Schutz durch Auflage auf die Laptoptastatur einsetzen, bevor der Laptop zugeklappt wird: Damit bleibt das Display frei von Staub, Kratzern und Fingerabdrücken. Last but not least lassen sich die Tücher durch einen Digitaldruck individuell gestalten und bieten somit eine große Werbefläche für ein kleines Budget. Dieser Streuartikel wird durch die vielen Funktionen zudem häufig im Büro und im Home-Office eingesetzt, so dass die Werbung bei Kunden, Mitarbeitern oder Geschäftspartnern häufig platziert wird.

Bleistiftgefühl ohne Nachspitzen

Mit der Endless Graphit Mine liefert uma eine Alternative zum klassischen Bleistift – langlebig, praktisch und für den Büroalltag gemacht. Die Mine besteht aus einer mit Graphit versetzten Metallegierung, die beim Schreiben auf Papier oxidiert und dadurch eine feine, radierbare Linie erzeugt. Der Härtegrad ist vergleichbar mit H, die Strichstärke liegt bei etwa 0,5 mm. Ein Nachspitzen ist nicht erforderlich, was sie besonders komfortabel für häufige Notizen macht. Ihr Vorteil liegt auch in der Kompatibilität: Sie passt in nahezu alle uma Schreibgeräte, die mit der uma TECH-Mine ausgestattet sind.



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

USB-Kabel setzt auf Tempo

Das REEVES-WATTULA von REFLECTS® setzt beim Laden auf Tempo und Ordnung: Als USB-C-auf-USB-C-Kabel liefert es bis zu 240 Watt und unterstützt gleichzeitig Datentransfer – kompatibel mit aktuellen Notebooks, Tablets und Smartphones. Sein besonderes Merkmal ist das integrierte Kabelmanagement: Dank Kabelschnecke bleibt das Kabel aufgeräumt und jederzeit einsatzbereit. Die beiden Stecker werden aus einer magnetischen Halterung gelöst, anschließend lässt sich das Kabel gleichmäßig an beiden Enden auf die gewünschte Länge ziehen und rastet automatisch in vier Stufen bis zu 90 cm ein. Nach dem Einsatz genügt ein kurzer Zug, damit es selbstständig ins Gehäuse zurückgleitet.



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

Haptischer Klassiker

Werbekalender gehören zu den Klassikern unter den haptischen Werbebotschaftern und erfreuen sich Jahr für Jahr größter Beliebtheit. Mit einem hochwertigen Marken-Kalender von Athesia bleibt der Werbende ganz sicher 365 Tage im Jahr im Blickfeld der Kundschaft. Für 2027 präsentiert der Verlag wieder Kunst, Trends, exklusive Lizenzen und spektakuläre Fotografien in Kalenderform. So erscheint unter der Marke Heye der praktische Familienplaner Stitch im Format 21 mal 45 Zentimeter. Eine Organisationshilfe mit fünf Spalten, Schulferien und Stundenplänen, ein Familienplaner, so individuell wie jedes Familienmitglied. Durch Stitches Präsenz wird der Familienalltag zum Kinderspiel. Die Werbeanbringung ist ab 50 Stück möglich, beim Familienplaner ganz firmenindividuell ab einer Auflage von 500 Stück.



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



Lust auf Schokolade

Die richtige Portion
**Kunden-
kontakt!**

Verpackt in
Papier

Schoko-Tafel
XL



-Anzeige-



KALFANY
SÜSSE WERBUNG

www.suesse-werbung.de

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

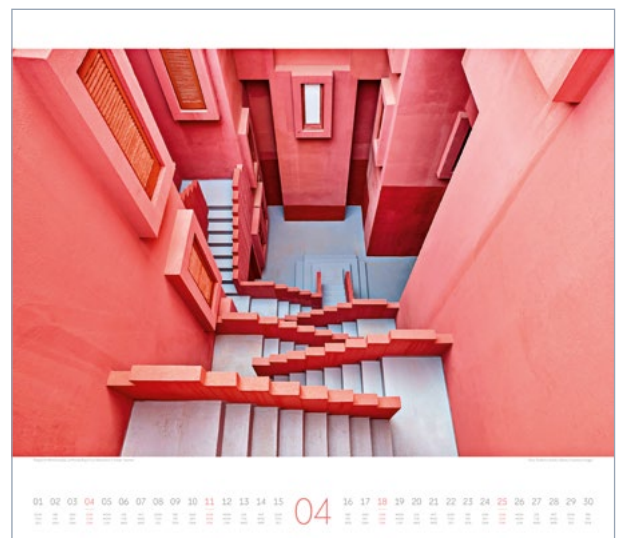


Business-Class fürs Büro

Mit dem edlen Business-Set von Römer Präsente wird Schreibkultur auf ein neues Level gehoben. Das Ensemble kombiniert einen hochwertigen Lamy-Kugelschreiber mit einem passenden Notizbuch und wird so zur eleganten Ausstattung im Rahmen von Meetings und Geschäftsreisen. Perfekt für alle, die Wert auf Qualität, Stil und funktionalen Luxus legen. Abgerundet wird das Set durch eine Flasche Bordeaux Chateau Haut-Mouleyre in einer 0,75 Liter-Flasche mit edlem Zinn-Etikett: Damit entsteht eine harmonische Verbindung von Genuss und Professionalität. Verpackt in einer anthrazitfarbenen Strukturkartonage, eignet sich diese aufmerksamkeitsstarke Zusammenstellung ideal als Geschenk für Geschäftspartner, Kunden oder besondere Anlässe.

Stufenweise in die Zukunft

Der Kalender Treppen 2027 von Ackermann spiegelt eine Mischung aus Form, Licht und Perspektive wider: Das Produkt ist eine fotografische Hommage an architektonische Meisterwerke und ihre einzigartigen Details. Im außergewöhnlichen Querformat entfalten diese Werbemittel besonders gut ihre Wirkung. Ob spiralförmig, monumental oder minimalistisch, ob profane Fußgängertreppe, prunkvolle Wendeltreppe oder achterbahnartige Großskulptur: Jede Aufnahme lädt dazu ein, die einzigartige Dynamik dieser Bauwerke zu entdecken. Wie alle Ackermann-Kalender ausschließlich in Deutschland auf Papier gedruckt, das aus vorbildlich bewirtschafteten, FSC®-zertifizierten Wäldern und anderen kontrollierten Quellen stammt. Die Kooperation mit Klimapartner NatureOffice steht für eine transparente CO₂-Kompensation, bei der nachweislich Treibhausgase reduziert und die lokale Umwelt und die Belange der Bevölkerung gefördert werden. Werbeeindrücke sind ab 50 Stück möglich.



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

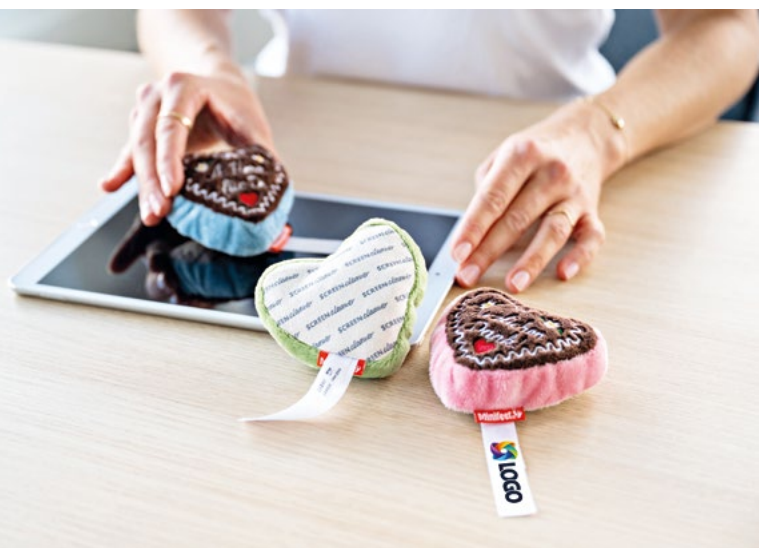


PSI 42020 • MBW Vertriebsges. mbH
Tel +49 4606 9402-0 • info@mbw.sh
www.mbw.sh



Liebenswerte Alltagshelfer

Die Schmoozies® Displayreiniger aus der MiniFeet®-Familie von mbw® bekommen Zuwachs: Cupcake, Pizzastück, Faultier, Fuchs, Waschbär oder Papagei bringen noch mehr Spaß und Persönlichkeit auf jeden Schreibtisch. Auch das Schmoozies® Lebkuchenherz sorgt bei saisonalen Aktionen für Aufmerksamkeit mit Charme. Und mit Weltkugel, Saturn, Stern oder Alien zielen die Botschaften wortwörtlich in eine andere Dimension, ideal für kreative Kampagnen, Bildungsthemen oder zukunftsorientierte Marken. Dank der Mikrofaser-Unterseite reinigen alle Schmoozies® zuverlässig Displays und Bildschirme. Die individuell bedruckbare Werbefahne transportiert die gewünschte Botschaft stets gut sichtbar. Sympathisch, nützlich und langlebig verbinden die Schmoozies® ihre Werbewirkung als kreatives Give-away, Messehighlight oder Mitarbeitergeschenk mit einem Lächeln.



EINFACH NATÜRLICH.

MONO! Nur ein Material:
reine Bio-Baumwolle.



FREIZEIT-SHOPPER
ORGANIC
1818042



-Anzeige-


HALFAR
STARKE TASCHEN



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

Mini-Pinnwand aus Filz

Die selbstklebende Mini-Pinnwand aus Filz von team-d ist eine platzsparende Lösung für Notizen, Erinnerungen und kleine Organisationsaufgaben im Büro oder zuhause. Mit ihren Maßen von $33 \times 5 \times 1,2$ cm passt sie auch an schmale Flächen wie Türen oder Wandstreifen und nutzt Raum, der sonst ungenutzt bleibt. Im Set enthalten sind sechs Pins, sodass die Pinnwand direkt nach dem Auspacken verwendet werden kann. Praktisch ist auch die Verpackung im Polybeutel, die das Produkt unkompliziert für Versand oder Ausgabe macht. Beim Material setzt team-d auf einen recycelten Polyester-Filz, der zudem OEKO-Tex zertifiziert.

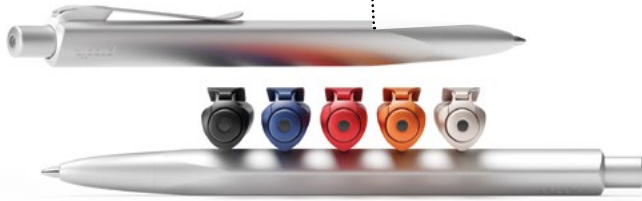
Vierfach-Botschafter mit Grip

Der GripCleaner® von Polyclean ist dort zuhause, wo Werbung Wirkung entfaltet: direkt vor den Augen der Zielgruppe auf dem Schreibtisch. Das 4-in-1-Multitalent vereint Mousepad, Brillen- und Displaytuch sowie Displayschutz in einem einzigen Produkt und schafft damit einen praktischen Alltagsnutzen mit permanenter Markenpräsenz. Dank einer Anti-Rutsch-Beschichtung aus tausenden Micro-Dots haftet der GripCleaner® sicher auf nahezu jeder Oberfläche – und bleibt selbst beim Einsatz als Reinigungstuch zuverlässig griffig. Genau dieser Mix aus Funktion und Sichtbarkeit macht ihn zum idealen Give-away für moderne Arbeitswelten.



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

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



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.

Drinks mit Designfaktor

Der MIXART Cocktaillkalender von Walter macht aus zwölf Monaten ein genussvolles Kreativprogramm: Kunstvoll illustrierte Cocktail- und Mocktail-Rezepte führen Schritt für Schritt durch trendige Drinks – mal fruchtig und frisch, mal würzig und warm. Hochwertige Illustrationen, klare Zutatenangaben und eine inspirierende Gestaltung verbinden sich zu einem dekorativen Blickfang für Küche, Bar oder Büro. Besonders charmant: Alle Rezepte lassen sich auch alkoholfrei umsetzen, wodurch der Kalender eine breite Zielgruppe anspricht und als sympathischer Begleiter im Alltag funktioniert. Gleichzeitig bietet das Format attraktive Werbeflächen.

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



KONFIGURIEREN
Mit Logo bestellen



KI- INSPIRATION AUF KNOPFDROCK

Überzeugen statt erklären!

Bilder sagen mehr als tausend Worte. Jetzt Werbeartikel mit Logo sofort erlebbar machen.

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



Jetzt online bei allen
Produkten verfügbar:

mbw.sh



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

Zielgenau werben

Die maßgeschneiderte Branchen- und Themenbox Banken & Versicherungen von mbw® bietet Werbemittelhändlern eine gezielte Auswahl hochwertiger Werbe- und Geschenkartikel, die speziell auf die Anforderungen und Erwartungen von Finanzdienstleistern zugeschnitten ist. Für Banken und Sparkassen sowie für Versicherungen und Finanzberater enthält die Box durchdachte Werbeartikel mit Mehrwert, charmant, hochwertig und seriös. Ideal für Beratungsgespräche, Kundengeschenke oder die Ansprache neuer Zielgruppen. Mit der Box können den Kunden ohne Aufwand passende Muster präsentiert werden. Auf Wunsch versendet das Unternehmen aus Norddeutschland neutral und direkt an den Endkunden.

Elegante Kombi

Das Bidarray Stiftset von Anda Present setzt sich aus einem Metallkugelschreiber und einem Rollerball zusammen. Eine elegante Kombination mit warmen Holzschäften und glänzenden Details in Gunmetal-Optik für einen hochwertigen, modernen Look. Präsentiert in einer edlen zweifarbenen Geschenkbox, sorgt das Ensemble für einen starken Unboxing-Effekt und ist mit den mitgelieferten blauen Minen sofort einsatzbereit. Die Kombination aus schwerem Metall und natürlichem Holz verleiht dem Set einen aufmerksamkeitsstärkeren Auftritt als herkömmliche Schreibgeräte und macht es zur ersten Wahl für qualitätsorientierte Sortimente. Mit seinen natürlichen Holzkomponenten gehört es auch zur verantwortungsbewussten Go Green-Produktfamilie von Anda. Als Artikel der Marke André Philippe eignet es sich besonders gut für geschäftsorientierte Anlässe wie Einführungs-Kits für Führungskräfte, Vertragsunterzeichnungen und VIP-Geschenke auf Konferenzen.

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





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

Natürlichkeit mit Charakter

Rustikal, authentisch und garantiert einzigartig kommt der Kugelschreiber aus Haselnuss-Holz-Ast mit Rinde von Holz Frank daher. Er bringt die Ästhetik der Natur direkt in die Hand. Jeder Stift ist durch Maserung und Rindenstruktur ein Unikat und wirkt dadurch wie ein ehrliches Statement für Individualität und Nachhaltigkeit. Mit einer Länge von etwa 15 Zentimetern liegt er angenehm in der Hand und eignet sich mit auswechselbarer Mine für den täglichen Einsatz – ob im Büro, auf Messen oder als bewusst gewähltes Kundengeschenk. Die Werbebotschaft wird bei der Variante mit langer Ausfräsung per Lasergravur angebracht.

PSI 61141 • dothat
Tel +48 602305253 • biuro@dothat.pl
<https://dothat.pl>

Personalisiertes Kalenderfenster

Die personalisierten Dothat-Datumsanzeiger sind eine einfache Möglichkeit, Kalender optisch hervorzuheben. Sie lassen sich individuell gestalten – mit eigener Form, frei wählbaren Farben und hochwertigen Druckgrafiken mit sanften Farbverläufen. Form und Größe richten sich nach dem jeweiligen Konzept sowie technischen Parametern wie der Breite des Kalenderstreifens oder der Größe der Datumsangaben. Die maximale Standardgröße beträgt 45 × 45 mm, größere Formate sind bei Sonderprojekten möglich. Dothat bietet volle Gestaltungsfreiheit. Datumsanzeiger können einzeln oder als Set mit Wand- oder Tischkalender bestellt werden – alles in allem: ein stimmiges Produkt, bereit für den Vertrieb. Mehr Informationen unter: dothat.pl/en/date-indicator-for-calendar



Kleine Blume mit großer Wirkung

Mit dem „Bunten Blumengarten“ bringt Multiflower ein charmantes Giveaway auf den Punkt: eine dekorative Blume aus Kokosfasern, kombiniert mit Samen einer bunten Blumenmischung. Das Set ist nicht nur ein Blickfang, sondern eignet sich auch ideal fürs Büro – als kleines Stück Natur mit sympathischem Werbecharakter. Enthalten sind eine Erdtablette in Blumenform sowie die Samenmischung, verpackt in einem kompakten Format von 80 × 110 × 13 Millimetern bei nur 15 Gramm Gewicht. Die Werbefläche liegt auf dem Einleger: Standardmotiv mit 75 × 25 Millimetern oder, ab 250 Stück, eine eigene Gestaltung mit bis zu 80 × 105 Millimetern.



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

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

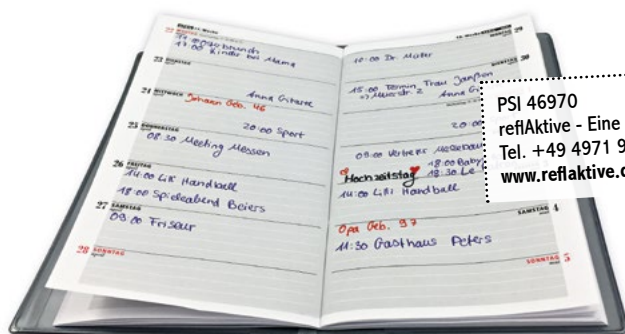


Kugelschreiber aus Flaschen

Der uma RECYCLED PET PEN CORE verbindet das Thema Recycling mit einem Produkt, das im täglichen Einsatz zuverlässig funktionieren soll: ein Kugelschreiber aus recyceltem PET, gewonnen aus europäischen PET-Flaschen. Materialaufbereitung und Produktion erfolgen in Europa und sind Climate-Partner-zertifiziert – ein Argument für Unternehmen, die Nachhaltigkeit sichtbar machen möchten, ohne auf Komfort zu verzichten. Der CORE ist in mehreren Varianten erhältlich, wahlweise mit oder ohne Metallspitze sowie mit matter oder gummierter Oberfläche. Die breite Farbpalette eröffnet Spielraum für kreative Kombinationen und Markenfarben. Besonders praktisch ist der modulare Aufbau: Das Schreibgerät lässt sich individuell konfigurieren und flexibel an unterschiedliche Anforderungen anpassen, vom klassischen Giveaway bis zum abgestimmten Corporate-Design-Artikel.

Taschenkalender als Backup

Seit mehr als 25 Jahren produziert die safeReflex GmbH Taschenkalender und kombiniert dabei Qualität mit einem Service, der auf Individualisierung ausgelegt ist. Bereits ab 250 Stück können die Kalender mehrfarbig bedruckt oder per Heißfolienprägung veredelt werden – wahlweise in gold, silber oder kupferfarben. Unterschiedliche Folienfarben eröffnen zusätzliche Gestaltungsspielräume, auch das Kalendarium lässt sich an individuelle Anforderungen anpassen. Der Nutzen bleibt trotz Digitalisierung klar: Viele setzen weiterhin auf den Taschenkalender als Backup für schnelle Notizen und als Absicherung gegen Vergesslichkeit, Hackerangriffe oder leere Akkus.



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



PSI 46897 • Dosenspezialist GmbH
Tel +49 3621 733800
info@dosenspezialist.de
www.dosenspezialist.de



Stilvoll in Szene setzen

Die bei Dosenspezialist erhältliche, elegante Verpackung aus hochwertigem Metall setzt Schreibgeräte stilvoll in Szene und verbindet Schutz, Funktionalität und Design auf überzeugende Weise. Die schlanke, längliche Form ist perfekt auf Stifte abgestimmt und vermittelt bereits beim Öffnen einen hochwertigen Eindruck. Die stabile Ausführung schützt Kugelschreiber, Füller oder Bleistifte zuverlässig vor äußeren Einflüssen und macht die Verpackung zu weit mehr als einer reinen Umhüllung. Dank ihrer Langlebigkeit und Wiederverwendbarkeit bleibt die Dose auf dem Schreibtisch, im Büro oder unterwegs dauerhaft im Einsatz. Die glatte Oberfläche bietet ideale Voraussetzungen für individuelle Veredelungen und Markenbotschaften. So wird aus einer Verpackung ein nachhaltiger Markenbotschafter, der Wertigkeit vermittelt und täglich präsent ist.

Lederlook mit grünem Gewissen

Mit PAPELIN liefert igro ein Produkt, das den Nerv kreativer Markenstrategen trifft. Eine Tablet-Hülle aus waschbarem Papier, die Leder-Optik mit konsequenter Ökologie verbindet. Das Material ist reißfest, vegan und überzeugt durch eine eigenständige Haptik, die sofort Gesprächsstoff liefert – ideal für Kampagnen, die nicht nur gut aussehen, sondern auch Haltung zeigen wollen. Innen punktet PAPELIN mit einer durchdachten Aufteilung und macht die Hülle zum stilvollen Office-Tool, das Funktion und Design verbindet.

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



igro.com

PACOR
EST. 1998 MADE TO MATCH

VACUUM

LARGE CAPACITY STORAGE
AIR TRAVELLING BACKPACK



NEW



- Anzeige -



VACUUM



VACUUM UNDERSEATER



SI 2043
camarc® design group c/o Kaldenbach GmbH
Tel +49 9151 81785-0 • info@camarc.de
www.camarc.de • www.kaldenbach.com

Nachhaltig und klar auftreten

Der camarc® ECOaluPen übersetzt nachhaltiges Design in einen modernen, minimalistischen Kugelschreiber, der im Alltag ebenso überzeugt wie als Markenbotschafter. Recyceltes Aluminium bildet die Basis, ergänzt durch einen natürlichen Holzdrücker und einen cleanen Metallclip – eine Kombination, die spürbare Wertigkeit vermittelt. Die langlebige, blau schreibende Mine macht den Stift zum zuverlässigen Begleiter in Meetings, Mailings oder am Empfang. Besonders dezent wirkt die Personalisierung per Lasergravur rechts vom Clip: kein lautes Branding, sondern ein präziser Akzent. Mit 145 mm Länge und sehr geringem Gewicht liegt der Stift angenehm leicht in der Hand. Farblich bietet der ECOaluPen eine breite Auswahl von Anthrazit bis Türkis.

Sorgt für saubere Tastatur

Die Tastaturbürste „Crumb Away“ von Frank Bürsten ist ein unscheinbarer Helfer mit sofortigem Effekt: Mit ihrem handlichen Format von 95 × 25 mm entfernt sie Staub und Krümel, die sich zwischen Tasten besonders hartnäckig festsetzen – im Büro ebenso wie im Homeoffice. Der naturbelassene Holzkörper stammt aus regionalem Schwarzwälder Buchenholz und steht für solide Verarbeitung und eine wertige Haptik. Naturborsten sorgen für eine schnelle, effektive Reinigung und machen Schluss mit dem typischen „Zwischenden-Tasten“-Problem, das viele Arbeitsplätze begleitet. Zugleich eignet sich der kleine Alltagsretter als nachhaltiger Werbeträger: Logos und Botschaften können auf Wunsch direkt beim Hersteller aufgedruckt werden.

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





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

Buntes Vergnügen

Mit dem Ausmalbogen-Set erweitert die emotion factory von Heri-Rigoni ihr Sortiment um einen Werbeartikel, der Beschäftigung, Kreativität und Markenpräsenz geschickt verbindet. Enthalten sind sechs großformatige Ausmalbögen mit abwechslungsreichen Motiven – von Bauernhof und Feuerwehr über Hotel und „Komm raus spielen“ bis zu Mandala oder „Entspannung für Mama“. Damit spricht das Set Kinder genauso an wie Erwachsene und fördert spielerisch Konzentration und gemeinsames Gestalten. Einsatzorte gibt es viele und überall überzeugt die praktische Werbewirkung, denn jeder der sechs Bögen kann individuell gebrandet werden. Eine beiliegende 6er-Buntstiftbox macht das Paket sofort einsatzbereit.

Stempelspaß für Kids

Der bei Staedtler erhältliche DIY Marky Textil- und Schulmarker von Colop aus Österreich ist ein moderner, kindgerechter Stempel, der den Alltag von Familien, Schulen und Kindergärten erleichtert. Entwickelt für das schnelle und unkomplizierte Beschriften persönlicher Gegenstände, sorgt DIY Marky dafür, dass Kleidung und Schulmaterialien nicht mehr verwechselt oder verloren gehen. Der Stempel, lieferbar in drei Pastelltönen, wird mit einer speziellen, dermatologisch getesteten Textilfarbe geliefert, die nicht nur auf Textilien, sondern auch auf Papier, Karton und vielen anderen saugfähigen Oberflächen dauerhaft haftet. Für dunkle Stoffe liegt dem Set ein Thermo-Aufbügelband bei, während spülmaschinenfeste Etiketten eine einfache Kennzeichnung von Brotdosen, Flaschen und anderen Alltagsgegenständen ermöglichen. Ein Typensatz mit Buchstaben, Zahlen und kindgerechten Piktogrammen erlaubt das individuelle Gestalten des Stempeltextes. Darüber hinaus kann der Stempeldeckel vierfarbig bedruckt werden, was den DIY Marky zum perfekten Werbebotschafter im Familienumfeld macht.

PSI 41108 • Staedtler SE
Tel +49 911 9365514
Promotional.products@staedtler.com
www.staedtler-promotional.de



Fruit of the Loom startet 2026 mit den neuen Sweat-Linien Iconic Premium und Iconic 250 Sweats. Beide Kollektionen setzen in der Textilveredelung neue Maßstäbe: in beiden Linien kommt CiCLO® als naturbasierte Technologie im Polyesteranteil zum Einsatz, um den langfristigen Partikelrückstand synthetischer Mikrofasern in der Umwelt zu verringern.

Sweat-Kompetenz 2026: Zwei Linien, ein nachhaltiger Auftritt

Für perfekte, langlebige Veredelungen



Jahr mit sanft angerautem Innen-Fleece für perfekten Tragekomfort. Zusätzlich punktet Iconic 250 mit einem Best-in-Class Preis-Leistungsverhältnis im Lightweight-Segment.

Produktqualität trifft Nachhaltigkeit

Beide Linien überzeugen mit einer glatten Außenseite aus 100 Prozent gekämmter, ringgesponnener Baumwolle, die eine hochwertige und unkomplizierte Bedruckbarkeit ermöglicht. Ein breiter Größenverlauf und erprobte Fits runden das Angebot ab. Die In-house-Fertigung in Marokko steigert Kosteneffizienz und Nachhaltigkeit durch kurze Wege und gleichbleibende Qualität in der Produktion. In den Sweatshirtlinien Iconic Premium und Iconic 250 von Fruit of the Loom wird die CiCLO®-Technologie gezielt eingesetzt, um hohe Produktqualität mit Nachhaltigkeit zu verbinden.

Die zwei neuen Sweat-Linien Iconic Premium und Iconic 250 Sweats von Fruit of the Loom überzeugen sowohl durch modischen Chic als auch Nachhaltigkeit.

Die CiCLO®-Technologie unterstützt den natürlichen biologischen Abbau von Kunststofffasern und verhindert, dass diese für immer in der Umwelt verbleiben. Mit 300 g/m² bieten die Iconic Premium Sweats von Fruit of the Loom eine angenehm weiche Haptik mit viel Substanz, eine ebenmäßige Oberfläche und höchste Stabilität im täglichen Einsatz. Die Linie Iconic 250 mit 230/240 g/m² liefert eine ausgewogene Leichtigkeit für das ganze

Naturbasierte Technologie

Textilien, die mit der CiCLO®-Technologie hergestellt werden, unterstützen den natürlichen, biologischen Abbau und entlasten die Umwelt. Die naturbasierte CiCLO®-Technologie verringert die Belastung durch freigesetzte synthetische Mikrofasern der Kleidungsstücke: Gelangen Polyester- oder Nylonfasern mit CiCLO®-Technologie in die Umwelt, ver-



Die Iconic Premium Linie ist auf fühlbar hochwertige Materialien und perfekt nutzbare Druckflächen ausgelegt. Hier das Iconic Premium Hooded Sweat Jacket.



Das Modell Iconic 250 Set-In Sweat.



Iconic 250 bietet eine balancierte Leichtigkeit für ganzjährige Einsätze, auch perfekt für warme Tage.

halten sie sich unter geeigneten Bedingungen eher wie natürliche Fasern – etwa Wolle – und können biologisch abgebaut werden. So wird verhindert, dass sie für immer in der Umwelt bleiben. CiCLO®-Polyester zeigt in verschiedenen Umweltszenarien eine signifikant höhere Abbaubarkeit als konventioneller Polyester: In Meerwasser erreichen CiCLO®-Polyester innerhalb von rund 3,7 Jahren eine Biodegradation von etwa 94 Prozent, während herkömmliche Polyester nur im niedrigen einstelligen Bereich liegen. Ähnliche Ergebnisse zeigten sich auch bei Tests verschiedener Boden- und Deponiebedingungen.

Iconic Premium: Klarer Look, starke Farben

Die Iconic Premium Linie ist auf fühlbar hochwertige Materialien und perfekt nutzbare Druckflächen ausgelegt. Mit 300 g/m² und dem Materialmix aus 70 Prozent Baumwolle und 30 Prozent Polyester (CiCLO®-Technologie im Polyesteranteil) kombiniert sie Strapazierfähigkeit und einen angenehm weichen Griff. Innen sorgt angerautes Fleece für Komfort. Die 100 Prozent Baumwoll-Außenseite bildet eine glatte, perfekte Veredelungs Oberfläche – ideal für Transfer, Siebdruck, DTG, DTF und Stick. 1x1-Ripp mit Lycra unterstützt Formstabilität, Abreißetiketten erleichtern das Umlabeling. Verdeckte Reißverschlüsse bei Zip-Styles schaffen glatte Druckzonen. Das Colour-Line-up

umfasst Basic- und Akzenttöne. Größen: S–4XL, 4XL in ausgewählten Basisfarben. Das Line-up deckt die wichtigen Styles für Team- und Corporatewear ab: Crew, Hoodie, Zip Hood, Zip Neck, Sweat Jacket sowie Jog Pants mit Bündchen.

Iconic 250: Leicht und vielseitig

Iconic 250 bietet eine balancierte Leichtigkeit für ganzjährige Einsätze, auch perfekt für warme Tage. Die 80/20-Mischung (Baumwolle/Polyester mit CiCLO®-Technologie) kombiniert Pflegeleichtigkeit und Alltagstauglichkeit. Außen sorgt 100 Prozent gekämmte, ringgesponnene Baumwolle für eine klare Fläche, innen liefert angerautes Fleece absoluten Komfort. Mit Classic Fit und Größen S bis 3XL ist die Kollektion ideal für umfassende Team- und Corporatewear. Auch die harmonischen Farben eignen sich bestens für Corporatewear und Promotioneinsätze. Das Line-up fokussiert die Essentials: Set-In Crew, Hoodie, Open-Hem Jog Pants und Shorts. Alle Teile sind visuelle und haptisch abgestimmt und dadurch einfach kombinierbar.

Produktion, Zertifizierung und Veredelung

Beide Linien werden in den eigenen Produktionsstätten im Sinne des „The Fruit Way“ unter ethischen Gesichtspunkten in Marokko gefertigt. Die Marke gewährleistet so nicht nur eine zuverlässig hohe Qualität und Farbkonstanz der Textilien, sondern stellt auch sicher, dass sie mit Respekt für den Menschen und den Planeten gefertigt werden. Alle Modelle der Kollektionen sind Oeko-Tex® Standard 100 zertifiziert und werden in plastikfreien Verpackungen geliefert mit Zero-Waste-Produktion ohne Deponiemüll.



Süßes – perfekt für den Messeauftritt

Ob als charmantes Give-away auf Events und Messen, als süßes Dankeschön für Kunden oder als kleine Aufmerksamkeit und Motivation fürs Team – süße Werbemittel kommen bei allen Zielgruppen gut an. **Das Sortiment von CD-LUX umfasst frische Produktideen:** von individuell bedruckten Premium-Schokoladen über Werbegetränke bis hin zu veganen und nachhaltigen Werbeprodukten. Ein Highlight im Ganzjahresprogramm sind die beliebten duplo Produkte. Sie garantieren süße Wertschätzung mit DU-Botschaft und überzeugen durch einen besonders hohen Sympathiewert. Eiskalte Erfrischung gibt es für Eisliebhaber und alle, die den Sommer genießen möchten: CD-LUX präsentiert das neue Bussy Werbe-Eis. Die erfrischenden Sorten sind ein echter Genuss, seit Generationen bekannt und im individuell bedruckbaren Promopack erhältlich. Natürlich dürfen auch die beliebten Haferriegel nicht fehlen: Der weiche CORNY Haferriegel ist der perfekte Snack für den kleinen Hunger zwischendurch. Die Highlights von CD-LUX verbinden Geschmack mit Wirkung – kurze Lieferzeiten, attraktive Angebote und ein kostenloser Layoutvorschlag inklusive.

PSI 45452 • CD-LUX GmbH
Tel +49 9971 85710 • info@cd-lux.de
www.cd-lux.de 0

Multifunktion für den Ernstfall

Mit dem Emergency Tool Huntsman Lite bringt Victorinox ein Multi-Tool ins Taschenformat, das auf Krisensituationen zugeschnitten ist – und zugleich alltagstauglich bleibt. Insgesamt 23 Funktionen sorgen dafür, dass man **für Notfälle gut vorbereitet** ist, etwa bei Stromausfällen, Naturkatastrophen oder ungesicherter Infrastruktur. Besonderes Plus: ein integriertes LED-Licht, eine Trillerpfeife zum Signalisieren der eigenen Position sowie ein im Dunkeln leuchtender Griff, der das Tool leichter auffindbar macht. Für maximale Unabhängigkeit sind Feuerstahl und Tinder integriert, sodass sich auch ohne Strom oder Gas ein Feuer entzünden lässt.

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





Würzige Werbe-Ideen

Die Produkte Promotion Stick S und M sowie Spice Tube S und M von JUNG Promotion verleihen jeder Werbepotschaft die passende Würze. Als hochwertige und zugleich aufmerksamkeitsstarke Give-aways sprechen sie nicht nur den Gaumen an, sondern setzen auch optisch Akzente. **Gefüllt mit ausgewählten DeWi Gewürzmischungen**, wie z. B. Steakpfeffer oder italienische Kräuter überzeugen die Produkte durch Qualität und Design. Die Gewürze sind vegan und werden in stilvollen Reagenzgläsern präsentiert. Die Varianten Promotion Stick S und M bieten dank einer individuell gestaltbaren Faltschachtel mit Sichtfenster großzügige Werbeflächen. Zwei unterschiedliche Verpackungsgrößen ermöglichen eine flexible Anpassung. Weniger Verpackung, klare Botschaft: Spice Tube S und M setzen bewusst auf Reduktion. Hier entfällt die klassische Werbeverpackung, stattdessen wird die Botschaft direkt auf einem individuell bedruckbaren Etikett platziert. Das Etikett sorgt dafür, dass die Markenbotschaft im Alltag immer wieder sichtbar ist, ob in der Küche oder im Büro. Und das Beste: Ist das Gewürz aufgebraucht, kann das robuste Glas ganz einfach für andere Zwecke wiederverwendet werden. So entsteht ein langlebiges Werbemittel mit Mehrwert. Das ideale Geschenk für echte Feinschmecker!

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



Post für Hundefreunde

Die Pfotenpost der emotion factory von Heri-Rigoni setzt auf einen einfachen, aber wirkungsvollen Mechanismus: Wer Hundefreunde erreicht, gewinnt schnell Sympathie. Geliefert wird ein DIN-A5-Umschlag, dessen Vorder- und Rückseite individuell bedruckt werden können und damit **viel Raum für Informationen**, Angebote oder persönliche Botschaften bieten. Im Inneren steckt ein Hunde-Leckerli-Pack mit etwa 20 Gramm Inhalt aus deutscher Herstellung. So entsteht ein emotionaler Türöffner für die Marke. Die Pfotenpost eignet sich besonders für Hotellerie, Tourismus, Handel und Events.

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



SALES MANAGER / KEY ACCOUNT MANAGER – NEW BUSINESS (M/W/D)

Voll- oder Teilzeit | Hamburg | Remote möglich

Wir sind PRESENT PERFECT – seit 35 Jahren Spezialist für haptische Werbung, nachhaltige Produkte und Werbeartikel-Fullservice. Von Hamburg und Berlin aus unterstützen wir unsere KundInnen dabei, physisch erlebbarer zu werden.

Jetzt wollen wir weiter wachsen – und dafür suchen wir Dich im Bereich **Neukunden-Akquise / New Business**.

Klingt nach dem nächsten Step für Dich?

PPM.PRESENT-PERFECT.DE/KARRIERE

– Anzeige –



Gemeinsam in eine starke Zukunft



s sind in diesen Tagen ermutigende Nachrichten, die aus der europäischen Wirtschaft zu uns dringen – und sie passen zur positiven Grundstimmung, die wir zu Jahresbeginn auf der PSI 2026 in Düsseldorf erleben durften. Wer hätte vor wenigen Wochen gedacht, dass die Auftragseingänge der deutschen Industrie zulegen würden? Ein Plus, das selbst erfahrene Wirtschafts-expertinnen und -experten überraschte. Bis aus diesen Aufträgen Umsatz wird, braucht es sicherlich Geduld, aber allein die Tatsache, dass die Auftragsbücher vieler Unternehmen wieder voller werden, ist ein starkes Signal. Wenn es anderen Industrien gut geht, profitieren davon auch wir als Werbeartikelwirtschaft.

Dieser Rückenwind zeigt sich nicht nur in Deutschland. Auch europaweit gibt es positive Impulse. Die Bauwirtschaft auf unserem Kontinent schaltet 2026 laut ifo Institut „aus dem Leerlauf direkt in den übernächsten Gang“. Auch der Blick nach Südeuropa lohnt sich: Während die Region vor zehn Jahren noch als Krisenherd galt, zählen Länder wie Spanien, Portugal und Griechenland inzwischen zu den Wachstumsmotoren Europas.

All diese positiven Signale spiegeln sich in der Stimmung der Branche wider. Die PSI 2026 war geprägt von Zuversicht, Offenheit und einer beeindruckenden Innovationskraft. Besonders die persönlichen Begegnungen und der intensive Austausch mit Ihnen, den Mitgliedern des PSI, haben gezeigt, wie wertvoll unser Netzwerk ist. Mit der PSI Messe als Seismograph – nicht nur für unsere Branche, sondern für viele weitere Wirtschaftszweige und Industrien ebenso.

Mit dem anstehenden Wechsel nach Köln weht zudem frischer Wind durch die Werbeartikelwirtschaft. Das neue Umfeld bietet Raum für neue Impulse und stärkt unsere Rolle als Heimat und Netzwerk der europäischen Branche. Wir sind in den kommenden Wochen auf zahlreichen Hausmessen und Events präsent und freuen uns auf viele inspirierende Gespräche mit Ihnen. Lassen Sie uns gemeinsam den guten Spirit des Jahresauftakts weitertragen – für Sie als Unternehmerinnen und Unternehmer, für das PSI und für die gesamte europäische Werbeartikelwirtschaft.

Ich freue mich auf den persönlichen und offenen Austausch mit Ihnen. Und ich bin sicher: Wir sehen uns spätestens zur PSI 2027 am neuen Standort Köln. Es geht aufwärts – und wir gehen diesen Weg gemeinsam.

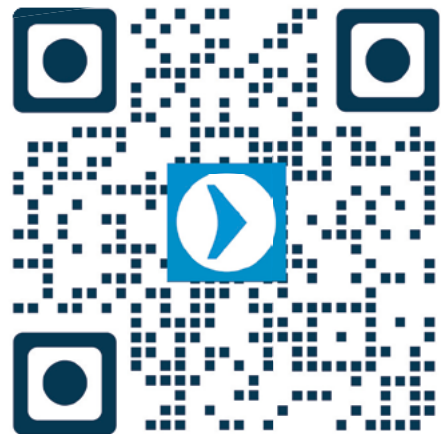
Ihre

Petra Lassahn
Director PSI



PSI MEDIA GUIDE

➤ PSI



SCAN ME

DOWNLOAD
NOW!



Mit Stil und Verantwortung

Werbeartikel müssen heute mehr leisten: Sie sollen begeistern, Marken erlebbar machen und messbaren Mehrwert schaffen. Taschen, Reisegepäck und Lederwaren erfüllen genau diesen Anspruch – und sind damit starke Umsatztreiber im Portfolio von Händlern und Agenturen. Hochwertige Materialien, modernes Design und praktische Funktionalität sorgen dafür, dass diese Produkte täglich genutzt werden. Jede Nutzung bedeutet Sichtbarkeit, Wertschätzung und eine nachhaltige Verankerung der Werbetbotschaft. Besonders überzeugend wird dies in Verbindung mit ökologischen und nachhaltigen „Haptical“. Produkte aus recycelten oder zertifizierten Materialien treffen den Nerv von Unternehmen, die Haltung zeigen und Verantwortung kommunizieren wollen. Nachhaltigkeit wird so zum Verkaufsargument – glaubwürdig, emotional und imagewirksam. Für Händler und Agenturen eröffnen sich dadurch zusätzliche Cross-Selling-Potenziale und eine klare Differenzierung im Beratungsgespräch. Das Ergebnis: Werbeprodukte mit hoher Marge, starker Story und langfristiger Wirkung.

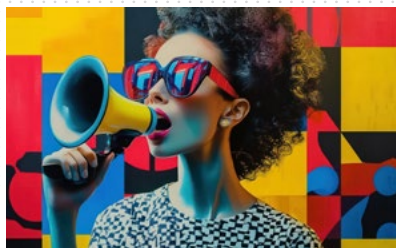
Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Mai 2026 des PSI Journals, die sich den Themengruppen „Fashion, Workwear, Caps und Accessoires“ sowie „Express- und Last-Minute-Produkte, Streuartikel“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens **20. März 2026** an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

Wie bedruckte Textilien länger leben



Der finnische Textilhersteller Pure Waste hat das deutsche Start-up Re-Shirt übernommen. Das Unternehmen hat eine innovative Siebdruckfarbe entwickelt und patentiert, die sich bei 40 °C auswaschen lässt, sodass die Textilien für die Wiederverwendung oder die erneute Bedruckung geeignet sind und damit deren Lebensdauer verlängert wird. Dies eröffnet neue Möglichkeiten.

Bunt, gefällig, abwechslungsreich



Unsere Rubrik „Trends & Brands“ führt den Leser auf smarte Weise in die Welt der Werbeartikel ein. Bunt, gefällig, abwechslungsreich designt und gleichzeitig informativ, unterhaltsam und piffig präsentieren diese Seiten neuste Entwicklungen, Strömungen und deren Repräsentanten: originelle und stylische Werbeartikel, Marken- und Designprodukte.

Impressum



Built by
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

RX Germany

► **PSI**

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

Messeplätze
Köln

SAVE THE DATE
12 - 14 JAN 2027

BIS NÄCHSTES JAHR IN KÖLN!

NEU!

BIC® 4 Colours® ECO

Der legendäre Antrieb für Veränderung

Er ist hier! Der allererste recycelte
BIC® 4 Colours® ECO



Hergestellt aus 98%
recyceltem Kunststoff
aus Autoteilen*

Schaft

*Der Prozentsatz wird auf Basis des
Gesamtgewichts des Schafts berechnet.



Hergestellt und
bedruckt in
BIC-Fabriken



Die BIC Graphic-Fabrik wird mit
100% Energie aus erneuerbaren
Quellen betrieben



Autoplastikteile



@bicgraphic



BIC GRAPHIC

Think BIC
www.bicgraphic.com