

PS1

JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

April 2026

65. Jahrgang

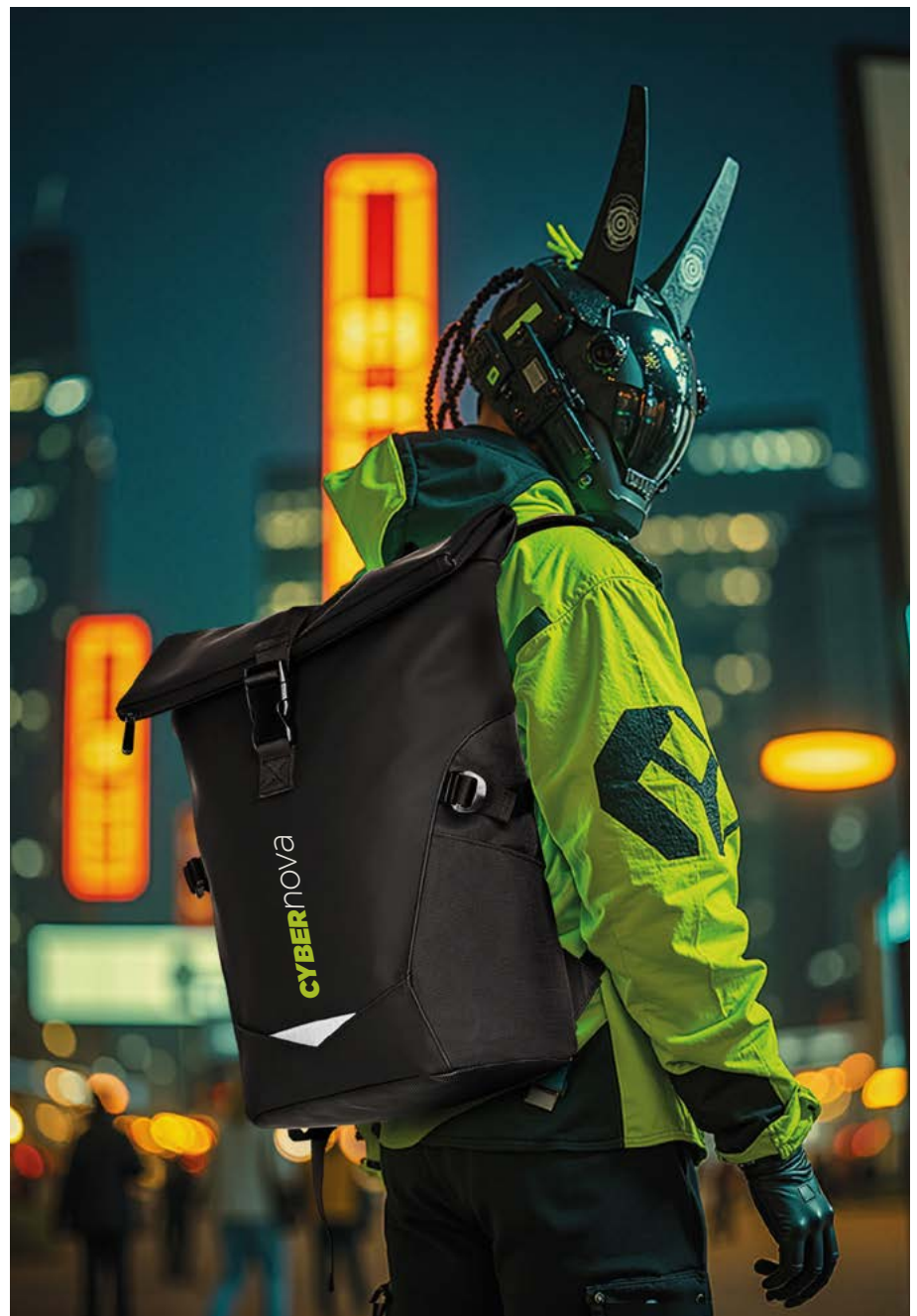
Anzeige

EINFACH GREIF- BAR.

Computerspiel, Lieblingsserie,
Kultfilm: wir bringen sie auf
die Tasche und mitten ins
Leben. Von digital zu real –
jetzt mit HALFAR®.



www.halfar.com



HALFAR

STARKE TASCHEN

► **PSI**

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

Messeplätze
Köln

SAVE THE DATE

12 - 14 JAN 2027

BIS NÄCHSTES JAHR IN KÖLN!

Built by



In the business of
building businesses

Die europäische Leitmesse für
Werbeartikel, Incentives und Merchandising

PSI

JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeitikel

April 2026

65. Jahrgang

**Modernisiertes
Produkthaftungsrecht**

**Mehr
Produktsicherheit
in der
digitalisierten Welt**

Product Guide

Taschen, Reisegepäck,
Lederwaren
Ökologische und nachhaltige
Produkte

Joytex GmbH & Co. KG

Vier Jahrzehnte Kompetenz im
Textildruck

Halfar System GmbH

Haptische Werbung in digitalen
Zeiten

PSI Product Finder

Professionelle Präsentation
durch Farbvarianten

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.



Bruchsicherer 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.

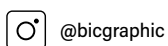


Nachhaltig

Nachfüllbar und langlebig – besser für alle.



BIC GRAPHIC



@bicgraphic



Hergestellt in Spanien

Think BIC
www.bicgraphic.com



Editorial

Nach Q1: Viel Dynamik, offene Fragen

Ein intensives erstes Quartal liegt hinter der Werbeartikelwirtschaft, und doch dominiert Aufbruch statt Erschöpfung. Januar bis März sind traditionell eventstark. Den Auftakt machte die PSI im Januar als europäische Leitmesse und zentraler Treffpunkt. Dort war die Stimmung klar: spürbarer Optimismus und konkrete Investitionslust in haptische Werbung.

Es folgten nationale und internationale Messen, Branchentreffs und Hausmessen. Niemand kann überall sein, aber die Dichte der Veranstaltungen zeigt: Die Werbeartikelwirtschaft ist im Takt. Kundinnen und Kunden wollen Marken fühlen, nicht nur sehen – hier spielt haptische Werbung ihre Stärken aus.

Der Blick in die Werbemonitore von NielsenIQ und andere Auswertungen zeigt jedoch zweierlei: Erstens tauchen Werbeartikel in den Spending-Kategorien praktisch nicht auf. Zweitens wachsen digitale Werbeformen wie Digital-out-of-Home, Display-Werbung, Programmatic Advertising und Social Media deutlich. Die Frage lautet daher: Wie behauptet sich ein taktiles Werbemedium in einer immer digitaleren Werbewelt?

Viele Antworten liegen eigentlich auf dem Tisch: Kampagnen, Best Practices, Wirkungsstudien – und das tägliche Bauchgefühl von Händlerinnen, Händlern und Agenturen. Doch diese Erfahrungen sind noch zu selten gebündelt und sichtbar in Marktforschung und Werbewelt verankert.

Genau hier liegt das Potenzial für den Rest des Jahres. Entscheidend wird sein: Welche Messen und Begegnungen nutzen wir, um aus der aktuellen Dynamik messbare Erfolge zu machen? Wo vertiefen wir den Dialog mit der Digitalwirtschaft? Und vor allem: Wie kombinieren wir Werbeartikel mit digitalen Kanälen zu leistungsstarken Kampagnen?

Ein wichtiger Schritt ist die Initiative mehrerer Werbeartikelhersteller und -händler sowie des PSI, auf der OMR – der Leitveranstaltung der deutschsprachigen Digital-, Marketing- und Technologieszene – Flagge zu zeigen. Dort trifft sich die „neue Welt“ des Marketings. Genau dort muss der Werbeartikel präsent sein, um im Verteilungswettbewerb der stetig wachsenden Budgets für Digital-out-of-Home, Display-Werbung und Social Media nicht unterzugehen.

Das erste Quartal ist geschafft – jetzt beginnt die eigentliche Arbeit.

In diesem Sinne

Simon Dietzen, Redakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: dietzen@edit-line.de

EDITORIAL	1
INHALT	2
TRENDS & BRANDS	4
FOKUS	
Modernisiertes Produkthaftungsrecht: Mehr Produktsicherheit in der digitalisierten Welt	6
PRODUCT GUIDE	
Taschen, Reisegepäck, Lederwaren	10
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	26
K+M Hausmesse: Inspiration und viele WOW-Momente	30
PRODUCT GUIDE	
Ökologische und nachhaltige Produkte	32
UNTERNEHMEN	
30 Jahre Kolibri: Full-Service-Spezialist für Besonderes	52
Joytex GmbH & Co. KG: Vier Jahrzehnte Kompetenz im Textildruck	54
Halfar System GmbH: Haptische Werbung in digitalen Zeiten	56
MYPSI	
PSI Product Finder: Professionelle Präsentation durch Farbvarianten	58
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	60
MEINUNG	62
VORSCHAU – IMPRESSUM	64



Ready to JOE!

Die Reisetasche Joe ist dein zuverlässiger Begleiter für Wochenendtrips, Businessreisen oder als hochwertige Werbetasche. Gefertigt aus robuster 525 g/m² Baumwolle überzeugt sie durch Stabilität, Langlebigkeit und ein modernes, zeitloses Design.

Nachhaltig produziert aus Organic-, Fairtrade- und OEKO-Tex-zertifizierter Baumwolle bietet Joe viel Stauraum und clevere Features: ein großes Hauptfach mit Reißverschluss, ein praktisches Frontfach für Wertsachen und ein hochwertiges kariertes Innenfutter. Lange Henkel, ein verstellbarer Schultergurt sowie ein Kofferband auf der Rückseite sorgen für maximalen Komfort unterwegs.

Erhältlich in Natur, Black und Stone und ideal für Sieb- oder Transferdruck, Joe ist die perfekte Bühne für Marken und Statements.



www.misterbags.de



Fokus: Mehr Produktsicherheit in der digitalisierten Welt 6

Wer durch ein fehlerhaftes Produkt einen Sachschaden oder eine Körperverletzung erleidet, soll künftig einfacher Schadensersatz vom Hersteller erlangen. Das modernisierte Produkthaftungsrecht erweitert den Kreis der Haftenden und die betroffenen Produktgruppen und stellt neue prozessuale Anforderungen. Was Unternehmen wissen sollten.

Product Guide: Mit Stil und Verantwortung 10+32

In unseren beiden Produktrubriken präsentieren wir diesmal Neuheiten der Bereiche „Taschen, Reisegepäck und Lederwaren“ sowie „Ökologische und nachhaltige Artikel“: Zum einen starke, weil mobile Umsatztreiber mit hoher Reichweite, zum anderen Produkte aus recycelten oder zertifizierten Materialien – glaubwürdig, emotional und imagewirksam.



Full-Service-Spezialist für Besonderes 52

Der Werbeartikel- und Merch-Spezialist Kolibri feiert 2026 sein 30-jähriges Bestehen. Gegründet 1996 von Heiko Ziegler, hat sich das Ein-Mann-Unternehmen zum etablierten Full-Service-Dienstleister für Werbeartikel, Merchandising und maßgeschneiderte Sonderproduktionen entwickelt. Portrait eines selbstbewussten Unternehmens.



Jubiläum beim Tragetaschen-Spezialisten 54

Joytex feiert 2026 sein 40-jähriges Bestehen. Seit der Gründung hat sich das Unternehmen kontinuierlich weiterentwickelt und positioniert sich heute als etablierter Spezialist für hochwertigen Siebdruck auf Tragetaschen. Das Jubiläum markiert vier Jahrzehnte handwerklicher Kompetenz, technischen Fortschritts und erfolgreicher Konzentration im Bereich textiler Werbemittel.



Urlaubsfeeling mit Italiens Gewürzen

Mit dieser feinen Geschmacksprobe italienischer Kräuter werden Empfänger auf eine genussvolle Reise durch die Aromen Italiens entführt. Erinnerungen an Sonne, Genuss und Lebensfreude werden geweckt und tragen Urlaubserinnerungen oder Vorfreude direkt ins Haus.

Multiflower GmbH
www.multiflower.de
 PSI 45974



Kleines

mit großer Wirkung

Klein, aber oho – diese Redewendung hat ihre Berechtigung: Es sind oft die kleinen Dinge, die uns auffallen: Ein unscheinbarer Gegenstand auf dem Schreibtisch, in der Tasche oder am Schlüsselbund – und plötzlich ist eine Marke präsent, ganz ohne aufdringliche Werbebotschaft. Kleine Werbeatikel mit besonderem Aha-Effekt beweisen eindrucksvoll: Es kommt nicht auf die Größe an, sondern auf die Idee dahinter.

Der Reiz liegt im Überraschungsmoment. Ein Werbeatikel, der im Alltag nützlich ist und zugleich ein Lächeln auslöst, wird nicht weggelegt, sondern benutzt. Genau hier entfaltet sich seine Wirkung: Wiederholte Nutzung sorgt für wiederholte Markenwahrnehmung – subtil, sympathisch und nachhaltig.



Der wahre Vorteil liegt in der emotionalen Bindung. Wer einen Werbeatikel nicht nur bekommt, sondern ihn gern nutzt, verbindet positive Eigenschaften mit der Marke dahinter: Clever, aufmerksam, nützlich. Ein gut gestalteter Mini-Artikel erzählt damit mehr über ein Unternehmen als jede großformatige Anzeige.

Da freuen sich Bienen und Natur

Mit gleich fünf bunten Blumenmurmeln, die aus einer Mischung aus Ton, Erde und hochwertigem Saatgut bestehen, macht man nicht nur Bienen und anderen Insekten, sondern auch sich selbst eine Freude.

TDJ Stadtgärtner GmbH
www.diestadtgaertner.de
 PSI 49090

**Umweltbewusst Privatsphäre schützen**

Mit diesem Webcam Cover aus Paper setzen Anwender auf eine umweltbewusste Lösung, die sowohl praktisch als auch sicher ist. Das Cover spart Kunststoff und lässt sich vollflächig bedrucken. Verpackt in einem umweltfreundlichen Teebeutel, wird zudem auf herkömmliche Plastikverpackungen verzichtet.

tobra GmbH & Co. KG
www.tobra.io
 PSI 47317





JN796 — EINFACH DAIBER.

www.daiber.de

daiber

Modernisiertes Produkthaftungs- recht

Wer durch ein fehlerhaftes Produkt einen Sachschaden oder eine Körperverletzung erleidet, soll künftig einfacher Schadensersatz vom Hersteller erlangen. Das modernisierte Produkthaftungsrecht erweitert den Kreis der Haftenden und die betroffenen Produktgruppen und stellt neue prozessuale Anforderungen. Was Unternehmen wissen sollten.

Mehr Produktsicherheit in der digitalisierten Welt





Im neuen Produkthaftungsrecht wird der Begriff des Produkts und damit der Kreis der Haftenden erheblich erweitert.



Auch Software, KI-Systeme, digitale Baupläne und Smarte Technologie fallen künftig unter die Produkthaftung.



Produkthaftung: Wann ist ein Produkt fehlerhaft?

Ein Produkt wird als fehlerhaft betrachtet, wenn es nicht die Sicherheit bietet, die man erwarten kann oder die nach EU-Recht oder nationalem Recht vorgeschrieben ist.

Eine Bewertung der Fehlerhaftigkeit umfasst...

- ... die Aufmachung und die Merkmale des Produkts, einschließlich seiner Kennzeichnung
- ... die Auswirkungen der Fähigkeit des Produkts (Software, KI) weiter zu lernen oder neue Funktionen zu erwerben, auf das Produkt
- ... die vernünftigerweise vorhersehbaren Auswirkungen anderer Produkte auf das Produkt, die voraussichtlich zusammen verwendet werden

Vorschriften verschärft

Mit der überarbeiteten Richtlinie, die nun bis Ende 2026 europaweit in nationales Recht umgesetzt wird, wurden die Vorschriften für die Entschädigung von Personenschäden, Sachschäden oder Datenverlusten, die durch unsichere Produkte – von Gartenstühlen bis hin zu modernen Maschinen – verursacht werden, modernisiert und verstärkt. Die Richtlinie gewährleistet sowohl für Unternehmen als auch für Verbraucher faire und berechenbare Vorschriften. Sie trägt auch der wachsenden Zahl von Produkten auf dem Binnenmarkt Rechnung, die außerhalb der Union hergestellt werden. So schreibt sie vor, dass Hersteller immer einen Wirtschaftsbeteiligten in der EU benennen müssen, von dem Geschädigte Schadenersatz verlangen können. Das gilt auch für online vertriebene Produkte. Im Zuge der Umsetzung der Richtlinie wird das deutsche Produkthaftungsrecht auf die Höhe der Zeit gebracht, indem die Produkthaftung an die Digitalisierung, die Kreislaufwirtschaft und globale Wertschöpfungsketten angepasst wird. Da Werbetreibende Unternehmen Produkte der verschiedensten Produktgruppen in Verkehr bringen, Produkte verändern, viele Vertriebswege nutzen und weltweit agieren, ist das Produkthaftungsrecht auch für die Branche relevant.

Die EU modernisiert das Produkthaftungsrecht grundlegend. Mit der neuen Produkthaftungsrichtlinie (EU) 2024/2853 sollen Verbraucher in einer digitalen Welt besser geschützt werden. Deutschland muss die Vorgaben bis 9. Dezember 2026 umsetzen, das sind zwei Jahre nach Inkrafttreten der EU-Richtlinie. Zu diesem Zweck hat das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) am 11. September 2025 einen Referentenentwurf vorgelegt, Mitte Dezember 2025 folgte dann der Gesetzentwurf zur Modernisierung des Produkthaftungsrechts, der die neue vollharmonisierende EU-Produkthaftungsrichtlinie grundsätzlich 1:1 umsetzt. Mit den Änderungen soll die Produkthaftung den Anforderungen der Digitalisierung, der Kreislaufwirtschaft und globaler Wertschöpfungsketten gerecht werden. Die neuen Regelungen sollen einen soliden Rahmen für Schadenersatzansprüche für durch fehlerhafte Produkte verursachte Schäden schaffen und allen Akteuren mehr Rechtssicherheit bieten. Sie gelten für alle Produkte, von herkömmlichen Haushaltsgegenständen über digitale Produkte bis hin zu Spitzentechnologien wie Robotern und Smart-Home-Systemen. Experten erwarten, dass auf dieser Basis die Klagebereitschaft künftig steigen wird.

>>



Ist ein Hersteller im Ausland nicht greifbar, kann die Haftung auch auf Importeure, Hersteller, Fulfillment-Dienstleister und Lieferanten ausgeweitet werden.

>> Produkthaftung auch für Software

Künftig gelten nicht nur klassische Waren als Produkte, sondern auch Software, KI-Systeme, digitale Baupläne für 3D-Drucker, smarte Geräte und verbundene Dienste. Auch geraten Unternehmen in die Haftung, die bisher nicht betroffen waren – etwa Anbieter von Software, Betreiber von Online-Plattformen, Fulfillment-Dienstleister oder Firmen, die Produkte wiederaufbereiten. Software soll künftig generell in die Produkthaftung einbezogen werden, ganz gleich, wie sie bereitgestellt und genutzt wird. Damit wird der Digitalisierung Rechnung getragen. Insbesondere KI-Systeme sollen unter die Produkthaftung fallen. Verursacht eine Künstliche Intelligenz – zum Beispiel bei der Steuerung autonomer Fahrzeuge oder Maschinen – Körper- oder Sachschäden, werden auch diese künftig von der Produkthaftung erfasst, wenn sie auf einem Produktfehler beruhen. Damit berücksichtigt das neue Produkthaftungsrecht, dass Hersteller häufig auch nach dem Inverkehrbringen noch Kontrolle über ihr Produkt ausüben, etwa durch Software-Updates oder durch die Anbindung an digitale Dienste. Damit sind sie auch noch zur Vermeidung von Fehlern in der Lage, nachdem das Produkt den Herstellungsprozess verlassen hat. Das wird zukünftig bei der Beurteilung der Fehlerhaftigkeit zu berücksichtigen sein. Open-Source-Software, die außerhalb einer Geschäftstätigkeit entwickelt oder bereitgestellt wird, bleibt wie bisher von der Produkthaftung ausgenommen.

Hersteller haftet bei Upcycling

Zur Anpassung an die Kreislaufwirtschaft enthält das neue Produkthaftungsrecht Regelungen zu Produkten, die nach ihrem Inverkehrbringen wesentlich verändert werden. Wird ein Produkt nach seinem Inverkehrbringen so umgestaltet, dass es wesentlich geändert wird (etwa durch „Upcycling“), soll der umgestaltende Hersteller künftig als Hersteller haften. Beispielsweise können durch „Upcycling“ Produkte so umgestaltet werden, dass sie ein geändertes Risikoprofil erhalten und infolgedessen haftungsrechtlich als neue Produkte anzusehen sind. In diesem Fall ist es sinnvoll und nachvollziehbar, dass derjenige als Hersteller haftet, der das wesentlich veränderte Produkt in Verkehr bringt. Er kann sich von der Haftung befreien, wenn er nachweist, dass der Fehler, der die Rechtsgutsverletzung verursacht hat, mit einem Teil des Produkts zusammenhängt, der von der Änderung nicht betroffen ist.

Globale Wertschöpfungsketten: Weitere Akteure haftbar

In Zeiten globaler Wertschöpfungsketten sind zunehmend Produkte auf dem Unionsmarkt erhältlich, deren Hersteller außerhalb der Europäischen Union ansässig sind. Daraus können sich für geschädigte Personen Schwierigkeiten bei der Durchsetzung ihrer Ansprüche ergeben. Sitzt ein Produkthersteller außerhalb der EU und ist nicht greif-



Wer durch ein fehlerhaftes Produkt geschädigt wird, kann künftig leichter Schadensersatzansprüche geltend machen.

bar, sollen neben ihm unter bestimmten Voraussetzungen weitere Akteure haften: Importeure, Hersteller, Fulfillment-Dienstleister und Lieferanten. Dasselbe soll für Anbieter von Online-Plattformen gelten, wenn Verbraucher aufgrund der Darstellung eines Angebots davon ausgehen können, dass das Produkt entweder von der Online-Plattform selbst oder von einem ihrer Aufsicht unterstehenden Nutzer bereitgestellt wird.

Schadensersatzansprüche geltend machen

Wer durch ein fehlerhaftes Produkt geschädigt wird, soll künftig leichter Schadensersatzansprüche geltend machen können. So soll etwa der ursächliche Zusammenhang zwischen einem Produktfehler und einer eingetretenen Rechts-
gutsverletzung grundsätzlich vermutet werden, wenn ein Produktfehler feststeht und die eingetretene Verletzung typischerweise auf diesen Fehler zurückzuführen ist. Zudem müssen Unternehmen auf Anordnung eines vom Geschädigten angerufenen Gerichts Beweismittel offenlegen. Dabei müssen eine angemessene Balance der betroffenen Interessen und ein effektiver Schutz von Geschäftsgeheimnissen sichergestellt werden. Die Richtlinie legt fest, dass beide Parteien das Recht haben, Zugang zu den Beweismitteln zu beantragen, die zur Untermauerung ihrer Ansprüche erforderlich sind. Mit den Änderungen wird insbesondere darauf reagiert, dass moderne Produkte wie vernetzte Geräte und Software zunehmend komplex aus-

gestaltet sind. Unternehmen haften für ihre fehlerhaften Produkte für einen Zeitraum von 10 Jahren nach dem Inverkehrbringen des Produkts. Die 10-jährige Verjährungsfrist verlängert sich auf 25 Jahre, wenn die Personenschäden erst nach und nach auftreten (latente Gesundheitsschäden). Die Opfer haben drei Jahre Zeit, um vor einem nationalen Gericht eine Entschädigungsklage zu erheben.

Mit dem Produkthaftungsgesetz, der Produktsicherheitsverordnung und dem Lieferkettengesetz zeichnet sich inzwischen eine klare Linie ab, die insgesamt zu mehr Herstellerverantwortung, Produktsicherheit und Verbraucherschutz führen soll. Dass Unternehmen die Gesetzesvorhaben der EU kritisch sehen, ist ebenso nachvollziehbar wie die Notwendigkeit, nur sichere Produkte auf den Markt zu bringen. <

Das neue Produkthaftungsrecht im Überblick

Die EU modernisiert das Produkthaftungsrecht grundlegend. Mit der neuen Produkthaftungsrichtlinie (EU) 2024/2853 sollen Verbraucher in einer digitalen Welt besser geschützt werden. Deutschland muss die Vorgaben bis 9. Dezember 2026 umsetzen. Zu diesem Zweck hat das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) am 11. September 2025 einen Referentenentwurf und im Dezember 2025 einen Gesetzentwurf vorgelegt. Was bedeutet das?

Künftig gelten nicht nur klassische Waren als Produkte, sondern auch Software, KI-Systeme, digitale Baupläne für 3D-Drucker, smarte Geräte und verbundene Dienste. Auch geraten Unternehmen in die Haftung, die bisher nicht betroffen waren – etwa Anbieter von Software, Betreiber von Online-Plattformen, Fulfillment-Dienstleister oder Firmen, die Produkte wiederaufbereiten.

Die finanziellen Grenzen fallen: Der bisherige Selbstbehalt von 500 Euro und die Haftungsobergrenze von 85 Millionen Euro werden gestrichen. Geschädigte können also künftig verlangen, dass der volle Schaden ersetzt wird. Ein erhöhtes Risiko von Kollektivklagen ist zu erwarten.

Neu sind auch Offenlegungspflichten: In Haftungsprozessen müssen Unternehmen relevante Beweismittel wie Konstruktionsdaten oder Erkenntnisse aus der Produktbeobachtung auf Antrag dem Kläger vorlegen. Wer diese Pflicht ignoriert, hat schlechte Karten – denn die Richtlinie sieht eine gesetzliche Vermutung vor: Wenn der Kläger seinen Schadensersatzanspruch plausibel darlegt, wird angenommen, dass das Produkt fehlerhaft ist.

Zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen können Unternehmen beantragen, dass bestimmte Unterlagen vertraulich behandelt werden. Gibt das Gericht dem Antrag statt, kann es Strafen verhängen, falls der Kläger diese Geheimnisse außerhalb des Verfahrens nutzt.

Für Unternehmen heißt das: Sie müssen ihre Prozesse, Dokumentationen und IT-Sicherheit prüfen und anpassen.

www.dihk.de



Werbeartikel müssen heute mehr leisten: **Sie sollen begeistern, Marken erlebbar machen** und messbaren Mehrwert schaffen. Diese Produkte erfüllen genau diesen Anspruch – und sind damit starke Umsatztreiber.



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



Vielseitige Präsentationslösungen

Myrix® setzt nach der erfolgreichen Einführung des Myrix® XPND Papiertaschenkonzepts den konsequenten Ausbau der Produktlinie fort. Das im vergangenen Jahr erstmals vorgestellte Konzept hat sich als vielseitige und hochwertige Lösung für die Markenpräsentation etabliert. Die Taschen stehen für eine moderne Verbindung aus Design, Funktionalität und Markenwirkung und kommen auf Messen, Events, im Außendienst oder im Einzelhandel zum Einsatz. Die positive Resonanz aus dem Markt bestätigt den Anspruch, mit XPND eine eigenständige Taschenlinie für professionelle Werbezwecke geschaffen zu haben. Die drei Linien XPND Exclusive, XPND White und XPND Eco decken unterschiedliche Anforderungen an Design, Materialität und Nachhaltigkeit ab. Während XPND Exclusive mit Satin-Griffen und matter Laminierung auf einen besonders hochwertigen Auftritt setzt, bietet XPND White eine klare, reduzierte Optik. XPND Eco ergänzt das Portfolio mit nachhaltigen Papierqualitäten aus Recycling-, Gras- und Kraftpapier – jeweils kombiniert mit stabilen Griffvarianten. Große Werbeflächen, individuelle Druckoptionen, All-Over-Motive und Sonderfarben ermöglichen eine aufmerksamkeitsstarke Markeninszenierung. Das Unternehmen bietet maßgeschneiderte Lösungen für Geschäftskunden, die Wert auf eine umweltbewusste Markenpräsentation legen. Produktion Made in Germany und Made in Europe gewährleistet dabei kurze Lieferzeiten und beste Qualität.



Smarte Absicherung

Das bei Troika erhältliche TSA-Kofferschloss mit Apple® Find My Funktion verbindet Sicherheit mit smarterer Ortung. Ideal für Flugreisen ist der individuell einstellbare Zahlencode, der vor unbefugtem Zugriff schützt, während das TSA-System autorisierten Stellen den Zugriff erlaubt. Dies ohne das Schloss oder den Koffer zu beschädigen. Mit der integrierten Ortungsfunktion über die Apple® Find My App („Wo ist?“) ist das Gepäck mit allen Apple® kompatiblen Geräten jederzeit auffindbar. Eine handelsübliche Batterie genügt für die smarte Technik. Das smarte Produkt ist aus ABS und Metall gefertigt und in Schwarz ausgeführt. Dank des individuell einstellbaren Zahlencodes wird das Gepäck vor Diebstahl geschützt und unbefugtes Öffnen vom Rucksackschloss verhindert. Das Öffnen ohne Zahlencode ist nur durch autorisierte Behörden wie den Zoll möglich. Die Batterie ist austauschbar.



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



PSI 41990 • Joytex GmbH & Co. KG
Tel +49 2872 9506-0 • rechnung@joytex.de
www.joytex.de

Wetterfeste Transporthelfer

Die Tasche Atlanta sowie die Rucksäcke Chicago sind ab sofort in den Farben Blau, Grau und Schwarz bei Joytex ab Lager erhältlich. Beide Modelle bestehen aus 130 Gramm/m² starkem 300D-Polyester. Das Besondere an 300D-Polyester ist seine Balance aus Leichtigkeit und Strapazierfähigkeit, erreicht durch die dichte Oxford-Webart und eine Ausrüstung, die das Material wasserabweisend, schmutzabweisend und robust macht. Das technisch ausgereifte Textilmaterial bei Atlanta, der Tasche mit langen Henkeln, hat Joytex mit einem YKK-Reißverschluss kombiniert, ideal auch für nasse Tage. Egal ob Einkäufe oder Freizeitutensilien: Atlanta schützt den Inhalt sicher vor Wind und Wetter. Die gleichen Argumente und Vorteile gelten übrigens auch für den Rucksack. Mit einem Innenfach mit Reißverschluss eignet er sich bestens als Werbeträger für Sportveranstaltungen.



Ein Hauch von Sommer

Auch 2026 bringt Kalfany Süße Werbung wieder ein geschmackliches Highlight auf den Markt, inspiriert von Sonne, Meer und tropischem Feeling. Die neue Sorte Blue Coconut verbindet fruchtige Vielfalt mit cremigem Kokosgeschmack und ist damit wie gemacht für Marken, die positiv auffallen möchten. In der Tüte erwartet die Kunden ein sommerlicher Mix aus blauen Fruchtgummi-Palmen in den Geschmacksrichtungen Cassis, Heidelbeere, Pflaume und Brombeere, kombiniert mit weißen Fruchtgummi-Kokosnüssen, die durch ihr zartes Kokosaroma überraschen. Verpackt im individuell bedruckbaren 20 Gramm-Werbetütchen, wahlweise in glänzend oder matt kaschierter, transparenter oder weißer Ausführung, eignen sich die Produkte ideal als sommerliches Mailing, Event-Snack oder markenstarker Streuartikel. Die Lieferzeit beläuft sich auf zirka 15 Arbeitstage nach Druckfreigabe.



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



RFID)))
credit cards slots

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

Sicherer Platz fürs Geld

Klein, aber beeindruckend präsentiert sich das Slim Wallet von Zito Lifestyle, das auf bewährtes Design setzt, gepaart mit hoher Funktionalität und neuer RFID Sicherheit. Die flache Ledergeldbörse passt mühelos in jede Hosen- oder Anzugtasche ohne aufzutragen, und bietet dennoch Raum für alles Wesentliche. Geldscheine lassen sich ungefaltet verstauen, während ein zusätzliches Reisverschlussfach im Inneren, Platz für noch mehr Utensilien bietet. Das zweigeteilte Scheinfach und ein integrierter RFID-Schutz sorgen zusätzlich für Sicherheit vor Datenmissbrauch. Für PSI Händler gelten zudem die passenden, rabattierten Preis-Konditionen. Mit einer individuellen Prägung lässt sich zudem der Markenauftritt der Industriekunden erhöhen.

In bester Ordnung

Blue Cycle Tech 2 Go heißt die bei Troika erhältliche Kabeltasche für Elektronikzubehör, gefertigt aus recyceltem Meeresplastik. Diese Kabeltasche aus 100 Prozent recyceltem Meeresplastik sorgt für Übersicht beim Technikzubehör. Die clevere Innenaufteilung ist nachhaltig und durchdacht und bietet neben einem Hauptfach, das sich zu zwei Ebenen umklappen lässt, sechs Steckfächer, ein Netzfach mit Reißverschluss, eine Stiftschleufe und ein Frontfach für Smartphone oder Notizen. Geöffnet bleibt alles übersichtlich und griffbereit und ist damit perfekt zum Arbeiten unterwegs. Ob Powerbank, Kabel, Maus oder Visitenkarten: In der Kabeltasche hat alles seinen Platz. Mit Trolley-Strap und Henkel ausgerüstet, ist sie ideal für unterwegs. Das Produkt steht für stilvolles Design und klares Umweltbewusstsein und ist perfekt für alle, die Wert auf nachhaltige Materialien legen.



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





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

Bequem unterwegs

CreaNap ist ein maßgeschneidertes, aufblasbares Reisekissen aus europäischer Herstellung, erhältlich bei Anda Present. Das Produkt wurde für komfortablen Gebrauch unterwegs konzipiert, von kurzen Geschäftsreisen bis hin zu Langstreckenflügen. Die weiche Haptik verdankt es einem Mikrofaserbezug mit Reißverschluss, während die Markenwirkung durch eine vollflächige Vollfarb-Sublimationsbedruckung erzielt wird. Aus Kampagnensicht passt es gut zu Werbeaktionen mit Reisetemen, Premium-Onboarding- und Mitarbeiter-Care-Paketen, Konferenz-Kits, Kooperationen mit Fluggesellschaften oder Mobilitätspartnern sowie saisonalen Kampagnen, bei denen Komfort und Wohlbefinden Teil der Botschaft sind. Das Go Green-Attribut ist eine klare Stärke von CreaNap: Der Bezugsstoff besteht zu 92 Prozent aus RPET-Polyester und unterstützt eine verantwortungsbewusstere Materialauswahl durch die Verwendung von recycelten Rohstoffen. Zugleich bietet der Bezugsstoff eine hochwertige Haptik und dauerhafte Alltagstauglichkeit. Für Marken, die Nachhaltigkeit kommunizieren möchten, ohne auf Designfreiheit zu verzichten, kombiniert CreaNap eine glaubwürdige Geschichte über recycelte Materialien mit einer großen kreativen Fläche für kunstorientierte Kampagnen.

Beidseitig individualisierbar

Beidseitig bedruckbare Gepäckanhänger aus flexiblem Kunststoff sind bei marcolor erhältlich. Die Kofferanhänger bestehen aus einer weißen, hochwertigen Polypropylen-Folie und überzeugen durch ihre hohe Einreißfestigkeit, Beständigkeit gegen Wasser sowie Temperatureinflüsse. Zudem sind diese gut zu beschriften. Bedruckt werden die Produkte fürs Reisegepäck im Sieb-, UV-Digital- oder UV-Offsetdruck. Neben einer Standardform können auch individuelle Sonderformen umgesetzt werden. Die Mindestmenge der komplett in Deutschland hergestellten Anhänger beträgt 500 Stück, die Lieferung erfolgt innerhalb von 10 bis 15 Werktagen.

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



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

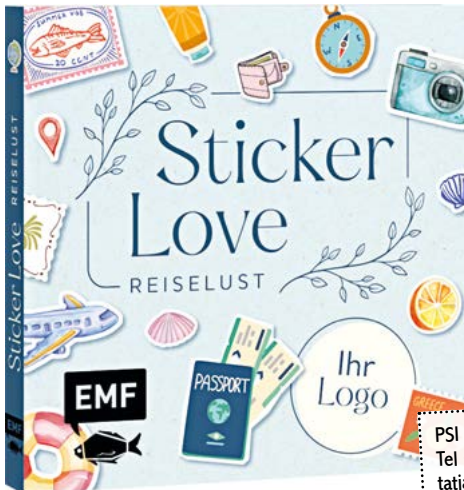
Moderne Reiselösungen

Ein besonderes Highlight aus dem Sortiment von Zego Textilveredelungszentrum ist die Trolley-Kabinentasche aus 600D Polyester von ki mood, perfekt für das Handgepäckformat. Das Modell bietet innovative Veredelungsoptionen durch spezielle Reißverschluss Taschen, ideal für individuelle Designs und Logos. Die halbfeste Struktur mit Relief-Verstärkung und Kunststoff-Standfüßen gewährleistet Stabilität und Schutz. Mit einem nutzerfreundlichen Tragegriff und einem großzügigen Volumen von 27 Litern ist dieser Trolley sowohl praktisch als auch stilvoll. Umweltzertifikate unterstreichen das Engagement für Nachhaltigkeit.



Must-have für Reiselustige

Die zahlreichen Sticker und Etiketten sind perfekt zum Personalisieren und Dekorieren von Fotoalben und Reisetagebüchern geeignet. Auch Mitbringsel und Postkarten werden dadurch zu etwas ganz Besonderem. Dazu bietet der EMF-Verlag (Edition Michael Fischer) eine maßgeschneiderte Sonderausgabe aus seinem vielfältigen Verlagsprogramm an. Auf Wunsch können ein Logo auf dem Cover und Produkte sowie Dienstleistungen auf den Innenseiten platziert werden. Somit lässt sich ein völlig individuelles Produkt mit flexibler Seitenzahl, besonderer Ausstattung und eigenem Corporate Design gestalten.



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

Sorgenfreies Reisen

Sorgenfreies Reisen garantiert das hochwertige Reisezubehör von D&K ID Group. Ob ein stabiler Koffergurt aus gewebtem Material oder ein langlebiger Kofferanhänger mit Namensschild: Das praktische Duo sorgt dafür, dass das Gepäck jederzeit zuverlässig identifiziert werden kann. Der Aluminium-Kofferanhänger lässt sich individuell einfärben und wird mit einer robusten Metallschleufe befestigt. Eine Gravur oder Bedruckung nach Wunsch ist ab einer Mindestmenge von 300 Stück ebenfalls möglich. Die Koffergurte bieten die Baden-Württemberger in verschiedenen Varianten an: mit Metallsteckschnalle, Zahlenschloss, Kunststoffverschluss oder aus nachhaltigem rPET-Material. Die Mindestbestellmenge beträgt 300 Stück. Eine Einfärbung erfolgt individuell nach Pantone, ebenso ist eine individuelle Bedruckung möglich.

PSI 45649 • D&K ID Group
 Tel +49 7664 61188-0 • info@dk-id.com
 www.dk-id.com





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



Allzeit einsatzbereit

Mit der neuen Solid-Serie erweitert Halfar® das Sortiment um Taschenlösungen, die den mobilen und flexiblen Einsatz klar in den Fokus stellen. Der Notebook-Rucksack Solid verbindet eine reduzierte, moderne Gestaltung mit hoher Funktionalität und zuverlässigem Tragekomfort. Der recycelte Oberstoff verleiht dem Rucksack eine zeitgemäße Optik. Innen sorgt ein helles Futter für gute Übersicht. Das vollständig gepolsterte Hauptfach mit dreiseitig umlaufendem Zwei-Wege-Reißverschluss ermöglicht komfortables Packen und schützt Notebook und Arbeitsmaterial zuverlässig. Die große, gepolsterte Vortasche mit Isolierfunktion ist ideal für eine Lunchbox oder empfindliche Inhalte. Ergänzt wird die Ausstattung durch weitere flache Reißverschlussfächer an Front und Deckel sowie zwei seitliche Reißverschlussaschen. Innen sorgen ein gepolstertes Notebookfach mit Befestigungslasche, ein verdecktes AirTag-Fach sowie ein Reißverschluss-Netzfach für Ordnung. Das ergonomisch gepolsterte Tragesystem mit höhenverstellbarem Brustgurt bietet hohen Komfort, die rückseitige Schlaufe zur Befestigung am Trolley-Gestänge macht den Rucksack unterwegs zum praktischen Begleiter. Erhältlich in Beige, Grüngrau, Marine und Schwarz.

Praktischer Strandtuchhalter

Das perfekte Urlaubs-Accessoire für die nächste Kreuzfahrt, den Pool, Strand oder auch zuhause auf Balkonien ist der praktische Strandtuchhalter von happyROSS, der Handtüchern sicheren Halt bei Wind bietet. Durch das elastische Material sind sie sehr dehnbar und passen sich dem Stuhl an. Das Band muss nicht geknotet werden, wodurch es sich leicht und schnell befestigen lässt. Die elastischen Bänder können in unterschiedlichen Breiten und Längen gefertigt werden. Die Logoanbringung erfolgt per Sublimationsdruck und bietet somit eine große Fläche für eine Werbebotschaft.



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



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

Natürlicher Markenbotschafter

Der kompakte Reise-Schuhlöffel von Holz Frank ist aus FSC®-zertifiziertem europäischem Eichen- oder Buchenholz gefertigt und avanciert zum stilvollen Begleiter für unterwegs. Mit praktischem Band zum Aufhängen aus Leder, in verschiedenen Größen und Formen erhältlich, passt er ideal in Koffer, Sporttasche oder Hotelzimmer. Eine individuelle Lasergravur veredelt das natürliche Holz dauerhaft und hochwertig und macht das Produkt zum nützlichen Werbeartikel oder Mitarbeitergeschenk. Nachhaltig produziert, langlebig im Einsatz und täglich genutzt, überzeugt der Reise-Schuhlöffel von Holz Frank als eleganter Markenbotschafter mit echter Wertigkeit.

Glänzende Angelegenheit

Das mini Schuhpflege-Set Däumling von Frank Bürsten ist der ideale Reisebegleiter. Es benötigt wenig Platz und ist unterwegs jederzeit griffbereit. Mit nur wenigen Schritten werden Glattlederschuhe wieder zum Glänzen gebracht. Besonders bei Lederschuhen ist die regelmäßige Pflege entscheidend, um die Lebensdauer der Schuhe zu verlängern. Die hochwertige neutrale Schuhcreme wird mit einer Tiegelbürste auf die Schuhe aufgetragen. Mit dem weichen Tuch werden die Schuhe poliert und überschüssige Schuhcreme entfernt. Aufbewahrt wird das praktische Schuhpflege-Set in einem Baumwollbeutel mit Kordelzug. Mit seiner handlichen Größe findet der Däumling auf jeder Reise in Tasche oder Koffer Platz und sorgt im Handumdrehen für ein gepflegtes Erscheinungsbild. Auf Wunsch ermöglicht Frank Bürsten, die Bürste oder den Baumwollbeutel individuell mit einem Firmen- oder Werbelogo zu gestalten.



PSI 41853 • Frank Bürsten GmbH
Tel +49 7673 88865-0
info@frank-brushes.de
www.frank-brushes.de



Funktional und langlebig

Dieses Lanyard, entworfen von Brand New Lab aus Portugal, verleiht dem alltäglichen Branding einen raffinierten Touch. Es wird vollständig in Portugal hergestellt und verbindet Langlebigkeit mit dem natürlichen Charakter von Leder im Personalisierungsbereich, wodurch ein durchdachtes und authentisches Produkt entsteht. Die Weichheit und Textur des Leders verleihen ihm Wärme und Tiefe und machen aus einem einfachen Accessoire etwas Bedeutungsvolleres. Es handelt sich um ein funktionales Objekt, das mit Sorgfalt entworfen wurde, um getragen, genutzt und geschätzt zu werden.

PSI 60685 • Brand New Lab, Lda
Tel +35 191 3561645
online@brandnewlab.com
www.brandnewlab.com

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



Ordnung im Reisegepäck

Intelligente Organisation und langfristige Markenpräsenz garantieren die Dirty and Clean Sortiertaschen von Greenverta by Media Sp. z o.o. aus Polen. Diese Produkte bringen Ordnung in jeden Koffer und stehen auch auf alltäglichen Reisen für eine starke Markenpräsenz. Sie bestehen aus recyceltem Netzgewebe und werden mit einem Kordelzug oder einem flachen Reißverschluss verschlossen. Außerdem sind die Taschen leicht, praktisch und nicht nur für Reisen geeignet, sondern auch für Geschäftsreisen oder spontane Einkäufe auf dem Markt. Vermarkter bekommen mit Dirty and Clean ein Instrument mit hohem Aufmerksamkeitsfaktor an die Hand. Die Sublimation ermöglicht kräftige Farben, detaillierte Grafiken und kreative Freiheit ohne Kompromisse. Zudem lässt sich jede beliebige Grafik auf diese wiederverwendbaren Taschen drucken.



Stilvoll und zuverlässig

Wer sein Gepäck stilvoll und zuverlässig sichern möchte, findet im Sortiment von Mister Lanyard aus den Niederlanden das passende Accessoire. So finden sich etwa vollfarbige, sublimierte Gepäckgurte aus recyceltem RPET beim Werbemittel-Spezialisten. Diese sind nicht nur robust und langlebig, sondern etwa durch eine farbenfrohe Gestaltung ebenso auffällig und aufmerksamkeitsstark. Die umweltfreundlichen Werbemittel eignen sich perfekt für ein nachhaltiges Reisebranding.



PSI 49740 • Mister Lanyard Nederland B.V.
 Tel +31 297724800
 info@misterlanyard.com
 www.misterlanyard.com



PSI 44668 • R. Cermak –
Mini-Taschenlampen (Made in Germany)
Tel +49 7231 106105 • info@penlights.de
www.penlights.de

Spot on!

Die Stabtaschenlampe Spotlight von Richard Cermak eignet sich aufgrund ihrer Größe und ihres sehr hellen LED-Lichts perfekt als Reisebegleiter und sollte in keinem Reisegepäck fehlen. Die Minitaschenlampe ist Made in Germany und strahlt dank ihrer weißen LED extrem hell. Sie sorgt mit der fokussierten Linse für gebündeltes Licht da, wo es gebraucht wird. Zu den Highlights zählt neben der Verwendung innovativer Chiptechnologie das hochwertige Aluminium-Gehäuse, eine edle Lackierung, ein massiver Druckschalter mit integrierter Stahlkugel und sein kompaktes Maß, welches das Produkt ideal für die Reise machen.

Novum im Markt

Die Modelle Bremen und Leipzig aus dem Sortiment von Joytex sind ein Novum im Markt: Die beiden Taschen sehen zunächst nicht so aus, als hätten sie etwas revolutionär Neues an sich, doch das haben sie. Wäre da nicht das Made in Germany-Label an der Seite der Taschen, wären sie von Fernost-Modellen nicht zu unterscheiden. Ganz bewusst hat Joytex zwei besonders gängige Formate mit dem Hersteller dieser Taschen ausgearbeitet und die beiden Modelle jeweils in Natur und Schwarz ins Lager genommen. Die 140-Gramm-Baumwolle trägt das OEKO-TEX Made in Green-Label. Dank maschinengestützter Produktionsweise werden diese Taschen tatsächlich günstig in Deutschland gewebt, genäht und bedruckt. Die Druckfläche von 30 mal 30 Zentimeter auf beiden Seiten lässt sechsfarbigen Sieb- oder Transferdruck zu.



PSI 41990 • Joytex GmbH & Co. KG
Tel +49 2872 9506-0 • rechnung@joytex.de
www.joytex.de



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



Punktgenaue Kundenansprache

Die maßgeschneiderte Branchen- und Themenbox Reise und Tourismus von mbw® bietet Werbemittelhändlern eine sorgfältig zusammengestellte Auswahl an Werbe- und Geschenkartikeln, die speziell auf die Bedürfnisse von Kunden wie zum Beispiel Reiseveranstalter, Hotels und Tourismusanbieter abgestimmt sind. Das Besondere an der unkomplizierten Branchen- und Themenboxen ist die zielgruppengerechte Produktauswahl: Die Box enthält beliebte Geschenk- und Werbeartikel, die durch umfangreiche Recherchen und Branchenkenntnisse ausgewählt wurden, um den Geschmack der Kunden exakt zu treffen. Die Bemusterung ist denkbar einfach: So lässt sich die Box nutzen, um den Kunden kostengünstig und mühelos passende Muster zu präsentieren und so neue Umsätze zu generieren. Die Boxen können auch direkt und neutral an die Kunden versendet werden.



Perfekte Organisation

Abläufe neu zu ordnen und fokussiert in den Alltag zu starten gelingt mit funktionalem Reisegepäck für Geschäftsreisen und Pendler, präzisen Uhren für verlässliche Pünktlichkeit und Emergency Multi-Tool für unerwartete Situationen, jeweils erhältlich bei Victorinox. Für höchste Reise-Effizienz steht der Werks Traveler 7.0 Global Carry-On, eine Kombination aus bekannten Funktionen mit neuen Innovationen. In diesem Handgepäcktrolley für nahtlose Business-Reisen lässt sich Kleidung mit der herausnehmbaren Kleiderhülle und dem waschbaren Wäschesack schützen und trennen, um knitterfrei anzukommen. Die Personalisierung wird per Thermotransferdruck, 3M Scotchlite™ Silver, 3D Silikontransfer, Digitaldruck oder Lasergravur auf Plaketten sowie Tampondruck auf der Taschenmesserschale umgesetzt.

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



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

Energiegeladenes Multitalent

Einen weltweit einsetzbaren Reiseadapter mit integriertem USB-C Kabel, geeignet für alle gängigen Steckdosen weltweit, liefert Troika. Die Steckerkontakte sind durch Herausschieben wählbar nach Region und passen in alle Steckplätze in der EU, den USA, Australien, China sowie Großbritannien. Darüber verfügt das Produkt über einen zusätzlichen Steckerplatz für die USA und Japan, ein herausziehbares 35W USB-C Schnellladekabel, je zwei USB-A und USB-C-Anschlüsse für gleichzeitiges Laden von insgesamt bis zu sechs elektronischen Geräten. Inklusiv ist zudem eine eingebaute 10 Ampere Sicherung sowie eine Ersatzsicherung im Adapter beiliegend. Das Produkt ist aus Polycarbonat und in Weiß erhältlich. Das 75 Zentimeter lange USB-C-Kabel ist ausziehbar, verschwindet ordentlich im Gehäuse und wird magnetisch gehalten. Damit ist Schluss mit Kabelsalat.

Stilvoll verpackte Reise-Essentials

Altmont Modern Deluxe Backpack ist ein von Victorinox für Pendler konzipierter Rucksack mit durchdachten Lösungen zum Packen. Der Rucksack aus recyceltem Polyester (rPET) mit antimikrobiellem Futter und laminiertem Boden ist wasserabweisend und verfügt über lichtreflektierende Details für bessere Sichtbarkeit bei schlechten Lichtverhältnissen. Hierin lässt sich alles organisieren, was unterwegs gebraucht wird, griffbereit für den Arbeitsweg oder für kurze Ausflüge nach der Arbeit. Dank der herausnehmbaren Laptophülle und der drei Innenfächer einschließlich SoundPocket, Business-Organisation, Schlüsselanhänger, Reißverschlussstasche mit Ledergleiter und gepolstertem, kratzsicherem Fach, ist das wichtige Zubehör sicher und geschützt. Das Gepäck lässt sich mit einem Trolley-Riemen optimieren. Die Personalisierung wird mittels Logo-Stickerei umgesetzt.



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



PSI 41990 • Joytex GmbH & Co. KG
Tel +49 2872 9506-0 • rechnung@joytex.de
www.joytex.de



Leicht und komfortabel

Neu im Sortiment von Joytex, Spezialist für hochwertigen Siebdruck auf textilen Taschen, ist Colmar, eine Brust- und Gürteltasche aus 330 Gramm starkem, schwarz gefärbtem Canvas. Sie ist mit einem vier Zentimeter breiten Gurt ausgestattet, der individuell bis zu 120 Zentimeter längenverstellbar ist. Der praktische und robuste Kunststoff-Clip verschließt sicher und sorgt für ein angenehmes Tragegefühl. Der YKK-Reißverschluss unterstreicht den qualitativen Anspruch und den Charakter eines Longlife-Produktes. Im Inneren der Tasche ist eine einfache Facheinteilung eingenäht, die den Innenraum in zwei Fächer teilt. Die Tasche ist im Format 14 mal 5 Zentimeter erhältlich und in maximal drei Farben im Sieb- oder Transferdruck bedruckbar.

Nachhaltige Reisebegleiter

Für das Reisen mit einem möglichst geringen CO₂-Fußabdruck steht Boogie Design, Werbeartikelspezialist aus Polen: Das Unternehmen konzentriert sich auf nachhaltige Materialien, die zu nützlichen Gegenständen werden und dem Anwender lange Zeit gute Dienste leisten. Dieser Ansatz gibt recycelten Stoffen ein zweites Leben und schafft neue Designs. Die Reisetaschen und Rucksäcke von Boogie Design werden aus recyceltem Filz aus Plastikflaschen und recyceltem Leder hergestellt. Die praktischen und nützlichen Taschen sind in verschiedenen Größen erhältlich und können auf Wunsch mit zusätzlichen Elementen wie Taschen, Riemen und Fächern ausgestattet werden. Angeboten werden zwei Arten von recyceltem Filz in einer großen Farbpalette. Das recycelte Leder ist in zwei Farbtönen und zwei Stärken erhältlich.



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



Clever eingepackt

Die Blue Cycle Packing Shirts Kompressionstasche von Troika, gefertigt aus 100 Prozent recyceltem Meeresplastik, bringt Ordnung und Übersicht in Koffer und Rucksack. Mit Reißverschluss, zusätzlichem Kompressionsreißverschluss und Netzfenster ausgestattet, ist sie ideal für platzsparendes, knitterfreies Packen von Hemden, Hosen & Co. Der praktische Tragegriff macht sie zum flexiblen Begleiter auf Reisen, im Alltag oder im Gepäcksystem. Die individualisierbare Packtasche ist ideal, um einfach clever zu packen. Ausgeführt in Dunkelgrau, wird das Volumen der Kleidung dank des innovativen Kompressionsreißverschlusses um bis zu ein Drittel reduziert: Sso bleibt mehr Platz im Koffer oder Rucksack für andere wichtige Dinge. Mit Netzfenster für schnellen Überblick und Tragegriff für einfachen Transport.



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

Tierisch guter Werbeeffect

Für die vierbeinigen Familienmitglieder bietet Condedi praktische Werbeträger wie zum Beispiel die faltbaren Trinkflaschen „Barnie“, den faltbaren Reisenapf „Coco“ sowie die handliche wasserabweisende Snack Bag „Freddy“. Alle Produkte werden mit Trageverschluss und Schnur geliefert und ermöglichen so eine leichte Befestigung an der Kleidung. Snack Bag Freddy wird per Kordel geöffnet und wieder verschlossen, während die Trinkflasche Barnie über einen Drehverschluss verfügt. Nicht fehlen dürfen die Kotbeutelspender Tour und Knochen für das „Geschäft zwischendurch“. Jeder dieser Artikel kann mit einem Werbedruck veredelt werden, womit die Werbebotschaft aufmerksamkeitsstark zur Geltung kommt. Die Produkte können einfach gereinigt werden und sind leicht zu verstauen. Lieferbar ab 50 Stück im Standardsortiment, Sonderfarben auf Anfrage. Die Produkte sind lagermäßig vorrätig und auch bereits ab kleineren Mengen lieferbar.



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





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



Stressfrei reisen

Wer kennt nicht das Problem seine Gepäckstücke am Flugplatz, bei See-, Busreisen oder anderen Gelegenheiten nicht schnell vom Gepäck Mitreisender unterscheiden zu können? Die reflektierenden Kofferanhänger oder Aufkleber der safeReflex GmbH helfen Reisegepäck bei schlechten Lichtverhältnissen mit Hilfe einer Lichtquelle (z.B. Taschenlampe des Smartphones) zu finden. Die Kofferanhänger können ganz einfach durch eine integrierte Schlaufe am Griff von Gepäckstücken befestigt werden und erleichtern durch ihr auffälliges Erscheinungsbild das Identifizieren. Alternativ können Gepäckstücke mit individuellen reflektierenden Aufklebern versehen werden. Beim Standardmodell der Kofferanhänger kann in dem Klarsichtfach auf der Rückseite vom Kunden der mitgelieferte Adresszettel ausgefüllt oder eine Visitenkarte eingeschoben werden. So kann der Kofferanhänger auch bei einer Adressänderung oder durch andere Personen zum Einsatz kommen. Sonderformen z.B. als LKW, Flugzeug, Maskottchen etc. sind je nach Umsetzbarkeit nach Absprache mit überschaubaren Werkzeugkosten möglich. Durch den Einsatz von zertifiziertem reflektierendem Material werden das Erkennen und Auffinden, insbesondere bei Dämmerung oder Dunkelheit, erheblich erleichtert. Durch die individuelle Bedruckung des Kofferanhängers auf der Vorderseite kommt die Werbung prominent zur Geltung. Ergänzend bietet safeReflex eine Trägerkarte zur perfekten Präsentation des Kofferanhängers mit an. Diese bietet zusätzlichen Platz für eine Werbebotschaft. Die Kofferanhänger eignen sich mit oder ohne Trägerkarte auch für Mailingaktionen.

Zeitlos elegant

Wer auf der Suche nach einem praktischen und zugleich umweltbewussten Begleiter für Freizeit, Reisen oder den Alltag ist, wird mit der veganen Filztasche Relana von Rominox® fündig. Hergestellt aus 100 Prozent recyceltem PET-Filz, verbindet die Tasche modernes Design mit einem klaren Bekenntnis zu Nachhaltigkeit. Die Filztasche überzeugt nicht nur optisch: Der melierte Grauton wirkt elegant und zeitlos, die stabilen, weichen Henkel sorgen für hohen Tragekomfort und der flache Boden garantiert einen sicheren Stand. Die vielseitig einsetzbare Tasche ist ideal für den Strandbesuch, die Shoppingtour oder als praktischer Begleiter auf Reisen. Für einen individuellen Markenauftritt bietet Römer Lifestyle ab 50 Stück die Möglichkeit, das Logo auf der Tasche mittels Thermotransferdruck anzubringen. So wird der kleine Transporthelfer nicht nur zu einem praktischen Alltagsbegleiter, sondern auch zu einem nachhaltigen Werbeartikel mit Wiedererkennungswert.



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

„Persönlich, inspirierend, erfolgreich“

Die Welcome Home Tour blickt auf eine erfolgreiche Winteretappe 2025 zurück. Drei Standorte, 16 Partner und zahlreiche Besucher sorgten für intensive Gespräche, echte Produkterlebnisse und neue Impulse. Im ersten Halbjahr 2026 wird dieses erfolgreiche Konzept fortgesetzt. An drei Terminen lädt die Welcome Home Tour erneut dazu ein, hochwertige Werbeartikel in besonderer Atmosphäre zu erleben – inklusive exklusiver Unternehmensführungen und Blicken hinter die Kulissen der Gastgeber. So steht die Welcome Home Tour 2026 für Nähe, Qualität und Inspiration – und für Werbeartikel, die man am besten live erlebt. www.welcome-home-tour.de

WELCOME
HOME

Das Beste. Zuhause.

Die Termine:

- **22.04.2026 | Herbolzheim – Kalfany Süße Werbung**
Produktvielfalt der Welcome Home Partner im Europa-Park Confertainment Center in Rust, kombiniert mit einer Herstellerführung bei Kalfany.
- **20.05.2026 | Bielefeld – HALFAR System GmbH**
Einblicke in die Entwicklung funktionaler, designstarker Taschenlösungen und entspanntes Entdecken der Neuheiten und aktuellen Trends.
- **10.06.2026 | Erbach – koziol »ideas for friends GmbH**
Kreative Produktwelten, persönliche Gespräche und Eindrücke aus der Produktion im Odenwald.

Welcome Home Tour 2026

Neue Führung, bewährte Werte

Nach 20 Jahren in der Geschäftsführung des Adventskalenderspezialisten CD-LUX GmbH übergibt Alexander Dirscherl die operative Verantwortung an Florian Beer. Gemeinsam mit Dennis Dirscherl wird Beer das Unternehmen künftig in der Geschäftsführung leiten und die Weiterentwicklung aktiv vorantreiben. Alexander Dirscherl bleibt dem Unternehmen weiterhin eng verbunden. Als Gesellschafter und Mitglied des Beirats wird er die strategische Entwicklung auch in Zukunft begleiten und seine Erfahrung in die langfristige Ausrichtung einbringen.

Florian Beer hat die operative Geschäftsführung zum 1. Januar 2026 übernommen. Er bringt langjährige Erfahrung in der Führung und Weiterentwicklung mittelständischer Unternehmen mit. Seine Expertise liegt insbesondere in der strategischen Steuerung von Wachstums- und Transformationsprozessen – mit einem besonderen Fokus auf Organisation, Prozesse und Digitalisierung.

„Ich freue mich sehr, meine Erfahrung und Energie künftig wieder in meiner Heimat Oberpfalz einbringen zu können und gemeinsam mit dem Team die erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens fortzusetzen“, erklärt Florian Beer. Zugleich betont er die Anforderungen der Branche: „Produktvielfalt und kundenspezifische Individualisierung müssen in Qualität und Lieferperformance jederzeit auf den Punkt passen.“ Auch Alexander Dirscherl blickt der Übergabe mit Zuversicht entgegen: „Ich freue mich sehr, dass wir mit Florian Beer einen fachlich äußerst kompetenten und zugleich empathischen Nachfolger für die operative Führung gewonnen haben. Damit ist das Unternehmen bestens für die kommenden Jahre aufgestellt.“ Mit der Übergabe der operativen Verantwortung stellt das Unternehmen frühzeitig die Weichen für eine erfolgreiche Fortführung und nachhaltiges Wachstum. www.cd-lux.de



Das Leitungsteam von CD-LUX (v.l.): Dennis Dirscherl, Florian Beer, Alexander Dirscherl. Bild: CD-LUX GmbH

Kahla und Senator melden Insolvenz an



Die traditionsreiche Porzellanmanufaktur Kahla/Thüringen GmbH hat einen Insolvenzantrag gestellt. Das Unternehmen schafft mit diesem Schritt den rechtlichen Rahmen, um die finanzielle Struktur des Unternehmens neu zu ordnen und die langfristige Zukunft des Produktionsstandortes zu sichern und das Unternehmen stabil aufzustellen. Trotz des Insolvenzantrages zeigt sich Geschäftsführer Daniel Jeschonowski optimistisch: „In den vergangenen fünf Jahren haben wir als Kahla-Team viel geleistet und ein hervorragendes Markenerlebnis geschaffen. Wir sind unternehmerisch auf dem richtigen Weg, werden aber in Zukunft mehr Wachstum erreichen müssen.“

Kahla wird seit 2020 umfassend restrukturiert. Neben der Vereinfachung von Prozessen wurden seitdem auch neue Kunden gewonnen und der Ausbau des Onlinegeschäfts hat in den vergangenen Jahren zu einer deutlichen Stärkung der Vertriebsbasis beigetragen. Nicht zuletzt deshalb verfügt die Marke Kahla über eine gute Position im Markt.

Der vom Amtsgericht Gera eingesetzte Insolvenzverwalter Thomas Jacobs von der Kanzlei Brinkmann & Partner ist mit seinem Team bereits vor Ort und hat erste Gespräche mit Geschäftsführer Daniel Jeschonowski und dem Betriebsratsvorsitzenden Stefan Schau geführt. „Mein erster Eindruck ist, dass Geschäftsführung und Belegschaft fest hinter der Porzellanmanufaktur Kahla/Thüringen stehen. Das ist wichtig, um die Produktion und Auslieferung im Antragsverfahren wie geplant fortzuführen und einen Plan für die Zukunft zu entwickeln“, so der Insolvenzverwalter in einer Unternehmensmitteilung. Trotz der Insolvenz läuft der Geschäftsbetrieb unverändert weiter und es werden neue Aufträge angenommen, bestätigt und ausgeführt. Die 120 Mitarbeiter erhalten in den kommenden Monaten Insolvenzgeld. Eine entsprechende Vorfinanzierung ist bereits eingeleitet.

Als Grund für den Insolvenzantrag führt das Unternehmen die wirtschaftliche Verunsicherung in Deutschland an. So sei die Messe- und Ordersaison bislang deutlich schwächer als erwartet verlaufen. Zudem sei im Gastronomiebereich eine spürbare Kaufzurückhaltung zu beobachten und die erneut stark gestiegenen Energiepreise würden für energieintensive Produktionsunternehmen wie eine Porzellanmanufaktur eine erhebliche Belastung darstellen.

Auch der Schreibwarenhersteller Senator hat Insolvenz angemeldet. Wie das Unternehmen mitteilte, erfolgt der Schritt bewusst und schafft den rechtlichen Rahmen, um die finanzielle Struktur neu auszurichten und das Unternehmen langfristig stabil aufzustellen. Trotz der Insolvenz läuft der operative Geschäftsbetrieb uneingeschränkt weiter. Sowohl Produktion, Auftragsbearbeitung als auch Auslieferung laufen regulär weiter. Es werden auch neue Aufträge angenommen und diese werden nach Unternehmensangaben verbindlich und zuverlässig erfüllt. www.kahlaporzellan.com • www.senator.com

senator®
Made in Germany. Since 1920.

Goldstar stärkt Vertrieb in DACH-Region

Kai Sahn wird neuer Field Sales Manager D-A-CH South bei Goldstar. In dieser Funktion wird er künftig die Vertriebsaktivitäten in Süddeutschland sowie in Österreich und der Schweiz verantworten. Dabei wird er eng mit Vertriebspartnern zusammenarbeiten, um bestehende Kundenbeziehungen weiter auszubauen und das Wachstum in der Region voranzutreiben. Zudem wird Sahn gemeinsam mit Fabian Thiele künftig das zweiköpfige deutsche Field Sales Team bilden. Thiele wird dabei weiterhin für die Vertriebspartner in Norddeutschland zuständig sein. Somit wird eine klare regionale Zuständigkeit und stärkere, lokal ausgerichtete Kundenbetreuung gewährleistet. In seine neue Position bringt Kai Sahn mehr als ein Jahrzehnt Branchenerfahrung. Er verfügt sowohl im Vertrieb als auch auf Lieferantenseite des Werbege- schäfts über einen fundierten Hintergrund. www.simplygoldstar.com

Goldstar



Das deutsche Field Sales Team von Goldstar:
Fabian Thiele und Kai Sahn (v.l.n.r.). Bild: Goldstar



Anneke Teheux-Dalstra.

Bild: SL BAGS

SL BAGS

SL BAGS stärkt Marketingkompetenzen

Das niederländische Unternehmen SL BAGS (SL Lederwaren BV.) hat sich durch die Ernennung von Anneke Teheux-Dalstra zur Marketingmanagerin verstärkt. Wie es vom Firmensitz in Zutphen heißt, „investiert SL BAGS mit diesem Schritt weiter in die Professionalisierung seiner Marketingaktivitäten und bereitet sich auf die nächste Wachstumsphase vor“.

In ihrer Funktion ist Anneke Teheux-Dalstra für die Weiterentwicklung und Umsetzung der Marketing- und Kommunikationsaktivitäten von SL BAGS für das SL BAGS-Portfolio verantwortlich, darunter die Marken VASAD und Recycle Bags. Ihr Schwerpunkt

liegt auf Markenkonsistenz, Marktpositionierung, Kundenkommunikation und der Unterstützung kommerzieller Ziele sowohl in bestehenden als auch in neuen Märkten.

Anneke Teheux-Dalstra bringt umfassende Erfahrung in den Bereichen Marketing und Kommunikation mit und verbindet strategische Entwicklung mit praktischer Umsetzung. Zu ihren Aufgaben gehören die Definition von Marketingstrategien, die Entwicklung von Konzepten, die Koordination von Kampagnen und die Stärkung der Markenidentität, wobei sie strategische Ziele in praktische, ergebnisorientierte Marketingaktivitäten umsetzt.

Durch den Ausbau seiner Marketingfunktion will SL BAGS seinen Marktansatz weiter strukturieren und professionalisieren. Die Ernennung von Anneke unterstützt das Bestreben des Unternehmens, seine Produktqualität, Handwerkskunst und seinen Fokus auf Nachhaltigkeit gegenüber Kunden und Partnern klarer und konsistenter zu kommunizieren.

Geschäftsführer/Eigentümer Peter van der Sandt kommentiert: „Mit dem Eintritt von Anneke bei SL BAGS machen wir einen wichtigen Schritt zur weiteren Stärkung unserer Marketingaktivitäten. Ihre Erfahrung und ihr praxisorientierter Ansatz passen gut zu dem, wo wir als Unternehmen stehen und wo wir hinwollen. Wir sind zuversichtlich, dass ihr Beitrag uns helfen wird, den nächsten Schritt in unserem Marketing, unserer Kommunikation und unserer Markenentwicklung zu gehen.“ www.slbags.com

Neuaufstellung im Bereich Operations

cyber-Wear richtet den Bereich Operations konsequent neu aus und macht ihn zu einem zentralen Treiber der nächsten Wachstumsphase. Wie es in einer Mitteilung des Unternehmens heißt, ist das „Ziel ist die Professionalisierung im System: eine Organisation, die steigende Volumina, komplexere Projekte und internationale Strukturen souverän beherrscht und gleichzeitig schneller, transparenter und leistungsfähiger wird“. Im Fokus steht der klare Schulterschluss von Operations und Sales. „Wo früher Übergaben stattfanden, entstehen heute integrierte Wertschöpfungsketten. Von Supply Chain über Digital Operations bis hin zu Excellence Strukturen wird Operations zur aktiven Steuerungsinanz für Qualität, Geschwindigkeit und Kundenerlebnis“, so die Mitteilung weiter.

Mit Dagmar Ritter als Head of Operations wird diese neue Organisationslogik konsequent umgesetzt. Als Teil der Geschäftsleitung verantwortet sie künftig sämtliche zentralen operativen Bereiche, darunter Lager, Supply Team, Digital Operations sowie das neu geschaffene Team Operations & Excellence. „Operations ist heute weit mehr als Prozessabwicklung. Es geht um Transparenz, Geschwindigkeit, Qualität und um ein perfektes Zusammenspiel mit Sales. Mein Ziel ist eine Organisation, die Verantwortung übernimmt, messbar besser wird und aktiv zum Unternehmenserfolg beiträgt“, so Dagmar Ritter.

<https://mycybergroup.com>

Dagmar Ritter



cyber-Wear

KI-Inspirationen bei Schirmen: Mit einem Klick zum Lifestylefoto



Highlight des FARE Schirm-Konfigurators: Logo platzieren – Wirkung direkt sehen dank KI-generierter Moodbilder des Schirms in realistischen Umgebungen. Foto: Fare

dem Schirm platziert, Farben und Positionen lassen sich intuitiv anpassen. Mit nur einem Klick startet die KI-Inspiration und generiert in kürzester Zeit realistische Moodbilder. Der Prozess kann beliebig oft wiederholt werden und liefert jedes Mal neue visuelle Ansätze mit demselben Produkt. Händler können dann das beste und passendste Bildmotiv wählen, um es ihren Kunden zusammen mit dem Angebot zur Verfügung zu stellen.

„Unsere KI-Inspirationen helfen dabei, Schirme nicht nur zu zeigen, sondern erlebbar zu machen“, so Sven Peters, Teamleiter E-Commerce. „Der Kunde sieht sofort, wie sein Logo im Einsatz wirkt – das unterstützt Beratung, Präsentation und Entscheidungsfindung gleichermaßen“, so Peters, der das Projekt bei FARE geleitet hat. Die neuen KI-Inspirationen eignen sich ideal für Angebotsgespräche, Präsentationen und die interne Abstimmung. Sie schaffen Emotion, erhöhen die Vorstellungskraft und machen den Schirm als Werbemittel greifbar – schnell, unkompliziert und überzeugend.

Auch wenn sich der Konfigurator aktuell noch in der Beta-Phase befindet, finden Kunden durch die Auswahl an KI-inspirierten Moodbildern immer eines, das richtig gut passt. „Die KI-Visualisierungen werden im Laufe der Zeit immer besser werden“, erläutert der Teamleiter. „Uns war es wichtig, dass unsere Kunden so schnell wie möglich von diesem innovativen Tool profitieren können.“ www.fare.de

FARE

Ein echtes Anwendungsfoto des gewünschten Schirm-Modells mit dem Logo des Kunden: Der Traum jedes Händlers, um dem Kunden das Angebot schmackhaft zu machen. Diesen Traum verwirklicht nun der neue Online Schirm-Konfigurator der FARE Guenther Fassbender GmbH – Remscheider Spezialist für hochwertige Regen- und Sonnenschirme. Das innovative Tool zur Produktvisualisierung bietet neben der klassischen Logo-Platzierung auf dem Schirm ein besonderes Highlight: KI-Inspirationen auf Knopfdruck.

Kunden sehen ihre individuell gebrandeten Schirme nicht mehr nur als neutrales Produkt, sondern direkt im Einsatz – in realistischen, emotionalen Umgebungen, die zur Marke passen. Ob im Stadion, in der Innenstadt oder bei Outdoor-Events: Die KI erzeugt stimmungsvolle Bildwelten, in denen der Schirm inklusive Logo authentisch präsentiert wird. So wird auf einen Blick sichtbar, wie stark das Produkt im realen Umfeld wirkt. Die Anwendung ist bewusst einfach gehalten. Logos werden direkt im Konfigurator auf

Bartenbach verstärkt internationalen Einkauf

Seit Jahresbeginn ist Jörg Bansner Senior Buyer bei Bartenbach. In dieser Position verantwortet der gebürtige Wiesbadener den Ausbau und die Weiterentwicklung der internationalen Beschaffung. Zentrale Aufgabe ist dabei das Produkt- und Lieferantensourcing. Dieses gewinnt bei Bartenbach vor dem Hintergrund des seit Jahren konsequent ausgebauten Werbemittel-Fullservice-Angebots und der kontinuierlichen Gewinnung neuer Großkunden immer mehr an Bedeutung.

Jörg Bansner verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung im internationalen Einkauf von Werbemitteln und Merchandising-Produkten – von der Produktentwicklung über das Sourcing bis hin zur Sortimentsentwicklung und Produktsicherheit.

„Mit Jörg Bansner gewinnen wir eine erfahrene Kraft für den Import und die internationale Beschaffung“, sagt Geschäftsführer Jörg Grünwald, der bei Bartenbach den Bereich Einkauf und Lieferanten verantwortet. „Gerade im wachsenden Fullservice-Geschäft mit neuen internationalen B2B-Marken ist es entscheidend, weltweit die richtigen Produkte und Partner zu finden. Hier wird seine Erfahrung einen wichtigen Beitrag leisten.“ www.bartenbach-werbemittel.de

Bartenbach Werbemittel



Jörg Banner Bild: Bartenbach

Mit seiner beliebten Hausmesse setzte das traditionsreiche Full-Service-Unternehmen wieder einen besonders sympathischen Akzent unter den Frühjahrs-Events 2026. Eine spannende Produktauswahl, professionelle Beratung und die angenehme Atmosphäre sorgten allseits für gute Laune an diesem sonnigen Februar-Tag.

Hausmesse K-M-Service GmbH

Inspiration und viele WOW-Momente

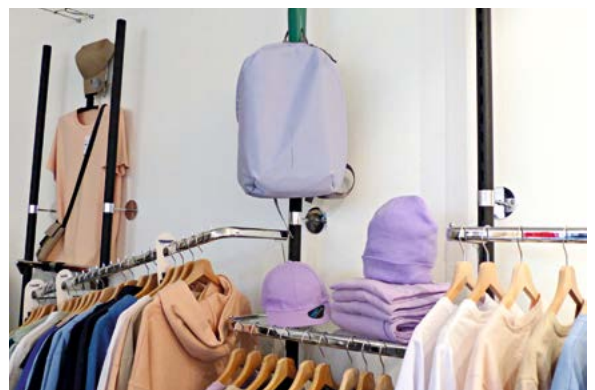
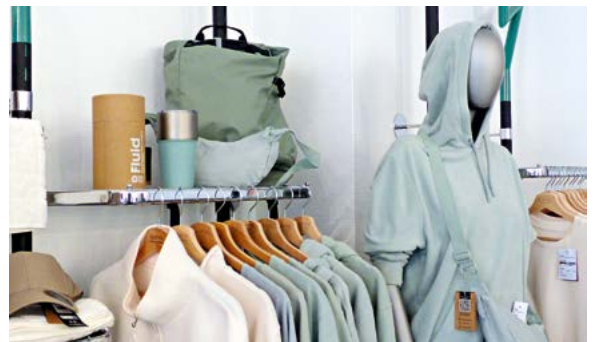


Bewährtes Konzept:
Ideen, Beratung
und Networking in
entspannter Atmo-
sphäre.

Wiel Verkehr, voller Parkplatz – schon auf dem Weg zum Firmensitz in Obertshausen war nicht zu übersehen, dass die K-M-Hausmesse ein erfolgreiches Event werden würde. Und so war es auch: Mit 55 Ausstellern und 330 angemeldeten Besuchern konnten die gastgebende Familie Hennig und ihr eingespieltes Team zeigen, dass ihr Unternehmen auf das Vertrauen von Kunden und Lieferanten zählen kann. „Unsere heutigen Kundengespräche und die gute Stimmung, die wir hier trotz der zurzeit verhaltenen Marktdynamik spüren, beruhigen uns: Denn die Bereitschaft, Projekte anzugehen, ist vielfach zu erkennen“ kommentiert Tim Hennig.

Vielseitiges Angebot, herzliche Atmosphäre

Nachdem das Messe-Motto im Vorjahr das 100-jährige Firmenjubiläum aufgegriffen hatte, machte der Slogan „Make it WOW!“ in diesem Jahr deutlich, was die Kunden von



K-M erwarten dürfen: Neuheiten, Trends und Ideen, die begeistern und ihnen jede Menge WOW-Momente bescherehen. Die leuchtend orangefarbenen Westen des K-M-Teams hielten dieses Versprechen den ganzen Tag im Blickfeld der Kunden und wiesen deren Ansprechpartner aus. Ein übersichtlicher Standplan führte die Besucher durch die verschiedenen Produkt-Segmente und sorgte für optimale Orientierung beim Gang durch die geschwungenen Regalwände. Das bewährte Konzept, das ohne Aussteller-Stände auskommt, lebt von der wechselnden Dekoration



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

der Ausstellungsflächen durch die Aussteller selbst, die damit im Show-Room auch unterjährig präsent bleiben. Wie es Kunden von der jahrzehntelangen Messetradition her kennen, gab es Neues und Bewährtes zu entdecken und Interessantes zu erfahren, die Kunden konnten sich kreativ einbringen und bei einem Gewinnspiel wertvolle Preise gewinnen. Ein gelungener Tag in einer entspannten Atmosphäre, die auch im zweiten Jahr nach einigen Jahren Messe-Pause vom ersten Moment an spürbar war.

Gelungener Generationswechsel

„... Besonders freue ich mich darüber, dass unsere nächste Generation mit im Boot ist. Tim packt alles kraftvoll an und ist sehr dynamisch – das erinnert mich daran, wie ich selbst früher war ...“ – dieses Zitat von Stéphane Hennig (aus unserem Redaktionsgespräch anlässlich des 100-jährigen Firmenjubiläums 2025) greifen wir hier noch einmal auf, denn zum Thema Generationswechsel hat Tim Hennig dieses Jahr Neuigkeiten für uns: „Seit einiger Zeit arbeiten wir daran, die Firmennachfolge operativ umzusetzen. Seit Mitte 2025 bin ich Geschäftsführer und unterstütze, wie schon zuvor, meinen Vater Stéphane Hennig intensiv. Ich bin im Unternehmen großgeworden und konnte in über zehn Jahren viel Erfahrung sammeln, vom Azubi bis zum Account Manager“. Es macht ihm Spaß, etwas zu bewegen, und das ist in der momentanen Situation besonders gefragt. Inzwischen hat er ein junges, dynamisches Team aufgebaut, die Abteilungen neu aufgestellt und die Digitalisierung vorangetrieben. Dennoch liegt sein Fokus weiterhin auf der persönlichen Kundenbetreuung – ob im Full-Service oder im Shop-Geschäft. „Wir sind darauf spezialisiert, schnell, flexibel und individuell den Bedarf des Kunden zu ermitteln und in persönlichen Konzepten Lösungsvorschläge zu erarbeiten.“ Dass sein Blick in Richtung Expansion geht, kann man sich gut vorstellen, wenn man den umtriebigen Jungunternehmer live erlebt. Mit seinen engagierten Plänen setzt er, ganz im Sinne seines Vaters, ein Zeichen mutiger Zukunftsorientierung.



Mit seiner Hausmesse setzte K-M in Zeichen der Kontinuität des Familienunternehmens.



Kontinuität und Zukunftsorientierung

Mit Norbert Hertlein, von dem Stéphane Hennig das Unternehmen 2003 übernommen hat, konnten Stéphane, Julia, Tim und Lena Hennig dieses Jahr einen besonders lieben Gast begrüßen. Er besucht die Familie und die Hausmessen immer wieder gern – zur Freude von allen Mitarbeitern und Messteilnehmern, die den Senior noch von früher kennen und schätzen. „Ich habe den PSI-Gründer Walter Jung noch gekannt und erinnere mich noch gut an die allerersten PSI-Messen mit den Tapeziertischen“, verrät uns Norbert Hertlein, der mit K+M schon frühzeitig PSI Mitglied war. Auch er ist sehr zufrieden damit, dass nun die nächste Generation in das Unternehmen einzieht und damit auch seinem Lebenswerk Kontinuität verleiht.



Der frühere Firmenchef Norbert Hertlein ist ein gern gesehener Gast bei Familie Hennig. (hier mit Tim und Lena Hennig)



Jede Nutzung bedeutet Sichtbarkeit, Wertschätzung und **eine nachhaltige Verankerung der Marke beim Endkunden.** Besonders überzeugend wird das Angebot in Verbindung mit ökologischen und nachhaltigen Produkten.

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



Für Vogelfreunde

Wer Nachhaltigkeit sichtbar machen will, braucht mehr als Worte – manchmal genügt ein Blick in den Garten. Das wetterfeste Vogel-Futterhaus von Holz Frank aus Zedernholz verbindet ökologische Verantwortung mit dauerhafter Markenpräsenz. Ein großzügiger 1500-ml-Tank verlängert die Fütterungsintervalle, während ein Acrylglasfenster den Blick auf das lebendige Treiben freigibt. Dank Edelstahlseil lässt sich das Haus sicher befestigen und bleibt ganzjährig im Einsatz. Besonders wirkungsvoll wird es durch die individuelle Lasergravur: Aus einem funktionalen Objekt entsteht ein sympathischer Markenbotschafter.

Blumige Murmeln

Acht kleine Kugeln, bunt wie Bonbons und doch für die Erde gedacht: Die Blumenmurmeln verbinden spielerische Leichtigkeit mit ökologischem Anspruch. Verpackt in einer schlichten Papiertüte mit Sichtfenster wecken sie sofort Neugier, während der individuell gestaltbare Header Raum für klare Markenkommunikation schafft. Im Inneren steckt eine Mischung aus Ton, Bio-Erde und Wildblumensaat, die nach dem Ausbringen zuverlässig keimt und heimische Nützlinge anlockt. Die Farben sind unbedenklich, die Mischung ungiftig, sodass selbst Kinder das Ausstreuen als kleines Abenteuer erleben können. Produziert wird in Deutschland, von Hand konfektioniert in sozialen Einrichtungen – ein Detail, das dem Produkt Glaubwürdigkeit verleiht.

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



Cooler bags made from recycled refrigerators



PSI 60479 • Retulp Custum BV
Tel +31 622586785 • customize@retulp.nl
www.retulp.nl

Kühl gedacht

Die Fridge Lunchbag und der Fridge Backpack von Retulp bestehen aus recyceltem Kunststoff aus ausgedienten Kühlschränken und geben Abfall ein zweites Leben. Die Lunchbag ist kompakt, faltbar und hält Mahlzeiten frisch, während der Rucksack mehr Stauraum und Tragekomfort bietet. Beide Modelle verbinden praktischen Nutzen mit klarer Nachhaltigkeitsbotschaft und bieten Platz für individuelle Logos. Durch den sichtbaren Materialursprung wird Kreislaufwirtschaft unmittelbar verständlich, gleichzeitig erfüllen die Taschen alltägliche Anforderungen unterwegs oder im Büro. Ein Werbeartikel, der Funktionalität und Umweltargument ohne zusätzliche Erklärung transportiert.

Pflege mit Verantwortung

Kosmetik ohne Wasser klingt nach Verzicht, bedeutet aber Fortschritt. Die Pflegeprodukte des Herstellers entstehen im eigenen Labor in Deutschland und reduzieren Verpackung, Gewicht und Ressourcenverbrauch zugleich. Sonnenpflege, Deodorant oder Handpflege werden in vegane Push-up-Sticks aus FSC-zertifiziertem Karton abgefüllt, während Bodybutter ganz ohne Tiegel auskommt. Die konzentrierten Formeln sind ergiebig und langlebig, wodurch weniger Produkt verbraucht wird. Produziert nach Kosmetikverordnung und GMP-Standard, vereint die Linie Sicherheit mit Umweltbewusstsein. So wird Körperpflege zum Statement.



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



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



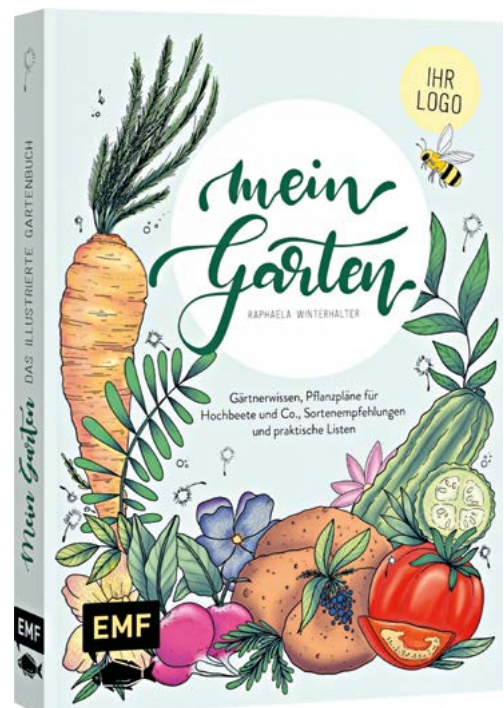
Taschen natürlich gedacht

Die ORGANIC-Serie von Halfar setzt auf Taschen aus GOTS-zertifizierter Bio-Baumwolle in Mono-Material-Konstruktion für bessere Recyclingfähigkeit. Einkaufs-, Shopper- und Wellnesstasche decken unterschiedliche Einsatzbereiche ab und bieten durchdachte Details wie Organizerfächer, Kordelzug oder variable Trageoptionen. Der natürliche Look unterstützt nachhaltige Markenauftritte bei Events oder im Alltag. Durch ihre praktische Nutzung bleiben die Taschen dauerhaft im Umlauf und verlängern die Sichtbarkeit der Botschaft deutlich über den ersten Kontakt hinaus.

Planen und pflanzen

Das individuell gestaltbare Garten-Bullet-Journal von EMF verbindet Ratgeber und Notizbuch. Saisonale Tipps und Illustrationen begleiten Gartenprojekte, während freie Seiten Raum für eigene Planung bieten. Format, Umfang und Cover können an Zielgruppen angepasst werden, inklusive Logo-Integration. Dadurch entsteht kein klassischer Werbeatikel, sondern ein dauerhaft genutztes Arbeitsmittel. Die regelmäßige Verwendung erzeugt kontinuierliche Markenpräsenz im Alltag des Nutzers und verbindet Information mit persönlichem Mehrwert.

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





PSI 61141 • Dothat : dothat.pl
Tel +48 602305253 • biuro@dothat.pl
www.dothat.pl

Aus Flasche wird Gießkanne

Ein zweites Leben für Einwegflaschen: Der Ekonewka-Aufsatz von dothat verwandelt handelsübliche Plastikflaschen in funktionale Gießkannen. Das Universalgewinde passt auf gängige Flaschen, während biologisch abbaubares PLA-Material den nachhaltigen Anspruch unterstreicht. Nach dem Aufschrauben verteilt die zentrale Lochstruktur das Wasser gleichmäßig und erleichtert die Pflanzenpflege auf Balkon oder Fensterbank. Die Idee ist ebenso simpel wie wirkungsvoll – vorhandene Ressourcen werden weiter genutzt statt ersetzt. Individuelle Formen, Farben und Prägungen ermöglichen eine auffällige Markenbotschaft direkt am Produkt. So entsteht aus einem kleinen Zubehör ein Gesprächsanlass über verantwortungsvollen Umgang mit Materialien.

Sauber kommuniziert

Das bedruckte Schwammtuch Kalli von marcolor besteht aus Baumwollfasern und Holz-Zellulose, wird in Deutschland produziert und ist plastikfrei kompostierbar. Waschbarkeit und Wiederverwendbarkeit verlängern die Nutzungsdauer deutlich gegenüber Einwegprodukten. Wasserbasierte Druckfarben übertragen Logos klar sichtbar auf die Oberfläche, optional ergänzt durch eine Recycling-Banderole. Im Haushalt täglich genutzt bleibt die Marke dauerhaft präsent und verbindet praktische Reinigung mit nachhaltigem Anspruch.

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





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

Spiele statt nur sehen

Das individuelle 45-teilige Puzzle von Heri-Rigoni verbindet Interaktion mit Kommunikation. Motiv und Verpackung werden vollständig im Kundendesign produziert, der Digitaldruck sorgt für detailreiche Darstellung. Beim Zusammensetzen entsteht eine aktive Auseinandersetzung mit der Botschaft, wodurch Verweildauer und Erinnerungswert steigen. Als Mailing, Giveaway oder Präsent erzeugt das haptische Medium Aufmerksamkeit jenseits digitaler Reize. Die spielerische Nutzung macht Markeninhalte erlebbar und sorgt dafür, dass Informationen nicht nur betrachtet, sondern verarbeitet werden.

Wachsen lassen

Das Naturtöpfchen Blue von Multiflower dient zunächst als Anzuchtgefäß und wird später mitsamt Pflanze eingepflanzt, wo es sich vollständig zersetzt. Enthalten sind Erdtablette und Kornblumensamen, wodurch der Empfänger aktiv am Entstehen beteiligt wird. Eine gestaltbare Banderole trägt die Werbebotschaft und begleitet den Wachstumsprozess über Wochen. Das Produkt verbindet ökologische Aussage mit langfristiger Präsenz: Die Marke bleibt sichtbar, solange die Pflanze gedeiht. Damit entsteht aus einem kleinen Giveaway ein nachhaltiges Erlebnis.



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

Kneten mit Botschaft

Die KNETÄ-Dose macht Nachhaltigkeit spielerisch greifbar. Produziert in Bayern, besteht der Behälter aus recyceltem PET, die vegane Modelliermasse ist biologisch abbaubar. Achtzehn Farben ermöglichen die Anpassung an Corporate Designs, während Prägung oder Direktdruck auf dem Deckel für dauerhafte Markenwirkung sorgen. Die kompakte Größe und hohe Sympathiewirkung prädestinieren den Artikel für Familienaktionen, Events oder Messen. Als Streuartikel transportiert er ökologische Werte ohne erhobenen Zeigefinger – kreativ, haptisch und langlebig im Gedächtnis. So wird aus einem einfachen Giveaway ein Kommunikationsmittel.



PSI 49649 • KNETÄ
Tel +49 160 4062903 • info@knetae.de
www.knetae.de



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

Blühende Botschaften

Manchmal genügt eine Handvoll Samen, um ein sichtbares Zeichen zu setzen. Die Bienenweide im Mini-Eierkarton „Blühende Zusammenarbeit“ von Römer Präsente verbindet spielerisches Design mit ökologischem Mehrwert. In der kleinen Schachtel stecken sechs farbige Samenkugeln mit Wiesenblumenmischung, umhüllt von Lehm und natürlichen Pigmenten. Einfach auswerfen, Regen und Sonne wirken lassen – schon entstehen bienenfreundliche Blühflächen mit einer Höhe von bis zu 120 Zentimetern. Ob als Ostergruß oder nachhaltiges Kundengeschenk, die individuell gestaltbare Banderole macht aus dem Naturprodukt einen sympathischen Markenbotschafter.

Punkte, die bleiben

Der Bonusstempel von Heri-Rigoni überträgt Kundenbindung in eine einfache analoge Form. Ein Stempeldruck dokumentiert den Sammelstatus direkt auf der Karte und motiviert zum Wiederkommen. Individuelle Stempelplatten mit Logo sorgen für gleichbleibende Abdruckqualität, austauschbare Kissen verlängern die Nutzungsdauer. Verschiedene Gehäuseformen passen sich bestehenden Kartenlayouts an. Ohne App oder Technik funktioniert das System sofort und kostengünstig – besonders für lokale Anbieter ein wirkungsvolles Instrument zur Kundenloyalität. Sichtbare Fortschritte erzeugen Vertrauen und Nähe, wodurch der Stempel zum kleinen, aber nachhaltigen Marketingwerkzeug im Alltag wird.



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



PSI 42743
Russell c/o FOL International GmbH
Tel +49 631 3531328 • service@folinc.com
www.russelleurope.com

Substanz für starke Auftritte

Das Authentic Heavy T 215M von Russell Athletic positioniert sich als belastbarer Klassiker für professionelle Einsätze. Die schwere, dicht gewebte Single-Jersey-Baumwolle sorgt für einen hochwertigen Griff und eine glatte Oberfläche, die Druck- und Stickverfahren zuverlässig aufnimmt. Tubulare Verarbeitung stabilisiert die Form, während verstärkter Kragen und Nackenband den dauerhaften Einsatz unterstützen. Waschbar bis 60 Grad eignet sich das Shirt für Workwear ebenso wie für Merchandise-Programme. Neue Farben erweitern die Kombinationsmöglichkeiten, der vergrößerte Größenlauf erleichtert Team-Ausstattungen. Gefertigt in eigenen Produktionsstätten nach OEKO-TEX Standard, verbindet das Modell Alltagsauglichkeit mit kalkulierbarer Qualität.



-Anzeige-

Das pure Sommerfeeling!



NEU

delicious edition 2026
Blue Coconut

Fruchtiger
Cassis-, Heidelbeer-,
Pflaume- & Brombeer-
Geschmack trifft
cremig zarten
Kokosgeschmack



www.suesse-werbung.de

PSI 46149
 camarc® design group c/o Kaldenbach GmbH
 Tel +49 9151 81785-0 • info@camarc.de
 www.camarc.de • www.kaldenbach.com



Laden mit Haltung

Der ecoCHARGER aus Eiche von camarc design verbindet kabelloses Laden mit glaubwürdiger Nachhaltigkeit. Gefertigt in Deutschland ersetzt er kurzlebige Kunststoffstationen durch langlebigeres Naturmaterial. Smartphones werden induktiv geladen, während zusätzliche USB-A- und USB-C-Ports Flexibilität sichern. Eine dezente LED informiert über den Status, die Verpackung aus Recyclingwellpappe reduziert Versandressourcen. Individualisierungen ermöglichen sichtbare Markenpräsenz ohne ökologische Kompromisse. Verschiedene Auszeichnungen unterstreichen den Ansatz: Technik darf komfortabel sein und gleichzeitig Verantwortung zeigen.



Schwammtuch ersetzt Papier

Manchmal beginnt Nachhaltigkeit am Spülbecken. Das wiederverwendbare Schwammtuch aus Zellulose und Baumwollfasern saugt das Fünfzehnfache seines Eigengewichts auf und ersetzt Einweg-Papiertücher im Alltag. Nach dem Ausdrücken trocknet es schnell und bleibt hygienisch einsetzbar, selbst bei häufigem Gebrauch oder Waschttemperaturen bis 90 Grad. Gedruckt in Schweden und vollständig biologisch abbaubar, wird es zugleich zum langlebigen Werbeträger. Die große Druckfläche sorgt dafür, dass Markenbotschaften täglich präsent sind – in Küchen, Büros oder Werkstätten. Leicht zu verteilen und vielseitig nutzbar, verbindet es Funktion und ökologische Haltung.

PSI 47879 • Teko Tryck AB
 Tel +46 45613253 • johanna@tekotryck.se
 www.tekotryck.se



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

Gartenglück für unterwegs

Nicht jeder besitzt einen großen Garten, doch Freude am Pflanzen passt in jede Tasche. Das handliche Gartenwerkzeug-Set von team-d richtet sich an Hobbygärtner ebenso wie an spontane Balkonbegrüner. Eine kleine Schaufel und eine feine Harke mit robusten Holzgriffen erlauben lockeres Umtopfen, Kräuterpflege oder das schnelle Einsetzen junger Pflanzen. Geliefert im Baumwollbeutel bleibt alles ordentlich verstaut und jederzeit griffbereit. Genau dort setzt auch die Markenwirkung an: Die großzügige Druckfläche macht aus dem praktischen Helfer ein dauerhaft sichtbares Werbemittel. Dank kompakter Maße begleitet das Set Ausflüge in den Schrebergarten ebenso wie Urban-Gardening-Projekte in der Stadt.

Sichtbar getragen

Lanyards von Pins & mehr sind funktionale Alltagsbegleiter und gleichzeitig dauerhafte Markenfläche. Gefertigt aus Bambus, Kork, recyceltem PET oder Baumwolle verbinden sie verantwortungsvolle Materialien mit flexibler Gestaltung. Breite, Struktur und Druckart lassen sich exakt an Einsatzorte anpassen, vom Messeauftritt bis zum täglichen Mitarbeiterereinsatz. Ergänzt durch Karabiner, Sicherheitsverschlüsse oder Ausweishüllen entstehen komplette Tragesysteme mit hohem Nutzwert. Durch die permanente Sichtbarkeit transportiert das Produkt Botschaften kontinuierlich im öffentlichen Raum und macht Markenpräsenz erlebbar.



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

Nähe zum anfassen

Die MiniFeet Recyceltiere von mbw verwandeln klassische Give-aways in emotionale Markenbotschafter. Gefertigt aus recycelten PET-Flaschen und mit gestickten Details ohne zusätzliche Kunststoffteile stehen sie für bewussten Materialeinsatz. Ob Bär, Hase oder Wal – die Figuren erzeugen sofort Sympathie und bleiben sichtbar auf Schreibtischen oder Regalen. Als Mailingbeilage oder Messebegleiter schaffen sie Nähe und verlängern Kontaktmomente. Durch individuelle Veredelung wird aus dem Kuscheltier ein langlebiger Erinnerungsträger, der Markenbotschaften freundlich transportiert und Nachhaltigkeit haptisch erfahrbar macht.



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



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

Futterfreund für jede Jahreszeit

Vögel beobachten gehört zu den stillen Freuden des Alltags – selbst mitten in der Stadt. Der dekorative Futteranhänger von team-d aus naturbelassenem Birkenperrholz bringt diese Momente näher. Bereits inklusive Futterknödel geliefert, wird er sofort zum Treffpunkt für Spatzen und Meisen. Neben dem klassischen Vogelmotiv stehen weitere Varianten bereit oder eigene Designs ab kleiner Stückzahl. Die Oberfläche eignet sich für Druck oder Lasergravur und macht das Produkt zum individuellen Markenbotschafter im Außenbereich. Gerade in dicht bebauten Quartieren entsteht so ein sichtbares Zeichen für Naturverbundenheit.

Bio-Genuss mit Markenwirkung

Wenn die Tage heller werden, wächst die Lust auf frische Impulse – auch bei Werbegeschenken. Das Bio-Sortiment von myfitmix verbindet natürlichen Geschmack mit aufmerksamkeitsstarker Präsentation. Vom fruchtigen Wassereis im Sortenmix über knackige Apfel- und Bananenchips bis zu Pfefferminz-Drops und Früchtetee „Gute Laune“ entsteht eine Auswahl, die bewusstes Snacken neu interpretiert. Ob eisgekühlt, knusprig oder wohltuend aufgebriht – jedes Produkt steht für zertifizierte Bio-Qualität und modernen Genuss. Verpackungen wie Maxi-Tüten oder Kraftpapierdosen bieten großzügige Flächen für individuelles Branding. So werden Events, Messen oder Büroaktionen zur Bühne für nachhaltige Botschaften.

PSI 47673
 myfitmix GmbH - Gesunde Werbung
 Tel +49 6195 673210 • info@myfitmix.de
 www.myfitmix.de



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



Bleistift mit Haltung

Manche Klassiker bleiben, weil sie sich immer wieder neu erfinden. Der nachhaltig produzierte Bleistift aus FSC®-zertifiziertem Holz von Reidinger verbindet traditionelle Handwerksqualität mit zeitgemäßem Umweltbewusstsein. Gefertigt aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern, liegt er angenehm in der Hand und überzeugt mit einer zuverlässigen HB-Mine für ein sauberes Schriftbild. Das Label „finanzieller Klimabeitrag“ unterstreicht den Anspruch, mehr als nur ein Schreibgerät zu sein. Individuell veredelt oder pur gestaltet, entsteht im Online-Konfigurator ein Werbemittel mit Charakter. Gerade im digitalen Zeitalter wirkt ein hochwertiger Bleistift überraschend persönlich und authentisch. Er begleitet Meetings, Notizen und kreative Ideen – Tag für Tag.

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



Blühender Stoffbeutel

Drei unscheinbare Kugeln, verpackt in einem kleinen Stoffbeutel, entfalten eine erstaunliche Wirkung: Was zunächst wie ein Werbegeschenk wirkt, verwandelt sich nach dem ersten Regenschauer in ein Stück Natur. Die handgefertigten Saatkugeln bestehen aus Bio-Erde, Ton und sorgfältig ausgewähltem Saatgut und lassen sich denkbar einfach einsetzen – werfen, warten, wachsen lassen. Besonders im urbanen Raum entsteht so aus grauen Flächen ein spontanes Blütenmeer, das Insekten Nahrung bietet und Aufmerksamkeit erzeugt. Der wiederverwendbare Beutel aus recycelten Materialien fungiert dabei nicht nur als Verpackung, sondern als Teil der Botschaft: Nachhaltigkeit beginnt beim Detail. Ergänzt wird das Konzept durch einen individuell bedruckbaren Hangtag, der Marketing in eine haptische Erfahrung übersetzt.

Bandanas als Mode-Statement

Accessoires erzählen heute mehr über Haltung als über Trends. Die individuell gestaltbaren Bandanas von Promo-House aus biologisch abbaubarer Baumwolle verbinden Komfort mit Verantwortung. Ob bei Events, Konzerten oder im Alltag – das leichte Tuch wird getragen statt weggelegt und damit zur dauerhaften Werbefläche. Präziser Digital- oder Siebdruck sorgt für klare Logos und hochwertige Optik, während das natürliche Material angenehm auf der Haut liegt. Die langlebige Verarbeitung setzt bewusst einen Gegenpol zur Wegwerfmode und stärkt ein glaubwürdiges Markenbild. Schon ab kleinen Mengen verfügbar, eignet sich das Bandana für Firmenveranstaltungen ebenso wie für nachhaltige Kampagnen.

PSI 48917 • Promo-House
Tel +48 1241 14242
biuro@promohouse.pl
www.promohouse.pl



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



Lunchbox ohne Kompromisse

Zeitloses Design trifft auf konsequente Materialwahl: Die Lunchbox aus Weißblech mit Buchenholzdeckel von Dosenspezialist steht für Alltagstauglichkeit ohne Kunststoff. Weißblech gilt als nahezu unbegrenzt recycelbar und behält selbst nach vielen Kreisläufen seine Qualität, während das FSC-zertifizierte Holz Natürlichkeit und Stabilität vermittelt. Zusammen entsteht ein robuster Begleiter für Büro, Schule oder unterwegs. Die Box ist wiederverwendbar, langlebig und setzt ein klares Zeichen gegen Wegwerfverpackungen. Gerade dadurch entfaltet sie ihre Werbewirkung: Wer sie täglich nutzt, nimmt die Marke ebenso regelmäßig wahr.



Stil auf dem Tisch

Tischsets und Untersetzer aus recyceltem Leder von Zwiesel Fortessa entstehen aus Reststücken der Möbelproduktion kombiniert mit Naturkautschuk. Die charakteristische Prägung verleiht jedem Stück eine markante Oberfläche, während Prägungen oder Drucke individuelle Gestaltung ermöglichen. Im täglichen Gebrauch rückt die Marke immer wieder ins Blickfeld und verbindet Design mit nachhaltigem Materialkreislauf. So wird ein funktionaler Tischbegleiter zum dauerhaften Image-Träger im gastronomischen oder privaten Umfeld.

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

Frische mit Zero-Waste

Kompakt, hochwertig und überraschend vielseitig: Die Sweet Dose BRAND ME! MINTS kombiniert Markenverpackung mit einem wiederverwendbaren Glasfläschchen. Gefüllt mit 20 Gramm zuckerfreiem Minzkaugummi entsteht ein Giveaway von Slodkie, das auf Events, Empfängen oder in Willkommenspaketen unkompliziert verteilt werden kann. Das Besondere liegt im doppelten Branding: Sowohl die Außenverpackung als auch die Kaugummistücke selbst lassen sich bedrucken, sodass das Logo sogar während des Kauens sichtbar bleibt. Das Glas mit Aluminiumschraubverschluss unterstützt den Zero-Waste-Gedanken, alternative Papieroptionen verstärken den nachhaltigen Eindruck.

46325 • SLODKIE sp. z o. o.
 Tel +48 22 6479000 • sales@slodkie.com
 www.slodkie.eu





PSI 45753 • ANDA Present Ltd.
 Tel +36 12100758
 export@andapresent.com
 www.andapresent.com



Coole Werbung

Wer auffallen will, braucht Raum für Gestaltung. Die CreaCool Lunch Kühltasche von ANDA Present nutzt genau diesen Ansatz: Dank vollflächiger Sublimation wird die gesamte Oberfläche zur Bühne für Motive, Kampagnen oder saisonale Designs. Gefertigt aus recyceltem RPET-Polyester und ausgestattet mit Aluminiumisolierung hält sie Speisen und Getränke zuverlässig kühl. Der praktische Klettverschluss erleichtert die Nutzung unterwegs, ob im Büro, beim Festival oder auf Ausflügen. Besonders bei Onboarding-Paketen oder Produktlaunches bleibt die Tasche lange im Umlauf und verlängert so die Markenpräsenz. Nachhaltiges Material trifft hier auf hohe Sichtbarkeit.

Botschaft an der Tür

Türanhänger aus Polypropylen von marcolor sind langlebige Informationsträger für Hotels, Gastronomie oder öffentliche Bereiche. Das robuste Material ist kratzfest, feuchtigkeitsresistent und formstabil, wodurch es auch in Wellness- und Nassbereichen eingesetzt werden kann. Beidseitiger Druck in verschiedenen Verfahren ermöglicht individuelle Gestaltung in Standard- oder Sonderformaten. Durch die feste Platzierung an Türen oder Produkten wird die Botschaft gezielt wahrgenommen und wiederholt gelesen – ein funktionales Medium mit hoher Aufmerksamkeit im direkten Umfeld.



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



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

Mit klarer Botschaft reinigen

Saubere Displays, klare Haltung: Die Mikrofasertücher aus recyceltem PET reinigen empfindliche Oberflächen streifen- und kratzfrei. Gefertigt aus 70 Prozent recyceltem Polyester und 30 Prozent Polyamid reduzieren sie Einwegabfälle und begleiten Smartphone, Brille oder Tablet über lange Zeit. Vollflächiger Digitaldruck macht jedes Tuch zur mobilen Werbefläche, verfügbar in verschiedenen Größen und Verpackungsvarianten. So bleibt die Botschaft sichtbar – täglich und unmittelbar im Gebrauch. Statt kurzlebiger Werbegeschenke entsteht ein nützlicher Begleiter, der Umweltbewusstsein praktisch erlebbar macht.

Überall frisch aufgebrüht

Kaffee oder Tee wo immer man möchte: Die Brühbeutel von Römer Drinks ermöglichen aromatischen Genuss ohne Maschine. Einfach Wasser zugeben und die gewünschte Intensität bestimmen. Der Inhalt ist mehrfach verwendbar und kann neu befüllt werden. Fairtrade-Kaffee aus Honduras, CO₂-neutrale Produktion sowie Plastikneutralität durch Ausgleichsprogramme unterstreichen den nachhaltigen Ansatz. Bereits ab kleiner Stückzahl lassen sich individuelle Aufkleber gestalten. Damit wird jede Tasse zum Markenmoment – im Büro, beim Camping oder unterwegs. Das Produkt verbindet Erlebnis und Verantwortung und verwandelt eine kurze Pause in bewusste Aufmerksamkeit.

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



Schuhe mit Haltung

Mit den veganen Sneakern aus Apfelleider zeigt ZEGO, wie Mode und Nachhaltigkeit zusammenfinden. Das Material entsteht aus Resten der Apfelverarbeitung und ersetzt tierische Bestandteile vollständig. Logos können auf Zunge, Ferse oder Seite platziert werden, Kontrastnähte und Sohlenfarben erweitern die Gestaltung. Eine teilweise recycelte Laufsohle und nachhaltige Verpackung runden das Konzept ab. Als Team- oder Merchandisingartikel vereint der Schuh Alltagstauglichkeit mit klarer ökologischer Botschaft und macht Marken wortwörtlich sichtbar im täglichen Einsatz.



PSI 46613
ZEGO Textilveredelungszentrum GmbH
Tel +49 6021590920 • info@zego-tvz.de
www.zego-tvz.de





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

Klein, rund, papierbasiert

Klein, rund und konsequent papierbasiert: Die XS-Taschendose von Kalfany Süße Werbung kommt vollständig ohne Kunststoff aus und lässt sich nach dem Verzehr im Altpapier recyceln. Ausgestattet mit einem Originalitätsverschluss aus Papier verbindet sie Funktion und Nachhaltigkeit in handlichem Format. Sechs Füllvarianten – von Schokolinsen über Fruchtbonbons bis zu zuckerfreien Pastillen oder Kaugummi – bieten für unterschiedliche Zielgruppen die passende Auswahl. Individuell bedruckt wird die Dose zum kompakten Werbeträger, ideal für Messen, Mailings oder sportliche Events. Wiederbefüllbar konzipiert bleibt sie länger im Umlauf und verstärkt so die Markenpräsenz.



- Anzeige -



**KLEIN IN DER GRÖßE.
 GROß IM BRANDING.**

Personalisierte Belgische Schokolade, die Ihre Marke aufwertet.



Private Label · Firmengeschenke · Werbeschokolade
 www.giftsofbelgium.com



PSI 60424 • FreeWings® / FIBS®
 Tel +43 6765 212866
 free@freewings.net • free@fi-bs.com
 www.fi-bs.com



Multifunktions-Bags sichern Wertsachen

Wertsachen nah am Körper, organisiert und geschützt – genau hier setzen die patentierten Multifunktions-Bags von FreeWings an. Ob unterwegs, im Beruf, beim Sport oder auf Reisen: Die kompakten Zusatztaschen lassen sich flexibel an Handtasche, Rucksack, Gürtel oder direkt am Arm und Fuß tragen. Je nach Bedarf stehen verschiedene Größen bereit – von der Geld- und Schlüsseltasche über das Kartenetui bis zur Variante für Smartphones. Unterschiedliche Materialien wie Merino, Bambus, Baumwolle oder Mikrofaser unterstreichen den nachhaltigen Anspruch, ergänzt durch exklusive Lederoptionen. Als Highlight überzeugt eine Premium-Ausführung, die bis 25 Meter wasserdicht ist und selbst beim Schwimmen zuverlässigen Schutz bietet.



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

Die Karte, die wächst

Eine Grußkarte, die nicht im Papierkorb endet, sondern im Blumentopf: Die Klappkarte aus Samenpapier verbindet klassische Kommunikation mit überraschender Nachhaltigkeit. Im DIN-A6-Format gestaltet, beidseitig bedruckbar und inklusive Umschlag verschickt, wirkt sie zunächst wie hochwertige Geschäftspost. Doch im naturweißen, ungebleichten Papier verbirgt sich Saatgut, das nach dem Einpflanzen zu Kräutern, Blumen oder sogar Gemüse heranwächst. Damit verändert sich der Moment des Lesens in einen längeren Prozess, bei dem aus Worten sichtbares Leben entsteht. Die Karte eignet sich für Mailings ebenso wie für persönliche Botschaften und transportiert Markenwerte subtil, aber dauerhaft. Statt flüchtiger Aufmerksamkeit entsteht eine kleine Beziehung: Wer gießt, erinnert sich.

Namensschild mit Charakter

Persönliche Ansprache beginnt beim Namen – und gewinnt durch nachhaltige Materialien an Glaubwürdigkeit. Das EcoBadge aus FSC®-zertifiziertem Birkenesperrholz von tobra vereint natürliche Optik mit professioneller Wirkung. Gefertigt in Deutschland und produziert mit Öko- und Solarstrom, entsteht ein Namensschild, das ökologische Verantwortung sichtbar trägt. Hochwertiger Druck sorgt für klare Darstellung, während ein starker Neodym-Magnet mit Moosgummiplatte sicheren Halt ohne Nadel bietet. Ob Messe, Kongress, Hotel oder Einzelhandel – das Schild schafft Nähe und Orientierung. Verpackt in FSC®-zertifizierter Kartonage wird das nachhaltige Konzept konsequent fortgeführt.

MADE
 IN
 GERMANY



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

48644 • IP Adelt GmbH
Tel +49 521 208800 • info@adelt-ideen.de
www.adelt-ideen.de



Hochwertig und nachhaltig präsentieren

Nachhaltigkeit und hochwertige Markeninszenierung werden heute zunehmend gemeinsam gedacht. Unternehmen möchten Produkte, Geschenke oder Mailings nicht nur schützen, sondern mit Substanz und Glaubwürdigkeit präsentieren. Genau hier setzt die Produktgruppe Luxola der IP adelt GmbH an. Die aufklappbaren Präsentationslösungen verbinden eine klare ökologische Haltung mit einer Premium-Anmutung, die den Moment des Öffnens bewusst inszeniert. Gefertigt werden die Lösungen vollständig aus Recyclingpapier und -pappe, die verwendeten Rohstoffe sind FSC-zertifiziert. Produktion und Veredelung erfolgen bedarfsgerecht in Deutschland, unter Einsatz von 100 Prozent Ökostrom und mit kurzen Transportwegen. Beim Öffnen entfaltet sich im Deckel eine integrierte Bild- und Botschaftsfläche, während das Produkt im passgenauen Inlay sicher fixiert und optimal sichtbar ist. Konstruktion, Format und Innenleben werden projektbezogen entwickelt und präzise auf Produkt, Kampagne und Markenwelt abgestimmt. Luxola eignet sich damit für Produktlaunches, PR-Mailings, limitierte Editionen oder hochwertige Sets, bei denen Schutz, Präsentation und Markenkommunikation eine Einheit bilden sollen. Die ökologische Qualität ergibt sich aus dem Zusammenspiel von 100 Prozent Recyclingmaterial, FSC-zertifizierten Rohstoffen, langlebiger Klappdeckel-Konstruktion und Produktion nach Bedarf. Jede Lösung entsteht im engen Austausch mit dem Kunden.

Sportlich aus recycelten Fasern

Ob Fitnessstudio, Reise oder Outdoor-Tour – das ActiveTowel® Sports von Polyclean begleitet Bewegung mit Funktion. Die neue Variante besteht aus P-9000® Microfaser rPET, einer Mischung aus 90 Prozent recyceltem Polyester und zehn Prozent Polyamid. Trotz Materialwechsel bleibt das Handtuch leicht, weich und saugstark. Hochauflösender Fotodruck verwandelt jede Fläche in eine individuelle Gestaltung, von Logo bis Motiv. Verpackt wahlweise in Faltschachtel oder Polybeutel mit bedruckbarer Klappkarte entsteht ein aufmerksamkeitsstarker Markenauftritt. So wird aus einem Gebrauchsgegenstand ein persönlicher Begleiter im Alltag.






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



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

Sympathie schwimmt oben

Die Schnabels Quitscheenten aus dem Hause mbw interpretieren den Klassiker neu. Varianten aus Naturkautschuk oder mit Weizenstrohanteil reduzieren Kunststoff und erzeugen eine matte, natürliche Oberfläche. Als charmante Zugabe oder Messeaufmerksamkeit erzeugen sie sofortige Wiedererkennung. Bedruckbar auf Brust oder Bürzel bleibt die Botschaft dauerhaft sichtbar. Die humorvolle Form sorgt für positive Assoziationen und senkt Kommunikationsbarrieren, während das Materialkonzept ökologische Verantwortung signalisiert. So verbindet das Produkt Spaßfaktor mit glaubwürdiger Aussage und macht Marken sympathisch präsent.

Energie im Glas

Vitamin- und Ingwer-Shots von Sanders Imagetools kombinieren natürliche Rezepturen mit recycelbarer Braunglasflasche. Ohne künstliche Zusätze liefern die Varianten konzentrierte Inhaltsstoffe, während individuelle Etiketten Markenauftritte integrieren. Die praktische Portionsgröße eignet sich für Aktionen rund um Gesundheit oder Sport und erzeugt durch den direkten Konsum einen intensiven Kontaktmoment. Geschmack und Nutzen werden unmittelbar erlebt, wodurch die Werbebotschaft mit positivem Körpergefühl verknüpft bleibt.

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



Würze mit Herkunft

Mit dem BIO Kräuter-Triple kombiniert Multiflower drei Gewürzmischungen in einer kompakten Packung: Kräuter-Meersalz, Kräuter der Provence und die Mischung Feuer und Flamme. Zutaten aus ökologischem Anbau unterstreichen den Qualitätsanspruch, während die individualisierbare Verpackung Markenbotschaften integriert. Der Artikel spricht mehrere Sinne an – Duft, Geschmack und Nutzung im Alltag verlängern die Kontaktzeit deutlich über den Übergabemoment hinaus. Als kulinarisches Giveaway verbindet er Genuss mit nachhaltigem Image.

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

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



Schreiben mit Ursprung

Der Kugelschreiber Boa matt eco + wood von Klio-Eterna verbindet regional gefertigte Materialien mit moderner Produktion. Das Gehäuse besteht aus biobasiertem Kunststoff mit Holzfasern aus Sägewerksresten und kommt ohne Mikroplastik, BPA oder PFAS aus. Produziert mit Ökostrom, schreibt die Mine aus Recyclingmaterial bis zu 3000 Meter. Matte Oberfläche und naturnahe Farben unterstreichen den ökologischen Anspruch sichtbar im Alltag. Als häufig genutztes Arbeitsmittel sorgt der Stift für dauerhafte Markenpräsenz und zeigt Nachhaltigkeit als funktionalen Bestandteil.



Licht wie ein Buch

Die Dekolampe Book von Lumitoys inszeniert Beleuchtung als Objekt. Ein Holzcover rahmt verleimte Papierseiten, die das Licht weich streuen und Atmosphäre schaffen. Per USB aufladbar und in verschiedenen LED-Farben erhältlich, passt sich die Leuchte unterschiedlichen Raumkonzepten an. Gravuren oder Drucke auf dem Cover verwandeln sie in ein personalisiertes Präsent mit bleibendem Wert. Verschiedene Größen und individuell gestaltete Verpackungen erweitern die Einsatzmöglichkeiten vom Kundenpräsent bis zum hochwertigen Giveaway. Die Kombination aus natürlicher Anmutung und moderner Technik macht aus der Lampe ein aufmerksamkeitsstarkes Markenmedium.

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



SCHNEIDERS

**Ihr Produzent mit Liebe
für Spielkarten**

schnell, günstig und flexibel

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

– Anzeige –

Der Werbeartikel- und Merch-Spezialist Kolibri feiert 2026 sein 30-jähriges Bestehen. Gegründet 1996 von Heiko Ziegler, hat sich das Ein-Mann-Unternehmen zum etablierten Full-Service-Dienstleister für Werbeartikel, Merchandising und maßgeschneiderte Sonderproduktionen entwickelt. Portrait eines selbstbewussten Unternehmens.

Kolibri GmbH feiert 30-jähriges Bestehen

Full-Service-Spezialist für Besonderes



Eine Gala zum 30-Jährigen: Dieser glamouröse Auftritt spiegelt sich die Emotionalität und Kreativität wider, die Kolibri auszeichnen. Oben Karin Jagersberger und Heiko Ziegler, Gastgeber auf der Newsweek in Stuttgart.



Das Unternehmen Kolibri wurde 1996 von Inhaber Heiko Ziegler gegründet und hat sich seitdem als Spezialist für maßgeschneiderte Werbeartikel und Sonderproduktionen einen Namen gemacht.

Der heutige Schwerpunkt von Kolibri liegt auf der Entwicklung außergewöhnlicher, passgenauer Werbeartikel, Sonderanfertigungen und Merchandising-Lösungen, die exakt auf die Bedürfnisse und Markenwelten der Kunden zugeschnitten sind.

Marken greifbar machen

„Unser Anspruch war es von Anfang an, nicht einfach Produkte zu liefern, sondern Lösungen, die im Gedächtnis bleiben“, so Gründer Heiko Ziegler. „Dass wir heute auf 30 erfolgreiche Jahre zurückblicken dürfen, verdanken wir unserem großartigen, 40-köpfigen Team, unseren langjährigen Partnern und dem Vertrauen unserer Kunden.“ Kolibri bietet außerdem einen umfassenden Werbeartikel Full-Service: von der ersten Idee über Design und Produktion bis hin zu Webshop-Lösungen, Einlagerung und der zu-

Karin Jagersberger, Geschäftsführerin Kolibri, im Gespräch mit dem PSI Journal



verlässigen Auslieferung der fertigen Produkte. Zu den Kunden von Kolibri zählen bekannte Großunternehmen und internationale Marken aus unterschiedlichsten Branchen – darunter die Automobilindustrie, Konsumgüterhersteller und Technologieunternehmen.

Nachhaltigkeit als Standard

Mit der offiziellen Zertifizierung nach ISO 14001, dem weltweit anerkannten Standard für Umweltmanagementsysteme, hat Kolibri einen weiteren wichtigen Meilenstein seiner Nachhaltigkeitsagenda erreicht: Die ISO 14001-Zertifizierung belegt, dass Kolibri ein umfassendes Umweltmanagementsystem implementiert hat, das über die gesetzlichen Anforderungen hinausgeht. Ziel ist es, ressourcenschonend, nachhaltig und umweltbewusst zu arbeiten – in jeder Phase der Wertschöpfungskette. Im Zuge der Zertifizierung durch die Dekra wurde zusätzlich auch die ISO-Zertifizierung 9001 erneut bescheinigt. Dafür hat Kolibri viel geleistet: Bereits seit 2016 ist das Kolibri-Firmengebäude mit modernster Photovoltaik-Technik ausgestattet, die 85 Prozent des Strombedarfs deckt. Zudem wird konsequent auf Mülltrennung, Recycling und den Einsatz nachhaltiger Verpackungen geachtet. Kolibri berechnet jedes Jahr die CO₂-Emissionen am Standort Kernen und hat rückwirkend alle Emissionen seit Firmengründung in 1996 ausgeglichen, ganz nach dem Leitsatz des Gründers Heiko Ziegler: „Wir sind nur Gäste auf dieser Erde“. „Unsere Kunden achten zunehmend darauf, wo sie einkaufen und welche ihrer Lieferanten nachhaltig arbeiten“, sagt Karin Jagersberger, Geschäftsführerin von Kolibri. „Wir verstehen uns hier als Vorreiter in der Branche. Für uns war es ein logischer und wichtiger Schritt, diese Zertifizierung zu erhalten, um unsere Philosophie auch nach außen sichtbar zu machen.“

<

Frau Jagersberger, zum diesjährigen Firmenjubiläum blickt Kolibri auf drei erfolgreiche Jahrzehnte mit stetiger Entwicklung zurück. Welcher rote Faden zieht sich durch die Firmengeschichte?

Was wir machen, ist von Emotion und Leidenschaft geprägt. Dieses Lebensgefühl kommt in allen Bereichen zum Tragen – bei der Produktentwicklung, im Umgang mit Kunden und unserem Engagement für Nachhaltigkeit. Deshalb haben wir auch so viel Freude bei allem, was wir tun, und das spürt auch der Kunde. Wir verstehen haptische Werbung als kreatives Instrument, um Marken mit Emotionalität aufzuladen. Zudem stehen wir von Anfang an für einen hohen Qualitätsanspruch – sowohl hinsichtlich unserer Produkte als auch unserer Dienstleistungen. In dieser Nische sind wir bis heute zuhause.

Wie nehmen Ihre Kunden diese Werte wahr?

Obwohl die Branche im Wandel ist, machen wir täglich die Erfahrung, dass unsere Überzeugungen nach wie vor von den Kunden geteilt werden. Denn sie merken, wie ihre Marken vom Dreiklang aus Emotionalität, Qualität und Kreativität profitieren und halten auch in nicht ganz einfachen Zeiten an ihrem hohen Anspruch fest, auch wenn die Budgets (wie derzeit) schmaler ausfallen. Hier unterstützen wir sie nach Kräften mit zündenden Ideen und spannenden Stories, die wir gemeinsam im Team erarbeiten. So finden wir individuelle Lösungen, die alle Seiten begeistern. Was Wirkung zeigt, sind fein abgestimmte Konzepte mit wertigen Produkten – hier ist weniger mehr, so unsere Erfahrung.



Nachhaltigkeit ist seit langem ein wichtiges Anliegen von Kolibri. Können Sie diesen Aspekt den Kunden vermitteln?

Auf jeden Fall! Wir selbst leisten seit 16 Jahren einen hochgradigen, breit gefächerten Klimabeitrag und haben eine ISO 14001-Zertifizierung. Zudem haben wir eine Nachhaltigkeitsmatrix erarbeitet, nach der wir sämtliche Aktivitäten bewerten. Vor allem bei Full-Service-Kunden kommt das sehr gut an, sie fordern aktiv Nachhaltigkeits-Standards ein und halten auch in diesen Zeiten daran fest. Das zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Noch ein Wort zum Schluss?

Ja, eine Erfahrung, die ich als positives Signal für die ganze Branche werte: Die personelle Verschlanung, die wir in der Industrie beobachten, führt dazu, dass kompetente Dienstleistung wichtiger und zunehmend nötiger wird und damit einen höheren Stellenwert bekommt. Das lässt uns zuversichtlich in die Zukunft blicken.

Die Joytex GmbH & Co. KG feiert 2026 ihr 40-jähriges Bestehen. Seit der Gründung hat sich das Unternehmen kontinuierlich weiterentwickelt und steht heute als etablierter Spezialist für hochwertigen Siebdruck auf textilen Taschen.

Vier Jahrzehnte Kompetenz im Textildruck

Jubiläum beim Tragetaschen-Spezialisten



Die Tasche TORONTO verfügt über eine Stoffqualität, die dank feinsten Twillwebung sowohl optisch als auch haptisch überzeugt.



Das Modell MELBOURNE erhielten die Joytex-Kunden auf der jüngsten PSI Messe als Dank für die gute Zusammenarbeit.



Smart und schmuck zugleich: der Beutel JAIPUR zur Aufbewahrung kleiner Kostbarkeiten.



Die Tasche ATLANTA besteht aus 300D-Polyester, leicht und strapazierfähig zugleich sowie robust, wasser- und schmutzabweisend.

Das Jubiläum markiert vier Jahrzehnte handwerklicher Kompetenz, technischen Fortschritts und erfolgreicher Konzentration im Bereich textiler Werbemittel. Grund genug, die beeindruckend produktive Entwicklung des Unternehmens und PSI-Mitglieds mit Sitz im nordrhein-westfälischen Rhede einmal Revue passieren zu lassen.

Beginn mit klassischem Siebdruck

In den Anfangsjahren war Joytex als klassische Siebdruckerei unter dem Namen „Nienhaus-Textil-Werbung“ mit einer Vielzahl an Werbemitteln im Markt präsent. Bedruckt wurden unter anderem T-Shirts, Schürzen, Caps und weitere Promotionsartikel für Unternehmen, Vereine und Veranstalter, die – wie heute – über den Werbemittelhandel vertrieben wurden.



Der Rucksack CHICAGO eignet sich bestens als Werbeträger für Sportveranstaltungen.



COLMAR ist eine Brust- und Gürteltasche. Der YKK-Reißverschluss unterstreicht den qualitativen Anspruch und den Charakter eines Longlife-Produktes.

Mit hoher Druckqualität, Flexibilität und einem ausgeprägten Servicegedanken konnte sich Joytex früh als verlässlicher Partner in der Werbemittelbranche etablieren.

Spezialisierung auf textile Tragetaschen

Ein bedeutender Meilenstein in der Unternehmensgeschichte war die zunehmende Fokussierung auf textile Tragetaschen. Im Jahr 2008 wurde das Sortiment zu 100 Prozent darauf umgestellt und die Marke Joytex eingetragen. Mit dem wachsenden Bedarf an langlebigen, wiederverwendbaren Werbeträgern erkannte man frühzeitig das Potenzial dieses Segments. Durch gezielte Investitionen in moderne Siebdruckmaschinen, leistungsfähige Trocknungssysteme und spezialisierte Druckverfahren wurde die Produktion konsequent auf Taschen ausgerichtet.



Die Tasche OTTAWA punktet mit langen Henkeln und Bodenfalte, ergänzt durch einen praktischen YKK-Reißverschluss.

Druckexpertise ausgebaut

Im Laufe der Jahre baute das Unternehmen seine Expertise im Druck auf Baumwoll-, Non-Woven- und weiteren textilen Materialien stetig aus. Die Optimierung der Produktionsprozesse, die Erweiterung der Kapazitäten sowie die Einführung nachhaltiger Materialien und Farben zählen zu weiteren wichtigen Meilensteinen der Firmengeschichte.

Nachhaltige textile Werbelösungen

Heute steht die Joytex GmbH & Co. KG für zuverlässige Serienproduktion, gleichbleibend hohe Druckqualität und individuell umgesetzte Kundenprojekte. Das Unternehmen verbindet langjährige Erfahrung im Siebdruck mit moderner Technik und einem klaren Bekenntnis zu nachhaltigen, textilen Werbelösungen. Alle Taschen sind OEKO-TEX-zertifiziert und decken die Social-Compliance-Themen über SEDEX- oder BSCI-Zertifikate ab.

Bestens aufgestellt für die Zukunft

„Das 40-jährige Jubiläum ist für uns Anlass, auf eine erfolgreiche Entwicklung zurückzublicken und zugleich den Blick nach vorne zu richten. Auf der PSI Messe anfangs des Jahres präsentierten wir unter anderem einige neue Taschenkreationen und bedankten uns bei unseren Kunden für die gute Zusammenarbeit mit dem Modell MELBOURNE, welches das Joytex-Logo als Prägung enthält und darüber hinaus ein im angesagten Graffiti-Stil gedrucktes Herz zeigt. Diese Kombination verschiedener Druck- und Prägetechniken zeigt, wie innovativ Joytex noch immer ist“, erklärt Inhaberin Katja Übbing. Mit einem engagierten Team aus über 50 Mitarbeitenden, langjährigen Kundenbeziehungen und einem klaren Fokus auf bedruckte Textiltaschen sieht sie das Unternehmen für die kommenden Jahre bestens aufgestellt. Die neuen Taschenmodelle stellen wir sukzessive im PSI Journal ausführlich vor. <

Alle reden von KI – zu Recht. Sie beschleunigt Prozesse, senkt Produktionskosten für Content und erhöht die Taktung der Kommunikation. Gleichzeitig wächst die Menge austauschbarer Inhalte rasant. In dieser Flut entscheidet sich Markenwirkung immer häufiger an einem anderen Punkt: an dem, was real, nutzbar und von guter Qualität ist.

Sichtbar bleiben, wenn der Bildschirm aus ist

Haptische Werbung in digitalen Zeiten



Im Rampenlicht: der Notebook-Rucksack KURIER vereint minimalistisches Design mit durchdachter Funktionalität.

Genau an diesem Punkt spielen haptische Markenträger ihre Stärke aus, nicht als Gegenmodell zur digitalen Welt, sondern als sinnvolle Ergänzung. Denn Marken entstehen heute in zwei Realitäten gleichzeitig: online in Sekunden und offline im Alltag, über Wochen und Monate.

Reichweite online. Wirkung im echten Leben.

Influencer-Marketing, Google Ads, Social Ads: Digitale Maßnahmen schaffen Sichtbarkeit, Reichweite und Interaktion. Ihre Stärke liegt in Geschwindigkeit. Ihre Schwäche ist oft die Kürze der Aufmerksamkeit: Der nächste Post, der nächste Klick, der nächste Scroll-Moment folgt unmittelbar. Durchdachte Taschen und Rucksäcke setzen an der anderen Seite an. Sie werden getragen, genutzt, wieder und wieder mitgenommen. Sie bringen Marken ins echte Leben – ins Büro, in den Zug, auf Events, auf Reisen und in die Freizeit. Aus einer Kampagnenbotschaft wird so ein wiederkehrender Kontakt.

Haptik schafft Vertrauen und unterscheidet

Digitale Kommunikation ist visuell. Haptische Produkte liefern das, was der Bildschirm nicht kann: Materialität, Funktion und Wertigkeit. Eine Tasche ist nicht nur sichtbar, sie wird angefasst, gepackt und genutzt. Und sie zeigt sehr schnell, ob eine Marke es ernst meint mit Qualität und dem eigenen Wertversprechen. Darum ist Produktkonzeption für Markenträger entscheidend. Gute haptische Markenbotschafter entstehen nicht zufällig: Sie brauchen klare Gestaltung, saubere Verarbeitung und Details, die im Alltag überzeugen. Für den Werbetaschenspezialisten HALFAR® heißt das: Produkte so zu entwickeln, dass

sie optisch ansprechen, funktional überzeugen und dank durchdachter Ausstattung gern und häufig genutzt werden – damit sie Markenauftritte langfristig begleiten.

Werte und Innovation gehören zusammen

Die besten Lösungen verbinden Gegensätze, statt sie auszuspielen: digital und analog, jung und erfahren, Werte und Innovation. Werte, weil Qualität, Verantwortung und Verlässlichkeit nicht verhandelbar sind: bei Materialwahl, Verarbeitung und Nutzungsdauer. Innovation, weil sich Alltag und Mobilität verändern: Remote Work, urbane Bewegung, hybride Arbeitswelten und neue Erwartungen an Funktion und Design. Dieser Anspruch zeigt sich in der HALFAR® Kollektion: alltagstaugliche Taschenlösungen für mobiles Arbeiten, Serien mit recycelten Materialien oder zertifizierter Bio-Baumwolle, Mono-Material-Konzepte zur verbesserten Recyclingfähigkeit, zeitlose Designs mit hoher Attraktivität und durchdachten Features.

Zukunftsfähigkeit durch Langlebigkeit

Zukunftsfähigkeit zeigt sich auch in der Nutzungsdauer. Eine Tasche, die über Jahre im Einsatz bleibt, erzeugt wiederkehrende Markenpräsenz und sorgt dafür, dass Ressourcen sinnvoll eingesetzt werden. Deshalb sind Langlebigkeit, Reparierbarkeit und ein klassisch hochwertiger Look zentrale Prinzipien der HALFAR®-Kollektionsentwicklung. Für Anbieter und Händler ergeben sich daraus klare Nutzen-Argumente:

- hohe Kontaktfrequenz durch dauerhafte Nutzung
- Relevanz über Kampagnen hinaus
- große Veredelungsflächen für markengerechte Inszenierung
- Produkte, die reale Bedürfnisse treffen – nicht nur kurzfristige Aufmerksamkeit



Die Laptop-Mappe SHIFT verbindet nachhaltige Materialwahl mit durchdachter Funktionalität – perfekt für Business, Reisen oder den mobilen Alltag.

Physisch + digital: die Verbindung macht den Unterschied

Haptische Werbemittel sind heute besonders stark, wenn sie mit digitalen Touchpoints zusammenspielen: QR-Codes, Kampagnen-Hashtags, Landingpages, Creator-Kooperationen. So wird die Tasche zum Anker einer Markenwelt, die online weitergeführt wird. Und auch im Arbeitsalltag zahlt sich diese Verbindung aus: Mit digitalen Tools wie dem HALFAR® Online-Konfigurator lassen sich Gestaltung und Angebotskalkulation direkt online abbilden – einfach, schnell und praxisnah für den Verkaufsalldag im Handel.

Conclusio

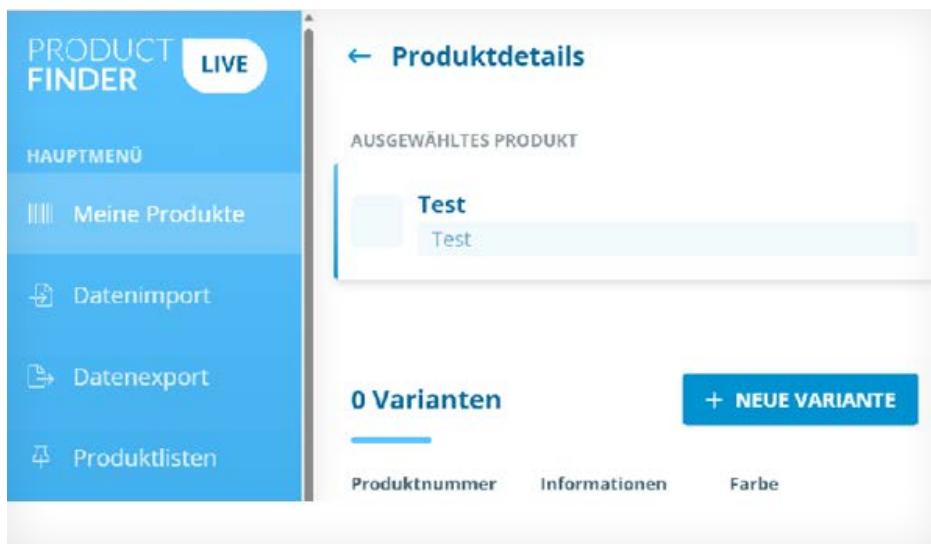
Digitale Maßnahmen schaffen Aufmerksamkeit. Haptische Werbemittel schaffen Verankerung. In einer zunehmend digitalen Kommunikationswelt gewinnen Produkte an Bedeutung, die greifbar, nutzbar und glaubwürdig sind, weil sie Qualität sichtbar machen und Marken authentisch im Alltag verankern. HALFAR® entwickelt Taschen und Rucksäcke genau dafür: als langlebige Begleiter, als attraktive Markenflächen und als Verbindung zwischen digitaler Kampagne und realem Alltag.

<



Auch der Notebook-Rucksack SOLID verbindet die digitale mit der haptischen Welt auf smarte Weise. Er kombiniert klares Design mit funktionaler Ausstattung und einem robusten Oberstoff





PSI Product Finder | Professionelle Präsentation durch Farbvarianten

Farbvarianten sind die verschiedenen Farben, in denen ein Produkt erhältlich ist – also Produkteinträge, die sich nur durch die Farbe unterscheiden, ohne dass sich der Preis ändert. Daher sollten Sie für die bestmögliche Präsentation im Product Finder für jede Farbe des Produktes eine Variante anlegen. Varianten machen die Liste mit den Suchergebnissen im Product Finder übersichtlicher und lassen Produktdateneinträge professioneller erscheinen. Lesen Sie, wie einfach das geht.

Farbvarianten erstellen

Im Online-Formular

Mit der neuen **Kopierfunktion** können Varianten auch über das Onlineformular schnell und einfach gebildet werden: Öffnen Sie das Hauptprodukt und klicken Sie oben rechts auf den Button „DUPLIZIEREN“. Vergeben Sie eine Produktnummer für die Variante und klicken Sie auf „OK“. Jetzt müssen Sie nur noch die Farbgruppe(n) der neu-angelegten Produktvariante anpassen und noch mindestens ein Bild des Produktes in der Farbe der neuen Variante hochladen. Eintrag speichern – fertig ist die Variante. Ab dem nächsten Tag ist sie dann auch im Product Finder auffindbar. Wenn Sie nur den englischsprachigen Eintrag für die Variantenbildung verwenden möchten, öffnen Sie das Produkt und klicken auf „+NEUE VARIANTE“. Auch hier vergeben Sie eine neue Produktnummer und passen die Farbangaben an.

In der Datentabelle

In der **Datentabelle** unter https://cdn.psiproductfinder.de/psi-download/PSI_Datatable.xlsx tragen Sie jedes Produkt bzw. jede Variante mit einer eigenen Produktnummer ein. Beachten Sie bitte, dass ein Produkteintrag immer aus zwei Zeilen bestehen sollte (EN und DE). Zusätzlich wird eine **Stammnummer** für die Produkte benötigt. Diese muss bei zusammengehörigen Produkten (Varianten) identisch sein. Bei Produkten, die bereits im Product Finder sind, wurde die Stammnummer automatisch vergeben. Wenn Sie neue Varianten anlegen, tragen Sie bitte die Stammnummern in die Spalte A („Stammnummer“) ein. Diese Nummern dienen nur der internen Verwendung in der Datenbank und zum Zusammenfassen der Produktvarianten. Sie werden nicht im PSI Product Finder angezeigt.

Varianten nachträglich zusammenfassen

Wenn Sie bereits Daten online haben, die Sie nachträglich zu Varianten zusammenfassen möchten, laden Sie am besten einen **Datenexport** herunter: <https://psiproductfinder.de/backend/export>. In der Tabelle müssen Sie dann lediglich den Inhalt in Spalte A so anpassen, dass er bei den zusammengehörigen Produkten identisch ist. Am besten prüfen Sie Ihre Produktinformationen auch direkt noch auf Aktualität und passen sie bei Bedarf an. Anschließend importieren Sie die Tabelle erneut unter <https://psiproductfinder.de/backend/import>

Wenn Sie Fragen haben, oder eine persönliche Beratung wünschen, melden Sie sich gerne beim PSI Product Finder Team: +49 211 90191-721 und psi.service.teams@rxglobal.com

16 – 19 APR 26 Exhibition Centre Cologne

FIBO

For a strong and healthy society.

**LONGEVITY IN
HOSPITALITY SUMMIT
16.04.2026**

Built by



In the business of
building businesses

fibo.com



Statement für Genießer

Mit der neuen Trinkglas-Serie Mao erweitert Rastal sein Portfolio um ein echtes Highlight für die moderne Bar- und Spirituosenwelt. Die beiden Größen in 32 und 45 Zentiliter wurden speziell für die Anforderungen zeitgemäßer Bar- und Spirituosenkonzepte entwickelt und überzeugen durch ihre **brillante Verarbeitung und markante Formensprache**. Ästhetisch, haptisch und markenstark, sorgt die detaillierte Struktur des Glases für ein faszinierendes Spiel von Licht und Reflexion. Ein besonderes Merkmal der Serie sind die zwei unterschiedlichen Dekorationsflächen, welche vielfältige Möglichkeiten für ein kundenindividuelles Branding bieten. Durch eine Fläche im Bodenbereich und eine weitere direkt über dem Seitenrelief wird die Mao-Serie zum attraktiven Markenbotschafter. Gefertigt in brillanter Glasqualität, steht Mao für langlebige Wertigkeit und modernes Design. Gleichzeitig überzeugt die Serie durch faire Konditionen, die sie sowohl für den anspruchsvollen Bareinsatz als auch für Promotions und Markenauftritte im Spirituosen-, Cocktail- und Softdrinkssegment attraktiv macht.

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

Scharfe Argumente

Secumax 370 von Martor ist das erste GS-zertifizierte Sicherheitsmesser mit verdeckt liegender Klinge, dem es gelingt, eine bis zu zehn Millimeter große Schnitttiefe mit dem perfekten **Schutz vor Schnitverletzungen und Warenschäden** zu kombinieren. Bislang war bei zirka sechs Millimetern Schluss, womit das neue Produkt mit keinem anderen vergleichbar ist. Der glasfaserverstärkte Griff des innovativen Profimessers besteht zu mindestens 60 Prozent aus recyceltem Kunststoff. Das Messer öffnet sicher und effizient selbst dreilagige Kartons und schneidet problemlos Folien durch und Foliensäcke auf. Es bietet mit seiner verdeckt liegenden Klinge den höchsten Anwender- und Warenschutz und damit genau das, was SiFas und Kostenoptimierer wünschen.

PSI 40111 • Martor KG
Tel +49 212 738700 • anita.klaussner@martor.de
www.martor.de





Handfreier Trekkingschirm

Swing® handsfree Ultra von Euroschirm Eberhard Goebel ist eine ultra-leichte Variante des bewährten, handfreien Trekkingschirms: Der Schirm, der gleichermaßen gegen Regen und Sonne schützt, lässt sich analog zum Swing handsfree **an jedem handelsüblichen Rucksack einfach befestigen**, sofern dieser mit Hüftgurt ausgestattet ist. Alternativ kann der Schirm, der sich zudem je nach Wind- und Regenrichtung ausrichten lässt, auch an einem speziellen Tragegurt-System von EuroSCHIRM angebracht werden. Der Unterschied zum Swing handsfree liegt einerseits an der weiteren Gewichtsreduktion dank Echt-Carbon-Gestell sowie in der transparenten UV-Beschichtung auf dem schwarzen Bezug mit höchstmöglichem UV-Schutz mit UPF 50+.

PSI 43420 • Euroschirm Eberhard Goebel GmbH & Co.KG
 Tel +49 731 140130 • info@euroschirm.com
www.euroschirm.com

Hingucker mit Herz

Besonders im Hinblick auf das bevorstehende Frühjahr steht das Thema „Glänzend werben mit Herz“ bei Werbeartikelspezialistin Uschi Wünsch im Vordergrund. Das Herz als Symbol für die Liebe kommt als Anhänger mit Kette oder als Stickpin aus silber- oder goldfarbenem Schmuckmetall oder echten Edelsteinen schön zur Geltung und **eignet sich als perfekter Werbeträger** und persönliches Geschenk. Die Herzanhänger aus Metall sind mit weißen oder farbigen Metallsteinen besetzt und sorgen durch ihr schmackes Erscheinungsbild für hohe Aufmerksamkeit.

PSI 60605 • Uschi Wünsch, Import Export – schmückend werben
 Tel +49 6781 5624071 • top@wuensch-io.com
www.wuensch-io.com



**UNSERE KLASSIKER
INDIVIDUELLE
SCHLÜSSELANHÄNGER**

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

**& mehr
Pins**
Entfall & Co. KG

- Anzeige -

Sicher durch unsichere Zeiten

Un den vergangenen Monaten haben viele von uns vorsichtig positive Signale aus der europäischen Wirtschaft wahrgenommen. Gleichzeitig erleben wir nun, wie rasant sich Rahmenbedingungen verändern können: Der Konflikt der Naher Osten ist erneut eskaliert – mit politischen, humanitären und wirtschaftlichen Folgen. Über Energiepreise, Transport, Kostenstrukturen und Lieferketten sind die Auswirkungen in der Werbeartikelwirtschaft heute schneller spürbar als noch vor einigen Jahren.

In solchen Phasen zeigt sich, wie wichtig nicht nur Analysen, sondern vor allem Handlungsfähigkeit sind – auch dann, wenn die Lage dynamisch bleibt und sich nicht verlässlich prognostizieren lässt. Drei Punkte stehen für viele Unternehmen jetzt im Vordergrund:

Gemeint ist keine Dauer-Alarmstimmung, sondern eine wache, nüchterne Beobachtung: Welche Signale sind wirklich relevant? Wann wird aus „genau hinschauen“ ein „gezielt handeln“? Und wo trennen wir verlässliche Informationen von bloßem Hintergrundrauschen?

Wer Spielräume behält, verschafft sich Zeit und Alternativen: zusätzliche Bezugsquellen, alternative Transportwege, Puffer bei kritischen Materialien, klare Absprachen mit Kundinnen und Kunden. Flexibilität bedeutet dabei nicht Beliebigkeit, sondern Vorbereitung auf veränderte Rahmenbedingungen.

Gerade in herausfordernden Situationen kommt es darauf an, Entscheidungen zügig zu treffen und transparent zu kommunizieren – intern, damit Teams handlungsfähig bleiben, und extern, damit Vertrauen stabil bleibt. Verlässlichkeit, Klarheit und ein realistischer Blick sind dann oft mehr wert als allzu optimistische Versprechen.

Ein vierter Faktor wird in solchen Zeiten besonders sichtbar: starke Partnerschaften. Kaum ein Unternehmen kann die aktuellen Herausforderungen allein meistern. Netzwerke, in denen Informationen geteilt, Erfahrungen gebündelt und Interessen gemeinsam vertreten werden, geben Orientierung und Halt.

Als europäisches Netzwerk der Werbeartikelwirtschaft versteht sich das PSI genau in dieser Rolle: Es verfolgt Entwicklungen aufmerksam, ordnet sie ein und macht die Anliegen der Branche sichtbar – im Markt ebenso wie gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Für die Mitglieder bietet das PSI damit fundierten Austausch statt isolierter Einzelperspektiven und sorgt für eine gemeinsame Stimme, wenn wichtige Entscheidungen vorbereitet werden.

Wenn wir als Branche sicher durch unsichere Zeiten kommen wollen, braucht es genau diese Mischung: Wachheit, Beweglichkeit, entschlossenes Handeln und verlässliche Partnerschaften. Lassen Sie uns diesen Weg gemeinsam gehen – mit realistischen Einschätzungen, offener Kommunikation und dem Willen, einander zu unterstützen.

Ihre

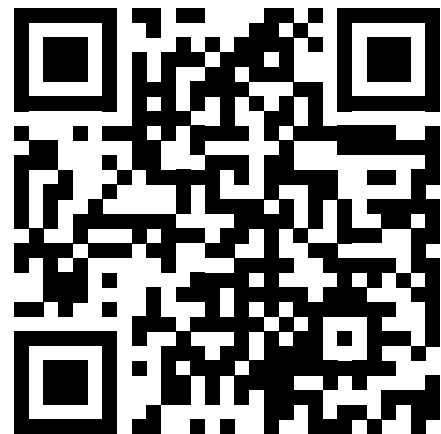


Petra Lassahn
Director PSI



PSI MEDIA GUIDE

▶ PSI



**DOWNLOAD
NOW!**

SCAN ME



Überzeugend auf den ersten Blick

Werbeartikel sind längst mehr als nur Give-aways – sie sind Markenbotschafter im Alltag. Besonders Produkte aus den Bereichen Fashion, Workwear, Caps und Accessoires verbinden hohe Sichtbarkeit mit echtem Nutzwert. Ob modische Textilien, funktionale Arbeitskleidung oder stylische Kopfbedeckungen: Sie transportieren Markenwerte authentisch, begleiten ihre Träger über lange Zeit und sorgen so für nachhaltige Werbewirkung. Ergänzt wird dieses Segment durch Express- und Last-Minute-Produkte sowie klassische Streuartikel, die maximale Flexibilität bieten. Wenn es schnell gehen muss, punkten kurzfristig verfügbare Werbeartikel mit Zuverlässigkeit und Aktualität – ideal für Messen, Events oder spontane Kampagnen. Streuartikel wiederum überzeugen durch ihre enorme Reichweite und ihr attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis. In Kombination ermöglichen beide Produktgruppen eine wirkungsvolle Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen – von hochwertig und imagebildend bis aufmerksamkeitsstark und breit gestreut. Die kommende Ausgabe zeigt, wie vielseitig, schnell und wirkungsvoll moderne Werbeartikel heute sein können.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Juni 2026 des PSI Journals, die sich den Themengruppen „Fitness, Beauty, Wellness, Gesundheit“ sowie „Feste, Events, Grillpartys“ 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

25 Jahre Werbung – die wirkt



Als einer der führenden Werbeartikelhändler Österreichs begehrt die TS Handelsagentur & Werbeartikel GmbH in diesem Jahr ihr 25-jähriges Bestehen – ein Vierteljahrhundert voller Innovationskraft, persönlichem Einsatz und nachhaltiger Visionen. Grund genug, das Unternehmen anlässlich seines Jubiläums einmal ausführlich vorzustellen.

Erfrischende Botschaften



sicher am Ziel

Mit der Einführung eines neuen 48er-Spezialkartons setzt Sanders Imagetools, Spezialist für wunschgemäß gestaltete Getränkedosen, einen weiteren Meilenstein in der individualisierten Getränkeveredelung. Erstmals präsentiert wurde das neue Verpackungssystem auf der PSI Messe in Düsseldorf, wo es bei Fachbesuchern auf großes Interesse stieß.

Impressum



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

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

Herausgeber: Petra Lassahn

Geschäftsleitung: Rachel Travers, Michael Köhler, Ivo Sklenitzka

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

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

Redaktion: Martin Höchemer, 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 (verantwortl.), 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.

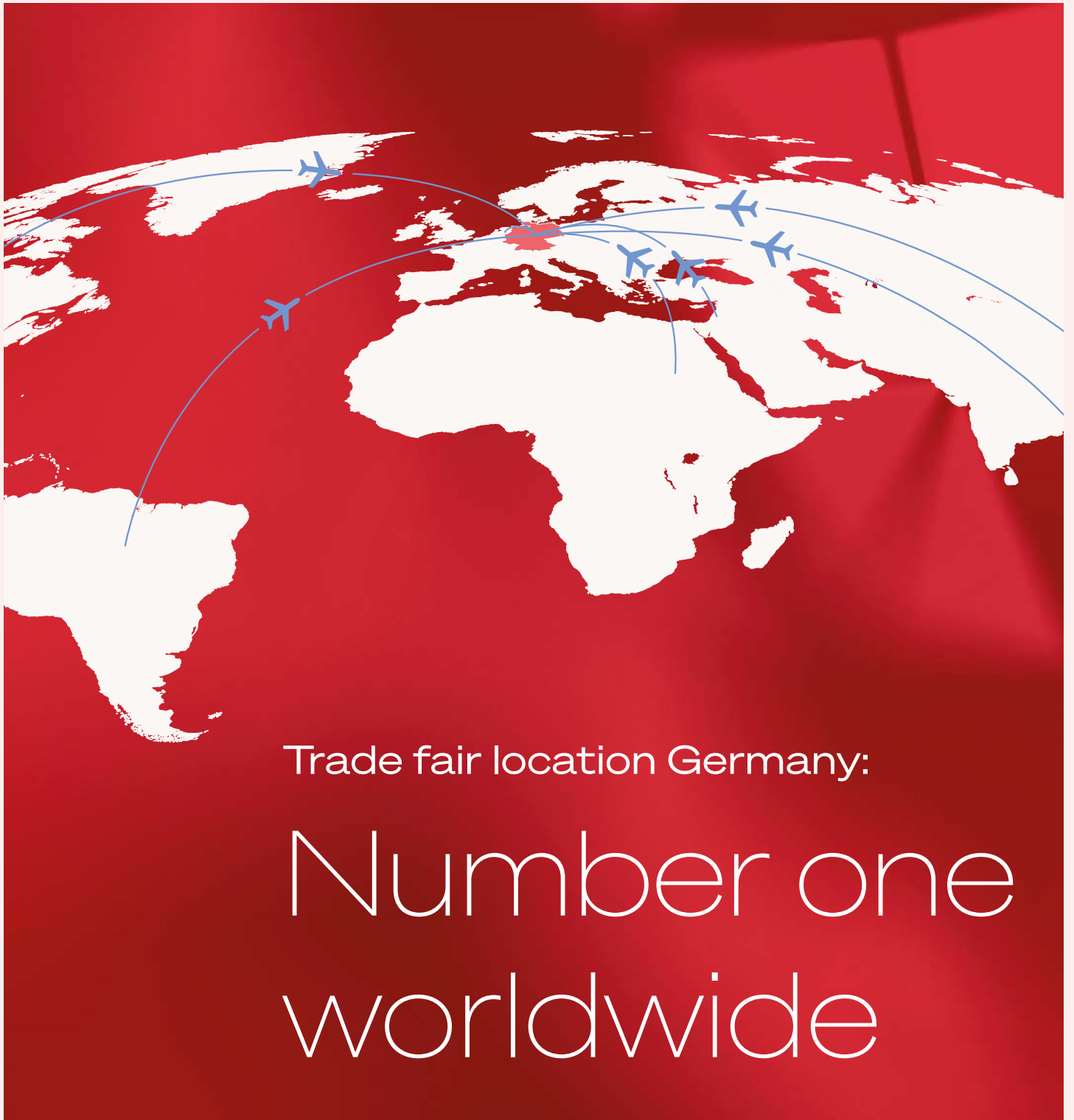
ISSN-Nummer 1436-6193

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



Trade fair location Germany:

Number one worldwide

On average, Germany welcomes 2.5 million foreign visitors annually, attending national and international trade fairs. No other country attracts as many trade fair guests from abroad. auma.de/en



AUMA

Association of the German
Trade Fair Industry

A matter of facts.

Certified exhibition data is our trademark. For six decades.



Verified exhibitor and visitor data you can rely on. It provides clarity and enables quick decisions.

This makes trade fair success plannable and measurable.

www.fkm.de