

PSI JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Mai 2026

65. Jahrgang

Anzeige



***RUN LIGHT.
PERFORM STRONG.***

Leicht, funktional und klimaregulierend – entdecke unsere neuen Running Styles, wie das Running Shirt Longsleeve GRS (JN1385/JN1386) mit durchdachtem Design und hohem Tragekomfort für jede Trainingssituation.

www.daiber.de

daiber

► **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 Werbeatikel

Mai 2026

65. Jahrgang

Product Guide

Fashion, Workwear, Caps und
Accessoires

Last-Minute-Produkte und
Streuartikel

elasto

Marken greifbar machen

TS Handelsagentur

Nachhaltig, umweltfreundlich,
vielfältig

PSI Product Finder

Optimale Ergebnisse erzielen

Branche

Unternehmen, Ereignisse,
Märkte

**Female
Empowerment**

**Starke Frauen
braucht
die Branche**

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.

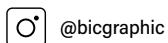


Nachhaltig

Nachfüllbar und langlebig – besser für alle.



BIC GRAPHIC



@bicgraphic



Hergestellt in Spanien

Think BIC
www.bicgraphic.com



Editorial

Im Hier und Jetzt agieren

Manchmal ist es wie verhext: Da sitzt man Mitte April am Editorial für die Mai-Ausgabe des PSI Journals, hat die aktuellen Brennpunkte der Weltwirtschaft vor Augen, jongliert mit geopolitischen Krisen, kurzen Phasen der Entspannung, Rohstoffpreisen und politischen Maßnahmen – und doch will sich kein stimmiger Textfluss einstellen. Drei Anläufe, drei Mal verworfen. Vielleicht, weil die Welt gerade schneller dreht, als Worte greifen können. Die Straße von Hormus – mal offen, mal geschlossen, mal beides zugleich und dann von allen Seiten blockiert. Rohstoff- und Energiepreise, die eine wahre Achterbahnfahrt erleben. 22 von 27 EU-Staaten versuchen mit Preisdeckeln, Steuerensenkungen oder Hilfspaketen, den Druck auf Unternehmen sowie Verbraucherinnen und Verbraucher abzufedern, meist mit ungewissem oder überschaubarem Erfolg.

Was bleibt da für uns in der Werbeartikelwirtschaft zu tun? Die klassischen Antworten behalten ihre Gültigkeit: Für Importeure heißt das, Logistik und Sourcing flexibel neu auszurichten. Eine vorübergehend ausgeweitete Lagerhaltung kann helfen, monatelange Verzögerungen abzufedern. Produzentinnen und Produzenten stehen vor der Aufgabe, ihr Rohstoff- und Energiemanagement grundlegend zu überdenken. Ein gezielter Umstieg auf recycelte Materialien oder Naturstoffe kann helfen, Risiken zu streuen. Gleichzeitig gewinnen Energiesparmaßnahmen an Bedeutung. Für Händlerinnen und Händler rücken Kommunikation und Preisstrategie in den Mittelpunkt. Transparente Informationen über längere Lieferzeiten und kürzere Angebotsfristen, kombiniert mit einer gezielten Erweiterung des Sortiments um Artikel aus europäischer Produktion, stärken die Lieferfähigkeit und schützen vor unvorhersehbaren Kostensteigerungen.

Also: Konzentration auf das, was wir unmittelbar beeinflussen können. Im Hier und Jetzt handeln, Optionen offenhalten, in Etappen denken und die Möglichkeiten klug verteilen. Klingt einfach? Ist es nicht. Aber es ist der pragmatische Ansatz, der uns handlungsfähig hält. Wer heute beweglich bleibt, sich nicht von Schlagzeilen lähmen lässt und auf die eigenen Stärken vertraut, schafft die Basis für die nächste Weggabelung – ganz gleich, wie sie aussehen mag.

In diesem Sinne

Simon Dietzen, Redakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: dietzen@edit-line.de

EDITORIAL	1
INHALT	2
TRENDS & BRANDS	4
FOKUS	
Female Empowerment in der Werbearbeitungsbranche	8
PRODUCT GUIDE	
Fashion, Workwear, Caps, Accessoires	14
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	34
HAPTICA live 2026: „Merch gewinnt“	42
PRODUCT GUIDE	
Last-Minute Produkte, Streuartikel	44
UNTERNEHMEN	
elasto: Marken greifbar machen	62
TS Handelsagentur & Werbearbeitungsartikel: Nachhaltig, umweltfreundlich, vielfältig	64
Pure Waste übernimmt Re-Shirt: Wie bedruckte Textilien länger leben	66
MYPSI	
PSI Product Finder optimal nutzen	68
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	70
MEINUNG	74
VORSCHAU – IMPRESSUM	76



Mehr Stil für unterwegs

Stella – schlicht. nachhaltig. vielseitig.

Die Umhängetasche Stella kombiniert modernes Design mit Funktionalität und Nachhaltigkeit. Dank ihres minimalistischen Looks ist sie der ideale Begleiter für Alltag, Freizeit und Büro.

Das Hauptfach mit Reißverschluss schützt Ihre Essentials zuverlässig. Mit 3 Litern Volumen und kompakten Maßen (44 x 14,5 / 8,5) bietet Stella ausreichend Platz. Der verstellbare Schultergurt sorgt für angenehmen Tragekomfort.

Gefertigt aus robuster Baumwolle (525 g/m²) und zertifiziert nach Organic, Fairtrade und OEKO-Tex, steht Stella für Qualität und verantwortungsvolle Herstellung.

Erhältlich in Olive, Grau und Schwarz. Individuell veredelbar mit Siebdruck oder Transferdruck.



www.misterbags.de



Starke Frauen für die Zukunft **8**

Frauen prägen heute in vielen Aufgabenfeldern das Bild der Werbeartikelbranche. Erfahren, kommunikationsstark und selbstbewusst gehen sie ihren Weg und steigen immer öfter in Führungspositionen auf. Besonders im Umfeld des PSI-Netzwerks wird Female Empowerment zunehmend als strategisches Zukunftsthema verstanden, wie unsere Gespräche mit weiblichen Führungskräften während der Messe in Düsseldorf gezeigt haben.

Wirksam auf den ersten Blick

14 + 44

Werbeartikel sind längst Markenbotschafter im Alltag. Die Produkte der Bereiche „Fashion, Workwear, Caps und Accessoires“ sowie „Express-/Last-Minute-Produkte und Streuartikel“, die wir in diesen Strecken vorstellen, transportieren Markenwerte authentisch, begleiten ihre Träger über lange Zeit oder punkten mit maximaler Flexibilität, wenn es schnell gehen muss.



elasto setzt Maßstäbe mit Innovation und Tempo **62**

Die elasto GmbH & Co. KG aus Sulzbach-Rosenberg steht für Schnelligkeit, Flexibilität und nachhaltige Produktion. Mit Investitionen, Automatisierung und neuen Lizenzprodukten wie dem Serve Ball für den FC Bayern zeigt das Unternehmen Innovationskraft in der Werbeartikelwirtschaft.



PSI Product Finder optimal nutzen **68**

Die Mitgliedschaft im PSI Netzwerk bietet viele Vorteile. Ein echter Benefit ist der PSI Product Finder, die größte Werbeartikeldatenbank Europas: Alle PSI Lieferanten haben die Möglichkeit, das ganze Jahr über eine unbegrenzte Anzahl an Produkten einzustellen, diese nach Bedarf zu aktualisieren und damit 4.000 zertifizierten PSI Händlern auf einmal zu präsentieren. Was Sie beachten sollten, um optimale Ergebnisse zu erzielen.



Der gedeckte Tisch als Markenbotschafter

Werbeartikel entfalten ihre stärkste Wirkung dort, wo sie genutzt und erlebt werden. Ein oft unterschätztes, aber äußerst wirkungsvolles Umfeld ist der gedeckte Tisch. Ob im Gastronomiebereich, bei Events oder im Unternehmenskontext – hier treffen Haptik, Ästhetik und Markenbotschaft unmittelbar aufeinander.

Ein sorgfältig inszenierter Tisch transportiert Werte: Qualität, Stilbewusstsein und Aufmerksamkeit fürs Detail. Genau diese Assoziationen lassen sich gezielt auf eine Marke übertragen. Hochwertige Servietten mit dezentem Logo, individuell gestaltete Gläser oder gebrandete Tischsets wirken nicht wie klassische Werbeträger, sondern fügen sich organisch in das Gesamterlebnis ein. Hinzu kommt der multisensorische Effekt: Gäste sehen, berühren und nutzen die Produkte gleichzeitig. Diese Mehrfachverankerung erhöht die Erinnerungsleistung erheblich.

Auch im B2B-Bereich bietet der gedeckte Tisch Chancen: Bei Meetings, Kundenveranstaltungen oder Messen schafft er einen Rahmen, der Professionalität und Markenidentität subtil unterstreicht.



Glas spricht für sich

Wenn ein Trinkgefäß nicht nur durch Form und Inhalt besticht, ist die verstärkte Werbewirksamkeit schon vorprogrammiert. Ein Trinkglas, auf dem das Logo des Unternehmens oder der Name des Kunden erscheint, wird besonders wahrgenommen. Ausgefallene Schriftzüge oder Designs nach Kundenvorgabe wirken hier richtig edel.

LogoGlas
www.logoglas.com
PSI 61017



Smarte Kontakte aus Acryl

Unaufdringlich sorgen smarte Aufsteller mit QR-Code und/oder einem RFID-Chip dafür, dass Informationen, Angebote oder der WiFi-Zugang zur Verfügung gestellt werden. Auch Pokale oder Spendenboxen können so produziert werden. Hochauflösende Druckmotive, feinste Schriften, 3D- und Lackeffekte sind möglich und werten die Tischdeko auf.

SIPLAST Siegerländer Plastik GmbH
www.siplast.de
PSI 46405



Stilvoll feiern aus einem Guss

Eine gelungene Tischdeko lebt davon, ein durchgängig stimmiges Bild auf den Tisch zu bringen. Das gilt für gleichermaßen für die Geburtstagsfeier wie für das festliche Hochzeitsbankett. Da dürfen es sogar einmal stilvolle Pappsteller und -becher in Kombination mit edlen wiederverwendbaren Servietten sein. Eleganz und Moderne schließen sich nicht aus.

We love Parties GmbH
www.weloveparties.de
PSI 61040





COMPLETE YOUR LOOK

Stylisch, praktisch, bequem: Entdecke unsere neue Headwear, wie die 6 Panel Corduroy-Mesh Cap (MB6254) aus hochwertigem Cord-Webstoff und weichem Mesh – und runde jeden Look modisch ab.

www.daiber.de

daiber



Papier pur als Verpackungswunder

Mit der praktischen Werbedose aus Papier demonstriert das werbende Unternehmen Umweltbewusstsein auf besondere Art. Sie kommt komplett ohne Kunststoff aus und kann vollständig im Altpapier entsorgt werden. Den Inhalt gibt es für jeden Geschmack: Von bunten Schokolinsen über Fruchtbonbons und Pfefferminzpastillen bis zum zuckerfreien Kaugummi geht alles.

Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG
www.suesse-werbung.de
 PSI 42706



Lecker geht immer

Ob auf Messen, im Direktmarketing oder am Point of Sale – kleine süße oder herzhaft Leckereien gehören zu den wirkungsvollsten Werbeartikeln überhaupt. Ihr Erfolgsgeheimnis liegt in der Kombination aus unmittelbarem Genuss, niedriger Hemmschwelle und hoher emotionaler Ansprache.

Der entscheidende Vorteil: Lebensmittel aktivieren mehrere Sinne gleichzeitig. Geschmack, Geruch und Haptik sorgen dafür, dass die Marke nicht nur gesehen, sondern „erlebt“ wird. Studien zeigen, dass multisensorische Reize die Erinnerungsleistung deutlich steigern. Ein Bonbon, ein Keks oder ein Snack bleibt somit länger im Gedächtnis als ein rein visueller Werbeträger.

Damit essbare Werbeartikel ihr volles Potenzial entfalten, kommt es auf die richtige Umsetzung an. Das Produkt sollte zur Markenbotschaft passen: Hochwertige Pralinen für Premium-Brands, nachhaltige Snacks für umweltbewusste Unternehmen oder regionale Spezialitäten für lokale Verankerung. Entscheidend ist auch die Verpackung. Sie ist die eigentliche Werbefläche und sollte klar gestaltet, markenkonform und idealerweise individuell bedruckt sein.

Der Keks als Botschafter

Handgefertigte Logo Kekse sind oft die erste Werbebotschaft, die Besucher mit dem Begrüßungskaffee präsentiert bekommen. Sie können individuell nach Wunsch des Kunden bedruckt werden. Ob für Firmenveranstaltungen, Werbegeschenke oder andere Anlässe – der Keks präsentiert sich passend mit einem Logo, einem sauber lesbaren QR-Code oder einem speziellen Design.

Confiserie Möhlenkamp OHG
www.confiserie-moehlenkamp.de
 PSI 60181

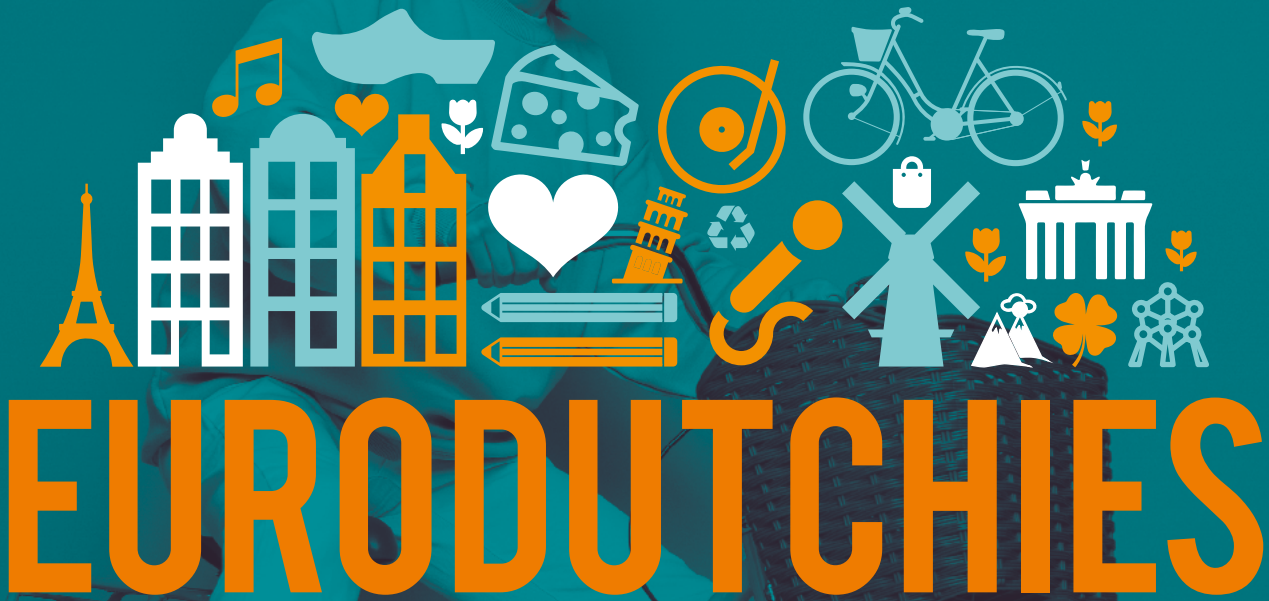
Dankeschön mit Glücksgarantie

Wie könnte man schöner und treffender „Dankeschön“ sagen, als diesen Gruß mit einem kleinen Stückchen Glück zu verbinden? Das gelingt garantiert mit einem Sortiment leckerer Glückskekse, die stimmungsvoll in einer Geschenkbox daherkommen. Nicht nur zum Muttertag ein willkommenes Präsent, das mehr aussagt als viele Worte.

Sweet & Lucky GmbH
www.glueckskekse.de
 PSI 47323



**The
Supplierdays**
2026 powered by
ppp prom z



EURODUTCHIES

"TAKE YOUR TIME. TALK BUSINESS."

**THE SUPPLIERDAYS 2026:
2 & 3 SEPTEMBER EXPO HOUTEN**

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

PROMOTIONAL PRODUCTS OF PRICELESS VALUE

Female Empowerment in der Werbeartikelbranche

Starke Frauen für die Zukunft

Fokus



Ob am Messestand, im Außendienst, als Kundenberaterin oder im Projektmanagement – Frauen prägen heute in vielen Aufgabenfeldern das Bild der Werbeartikelbranche. Top ausgebildet, erfahren, kommunikationsstark und selbstbewusst gehen sie ihren Weg und steigen immer öfter in Führungspositionen auf. Besonders im Umfeld des PSI-Netzwerks wird Female Empowerment zunehmend als strategisches Zukunftsthema verstanden, wie unsere Gespräche mit weiblichen Führungskräften während der Messe in Düsseldorf gezeigt haben.



Die Werbeartikelbranche ist geprägt von mittelständischen Strukturen, langfristigen Geschäftsbeziehungen und einem hohen Maß an persönlichem Austausch. Über viele Jahre hinweg spiegelte sich diese Struktur auch in den Führungsetagen wider: Männer dominieren die sichtbaren Spitzenpositionen, während Frauen häufig tragende Rollen im operativen Geschäft einnehmen, jedoch seltener im Rampenlicht standen. Dieses Bild befindet sich im Wandel – leise, aber nachhaltig. Dabei geht es nicht um plakative Positionierungen oder kurzfristige Trends, sondern um eine strukturelle Weiterentwicklung der Branche. Female Empowerment steht im PSI-Kontext für Sichtbarkeit, Vernetzung und Anerkennung von Kompetenz – und damit für eine breitere, resilientere Aufstellung des Marktes.

Frauen setzen andere Akzente

Die Anforderungen an Geschäftsführung und Management haben sich in den vergangenen Jahren deutlich verändert. Nachhaltigkeit, Markenführung, Compliance, Lieferkettenverantwortung und Mitarbeiterbindung sind längst zu zentralen Themen geworden. Weibliche Führungskräfte setzen hier vielfach neue Akzente. Nicht als Gegenmodell zu bestehenden Führungsstilen, sondern als Ergänzung.

Viele Unternehmerinnen und Geschäftsführerinnen verbinden unternehmerische Klarheit mit hoher sozialer Kompetenz, fördern Dialog und Teamarbeit und denken strategische Entscheidungen stärker langfristig. Eigenschaften, die in einem zunehmend komplexen Marktumfeld an Bedeutung gewinnen. Gerade persönliche Einblicke in individuelle Werdegänge wirken identitätsstiftend. Sie zeigen, dass Karrierewege nicht linear verlaufen müssen und dass Führung in der Werbeartikelbranche viele Gesichter haben kann. Auch wenn in unserem Bericht nur einige der vielen bemerkenswerten Persönlichkeiten beispielhaft zu Wort kommen, können ihre Geschichten dazu beitragen, tradierte Rollenbilder aufzubrechen und neue Einblicke zu etablieren.

Female Empowerment als Gemeinschaftsaufgabe

Das PSI Netzwerk fungiert zunehmend als Plattform, auf der Female Empowerment praktisch gelebt wird. Netzwerke, persönliche Begegnungen auf Messen und themenspezifische Formate schaffen Räume für Austausch, Mentoring und gegenseitige Unterstützung. Auffällig ist dabei der integrative Ansatz: Female Empowerment wird nicht als exklusives Frauenthema verstanden, sondern als gemeinschaftliche Aufgabe der Branche. Männer sind Teil des Dialogs, Führung wird als Teamleistung gedacht. Diese Offenheit ist entscheidend dafür, dass Empowerment im PSI-Kontext nicht polarisierend wirkt, sondern als selbstverständlicher Bestandteil moderner Unternehmensführung wahrgenommen wird.

Authentizität statt Anpassung

Trotz aller Fortschritte sind stereotype Vorstellungen weiterhin präsent. Die Werbeartikelbranche wird häufig mit klassischen Vertriebsbildern assoziiert, in denen Durchsetzungsstärke und Verhandlungshärte im Vordergrund stehen. Weibliche Führungskräfte zeigen jedoch, dass diese Kompetenzen hervorragend mit anderen Qualitäten kombiniert werden können. Kommunikationsstärke, strategisches Denken und ein feines Gespür für Markenwelten erweisen sich als entscheidende Erfolgsfaktoren. Viele Geschäftsführerinnen setzen bewusst auf Authentizität statt Anpassung, fördern transparente Entscheidungsprozesse und schaffen Unternehmenskulturen, in denen Leistung und Wertschätzung gleichermaßen zählen.

Vorbilder bieten Orientierung

Ein wichtiger Treiber für den Kulturwandel sind sichtbare Role Models. Persönlichkeiten, die Orientierung bieten, ohne unerreichbar zu wirken. Im PSI-Umfeld gibt es eine Reihe solcher Vorbilder – nicht als Ausnahmeerscheinung, sondern als Teil einer vielfältigen Branchenrealität. Diese Role Models wirken nach innen wie nach außen: Sie stärken bestehende Führungskräfte und motivieren den Nachwuchs, Verantwortung zu übernehmen. Gleichzeitig zeigen sie, dass Diversität auch international gedacht werden muss – ein Aspekt, der in einer global vernetzten Werbeartikelbranche zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Unser Fazit: Female Empowerment ist längst vom Thema zur Haltung geworden und entwickelt sich auch im PSI-Umfeld zunehmend weiter. Je selbstverständlicher Frauen in Führungsrollen sichtbar werden, desto weniger erklärungsbedürftig wird das Thema. Für die Werbeartikelbranche bedeutet das: Zukunftsfähigkeit entsteht dort, wo Kompetenz, Vielfalt und Verantwortung zusammen gedacht werden. <



Heike Hampel-Rudolph, Geschäftsführerin Mahlwerck Porzellan: Verantwortung nicht nur wirtschaftlich denken

Wenn Heike Hampel-Rudolph über ihren beruflichen Weg spricht, geht es weniger um die eigene Entwicklung als um Konsequenz. Als Geschäftsführerin von Mahlwerck Porzellan steht sie heute an der Spitze eines international tätigen Unternehmens – und verkörpert dabei eine Form von Female Empowerment, die leise, aber nachhaltig wirkt. Ihr Einstieg in die Welt des Porzellans war handwerklich geprägt. Nach ihrer Ausbildung zur Porzellanmalerin bei der Meissener Porzellanmanufaktur führte sie ihr Weg nach Rosenheim. Dort entstanden zunächst handbemalte Einzelstücke, die sie auf Märkten verkaufte. Es war eine Phase des Ausprobierens, des direkten Kundenkontakts und der gestalterischen Freiheit – und zugleich das Fundament für alles, was folgte. 1991 gründete sie gemeinsam mit Tobias Köckert die Firma Mahlwerck. Während Köckert die kaufmännische Leitung übernahm, verantwortete Hampel-Rudolph die kreative und konzeptionelle Ausrichtung. Von Beginn an war das Unternehmen von einem klaren Qualitätsanspruch geprägt: Porzellan als hochwertiges Werbe- und Markeninstrument, individuell gestaltet und langlebig gedacht. Als größte persönliche Herausforderung beschreibt



Hampel-Rudolph rückblickend die Doppelbelastung als Unternehmerin und Mutter. In einer Zeit, in der die Vereinbarkeit der beiden Rollen noch kaum strukturell unterstützt wurde, wuchs ihre Tochter praktisch im Unternehmen auf. Diese Erfahrung hat ihren Führungsstil bis heute geprägt: Verständnis für Lebensrealitäten, Vertrauen in Mitarbeitende und der Anspruch, Verantwortung nicht nur wirtschaftlich, sondern auch menschlich zu denken. Heute arbeiten am Standort Kolbermoor bei Rosenheim 15 Mitarbeitende, hinzu kommen rund 80 Beschäftigte in der Produktionsmanufaktur in der Tschechischen Republik.

Hampel-Rudolph rückblickend die Doppelbelastung als Unternehmerin und Mutter. In einer Zeit, in der die Vereinbarkeit der beiden Rollen noch kaum strukturell unterstützt wurde, wuchs ihre Tochter praktisch im Unternehmen auf. Diese Erfahrung hat ihren Führungsstil bis heute geprägt: Verständnis für Lebensrealitäten, Vertrauen in Mitarbeitende und der Anspruch, Verantwortung nicht nur wirtschaftlich, sondern auch menschlich zu denken. Heute arbeiten am Standort Kolbermoor bei Rosenheim 15 Mitarbeitende, hinzu kommen rund 80 Beschäftigte in der Produktionsmanufaktur in der Tschechischen Republik.



Angela Guckes,
Geschäftsführerin *elxact Internationale Werbemittel:*
**Kontinuität
statt Inszenierung**

Als Angela Guckes im Oktober 2025 die alleinige Geschäftsführung von *elxact internationale Werbemittel* übernahm, markierte dieser Schritt nicht nur einen formalen Führungswechsel, sondern auch einen stillen, konsequenten Akt von Female Empowerment. Nach dem Ausscheiden von Christiane Nemetz, der Witwe des Firmengründers, lag die Verantwortung erstmals allein und vollständig in den Händen einer Frau, die das Unternehmen seit Jahrzehnten von innen kennt. Angela Guckes ist keine externe Managerin, die mit frischem Blick von außen kam. Mehr als 25 Jahre hat sie im Unternehmen gearbeitet, Strukturen mit aufgebaut, Prozesse mitgetragen und Veränderungen begleitet. Als der Firmengründer Jörg Nemetz 2021 verstarb, übernahm sie Führungsverantwortung in einer Phase, die sowohl unternehmerisch als auch persönlich von Unsicherheit geprägt war. Rückblickend beschreibt sie diesen Übergang nicht als Bruch, sondern als Entwicklung – getragen von Erfahrung, Vertrauen und einem klaren Verantwortungsbewusstsein. Besonders deutlich wird in ihrer Haltung, wie sehr erfolgreiche Führung auch auf Rückhalt angewiesen ist. Angela Guckes betont, dass sie diese Aufgabe nur übernehmen konnte, weil ihre Familie sie durchgängig unterstützt hat. Dieser Rückhalt war eine zentrale Voraussetzung, um den Schritt in die Unternehmensspitze mit Überzeugung zu gehen. Gleichzeitig denkt Guckes Führung generationenübergreifend. Ihre Tochter Selina soll langfristig in das Unternehmen hineinwachsen und perspektivisch ebenfalls Verantwortung übernehmen. Angela Guckes steht damit exemplarisch für eine Form weiblicher Führung, die auf Kontinuität statt Inszenierung, auf Vertrauen statt Hierarchie basiert.



Katja Übbing,
Geschäftsführerin *Joytex bags:*
**Eigenverantwortung
ermöglichen**

In einem weiteren Gespräch treffen wir mit Katja Übbing auf eine Unternehmerin, die Female Empowerment nicht als Schlagwort versteht, sondern als gelebte Verantwortung im betrieblichen Alltag. Die 51-jährige Geschäftsführerin von *Joytex bags* führt das Familienunternehmen mit klarer Haltung, wirtschaftlichem Weitblick und einem ausgeprägten Gespür für Menschen. Ihr beruflicher Weg ist eng mit dem Unternehmen verbunden. Nach einer kaufmännischen Ausbildung stieg Übbing früh in den Betrieb ihres Vaters ein, der *Joytex* 1985 gründete. Seit 2004 arbeitet sie fest im Unternehmen, zwei Jahre später übernahm sie die Geschäftsführung. Verantwortung zu übernehmen sei für sie ein schrittweiser Prozess gewesen – getragen von Vertrauen, Lernbereitschaft und dem festen Willen, die Firma langfristig weiterzuentwickeln. Dass alle Firmenanteile in Familienhand sind und bleiben, betont sie bewusst. Female Empowerment zeigt sich bei Katja Übbing vor allem in Strukturen, die Eigenverantwortung ermöglichen und Vereinbarkeit ernst nehmen. Ein prägnantes Beispiel ist die Einführung der Vier-Tage-Woche vor rund eineinhalb Jahren. Das Unternehmen arbeitet seither in zwei Schichten und stellt so eine durchgängige Erreichbarkeit für Partner und Kunden sicher. Das Modell habe sich schnell etabliert, berichtet Übbing, und stöße sowohl intern als auch extern auf große Zustimmung. Die Kundenseite schätze die Verlässlichkeit, während die Mitarbeitenden von klaren Arbeitszeiten und zusätzlicher Flexibilität profitierten.



Silke Eckstein, Geschäftsführerin SND Porzellan Manufaktur: Erfolg durch Wissen, Erfahrung und Konsequenz

Ein Beispiel dafür ist die Geschäftsführerin der SND Porzellan Manufaktur GmbH, Silke Eckstein. Gemeinsam mit ihrem Vater gründete sie das Unternehmen 1998 – zu einer Zeit, in der er noch einen klassischen Drei-Mann-Betrieb führte. Eckstein brachte von Beginn an fachliche Tiefe mit: Nach einer klassischen Ausbildung zur Druckvorlagenherstellerin studierte sie Kommunikationstechnologie Druck in Wuppertal. Dieses Fundament aus Handwerk, Technik und strategischem Denken prägt ihren Führungsstil bis heute. Der Weg in die unternehmerische Verantwortung war dennoch kein Selbstläufer. Gerade in den Anfangsjahren wurde die junge Unternehmerin von Kundenseite nicht immer auf Augenhöhe wahrgenommen, ihre fachliche Kompetenz teils unterschätzt. Eckstein begegnete diesen Vorbehalten nicht mit Konfrontation, sondern mit Wissen, Erfahrung und Konsequenz. Sie setzte sich durch, indem sie Qualität lieferte und Entscheidungen nachvollziehbar begründete. Mit dem Aufbau eines eigenen Produktionsstandorts im thüringischen Zeulenroda im Jahr 2004 und dem im Rhein-Main-Gebiet angesiedelten Vertrieb entwickelte sich das Unternehmen kontinuierlich weiter – getragen von klaren Strukturen und einem modernen Führungsverständnis. Female Empowerment wird im PSI-Kontext aber auch klar als Teil eines umfassenderen Diversitätsverständnisses eingeordnet. Unterschiedliche Perspektiven führen zu besseren Entscheidungen – ein Effekt, der sich besonders in einer Branche zeigt, die Produkte und Kampagnen für vielfältigste Branchen und Zielgruppen entwickelt.



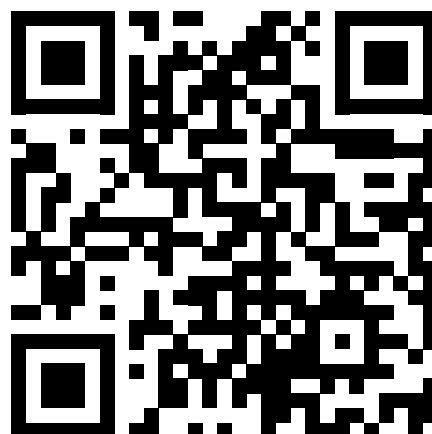
Kim und Veronika Blecker, Geschäftsführerinnen „Der kleine Gourmet“: Den eigenen Weg selbstbewusst und konsequent weitergehen

Kim und Veronika Blecker stehen exemplarisch für eine Form von Female Empowerment, in dem Selbstbewusstsein und Durchhaltevermögen im Fokus stehen. Seit April 2017 führen die beiden das Unternehmen „Der kleine Gourmet“ im hessischen Biedenkopf – und haben damit aus einer gemeinsamen Leidenschaft eine erfolgreiche Marke aufgebaut. Was als Hobby und Ausdruck ihrer Liebe zum Kochen begann, entwickelte sich Schritt für Schritt zu einem professionellen Unternehmen mit klarem Profil. „Der kleine Gourmet“ steht heute für hochwertige, teils selbst kreierte Gewürze, Olivenöle und Honige für Feinschmecker. Der Fokus liegt auf griechischen Produkten vom Festland sowie von den Inseln Kreta und Thassos. Kim und Veronika reisen mehrmals im Jahr selbst nach Griechenland, um neue Produkte und Lieferanten kennenzulernen und kulinarische Trends direkt vor Ort aufzuspüren. Diese Nähe zu Herkunft, Produzenten und Küche ist Teil ihres Qualitätsverständnisses – und zugleich Grundlage ihrer unternehmerischen Entscheidungen. Mit einem vierköpfigen Team bedienen sie sowohl Endkunden über einen Onlineshop als auch Geschäftskunden über einen B2B-Kanal, unter anderem mit Private-Label-Lösungen. Die Struktur des Unternehmens ist bewusst persönlich gehalten. „Die Firma ist so zu einem Familienprojekt geworden“, sagt Veronika Blecker mit einem Lächeln – ein Satz, der nicht nur die Arbeitsatmosphäre beschreibt, sondern auch die Art, wie Verantwortung geteilt und Führung gelebt wird.

Der Weg dorthin war allerdings nicht frei von Widerständen. Gerade in der Anfangsphase sahen sich die beiden Unternehmerinnen immer wieder mit Vorurteilen konfrontiert – sowohl als Frauen in einer Führungsrolle als auch als Ehepaar, das gemeinsam ein Unternehmen leitet. Doch statt sich davon bremsen zu lassen, entwickelte sich daraus eine klare Haltung. „Wir lassen uns die Butter nicht vom Brot nehmen“, lautet ihr Motto. Es steht für Selbstbewusstsein und die Bereitschaft, den eigenen Weg konsequent weiterzugehen.

PSI MEDIA GUIDE

» PSI



SCAN ME

DOWNLOAD
NOW!

Ob modische Textilien,
funktionale Arbeitskleidung oder
stylische Kopfbedeckungen:
Sie **transportieren**
Markenwerte authentisch,
begleiten ihre Träger über lange
Zeit und sorgen so für
nachhaltige Werbewirkung.





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

Präzision trifft Outdoor-Tauglichkeit

Die Swiss Army Quartz von Victorinox AG verbindet klassische Uhrmacherkunst mit moderner Funktionalität und richtet sich an Nutzer, die Zuverlässigkeit in jeder Situation erwarten. Ausgestattet mit einem präzisen Ronda-Quarzwerk inklusive Tages- und Datumsanzeige überzeugt sie durch exakte Zeitmessung und Alltags-tauglichkeit. Das klar strukturierte Zifferblatt mit gut ablesbaren Zahlen und Super-LumiNova®-Beschichtung gewährleistet optimale Sicht auch bei schlechten Lichtverhältnissen. Dank Antimagnetschutz bleibt die Funktion selbst unter anspruchsvollen Bedingungen stabil. Das edle Lederarmband unterstreicht den hochwertigen Charakter und macht die Uhr gleichermaßen für Outdoor-Aktivitäten wie für geschäftliche Anlässe geeignet. Personalisierungsoptionen wie Lasergravur oder Tampondruck erweitern die Einsatzmöglichkeiten im Corporate-Bereich und machen sie zu einem langlebigen Markenbotschafter.

Wetterfest für jeden Einsatz

Mit der Essential Wetter-Shelljacke 416M bringt Russell Athletic® ein funktionales Outerwear-Produkt auf den Markt, das gezielt auf die Anforderungen von Corporate- und Workwear zugeschnitten ist. Gefertigt aus 100 % recyceltem Polyester vereint die Jacke Nachhaltigkeit mit Alltagstauglichkeit und schützt zuverlässig vor Wind und leichtem Regen. Die durchdachte Konstruktion mit verstellbarer, abnehmbarer Kapuze sowie einem sauber integrierten Frontreißverschluss sorgt für eine klare Optik, die sich ideal für Veredelungen eignet. Praktische Taschenlösungen ergänzen den funktionalen Anspruch. Statt auf überladene Features setzt Russell Athletic® bewusst auf eine reduzierte, professionelle Ausstattung mit attraktivem Preis-Leistungs-Verhältnis – ein entscheidender Vorteil bei größeren Bestellmengen. Klassische Farben und ein zeitloser Schnitt ermöglichen eine nahtlose Integration in bestehende Kollektionen.



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



PSI 60924 • FNC International Limited
Tel +16135818916 • info@fncintl.com
www.fncintl.com



Sonnenschutz aus Bambus

Das Unternehmen FNC International Limited präsentiert eine Sonnenbrille, die Nachhaltigkeit und Funktionalität vereint. Gefertigt aus robustem Naturbambus bietet sie eine umweltfreundliche Alternative zu klassischen Materialien und überzeugt zugleich durch Stabilität und natürliche Ästhetik. Die polarisierten Gläser mit UV400-Schutz blockieren zuverlässig schädliche UVA- und UVB-Strahlen und sorgen für klare Sicht bei unterschiedlichsten Lichtverhältnissen – ob im Straßenverkehr, am Strand oder bei wechselhaftem Wetter. Durch ihre leichte Bauweise bleibt sie auch bei längerem Tragen angenehm komfortabel. Die Kombination aus nachhaltigem Rohstoff und hoher Alltagstauglichkeit macht die Brille zu einem attraktiven Werbepartikel mit funktionalem Mehrwert, der sowohl im Freizeit- als auch im Outdoor-Bereich eingesetzt werden kann.

Süßes im Fashion-Kontext

Die Der Zuckerbäcker GmbH verbindet mit ihren individualisierbaren Süßwaren Genuss und Markenkommunikation auf kreative Weise. Die Produkte fungieren als charmante Ergänzung im Mode- und Arbeitsumfeld, etwa bei Events, im Einzelhandel oder als Aufmerksamkeit für Kunden und Mitarbeiter. Verpackungen lassen sich individuell gestalten und tragen Logos oder Botschaften sichtbar nach außen. So entsteht ein Werbemittel, das positiv wahrgenommen wird und Emotionen anspricht. Bereits bei kleinen Stückzahlen einsetzbar, eignen sich die Produkte besonders für gezielte Marketingaktionen. Der Zuckerbäcker GmbH schafft damit eine Verbindung aus kulinarischem Erlebnis und Markeninszenierung, die sich leicht in bestehende Konzepte integrieren lässt und nachhaltige Erinnerungswerte erzeugt.



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



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

Smartes Accessoire

Die individuell gestaltbaren Kordel-Schlaufen von happyROSS GmbH zeigen, wie aus einem einfachen Give-away ein aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel wird. In modernen Farben und Mustern gehalten, lassen sie sich vielseitig einsetzen – ob am Schlüsselbund, an Taschen oder als Anhänger für technische Geräte. Durch verschiedene Veredelungsoptionen wie Sieb- oder Sublimationsdruck auf Fähnchen sowie Lasergravuren auf Bambus- oder Metallelementen entsteht ein hoher Individualisierungsgrad. Zusätzliche Details wie Weichgummi-Einfassungen sorgen für eine angenehme Haptik und unterstreichen die Qualität. happyROSS GmbH verbindet mit diesen Accessoires Funktionalität und Design und schafft Produkte, die im Alltag präsent bleiben und Markenbotschaften nachhaltig transportieren.

Design trifft Funktion

Der AOC-Taschenschirm FARE Whiteline von FARE – Guenther Fassbender GmbH verbindet modernes Design mit durchdachter Funktionalität und nachhaltigen Materialien. Auffällig ist die Kombination aus farbigem Bezug und weißen Elementen, die sich konsequent bis in den Griff und das Futteral fortsetzt. Der Soft-Feel-Griff mit integrierter Auslösetaste bietet nicht nur Komfort, sondern auch Platz für individuelle Werbeanbringung. Gleichzeitig punktet der Schirm mit einem Bezug aus recyceltem Polyester-Pongee und unterstreicht damit den Nachhaltigkeitsanspruch des Unternehmens. Als Ergänzung zum Stockschilder derselben Serie eignet sich das Modell ideal für abgestimmte Kollektionen. FARE – Guenther Fassbender GmbH präsentiert damit ein Produkt, das Ästhetik, Funktion und Markenwirkung überzeugend vereint.



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



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

Baumwolltasche neu interpretiert

Mit dem Modell TORONTO bietet die Joytex GmbH & Co. KG eine vielseitige Tragetasche, die Funktionalität und hochwertige Verarbeitung verbindet. Die stabile Twillqualität sorgt für eine angenehme Haptik und eine langlebige Nutzung im Alltag. Dank großzügigem Format mit Boden- und Seitenfalte bietet die Tasche ausreichend Stauraum für Einkäufe oder Unterlagen. Lange Henkel ermöglichen komfortables Tragen über der Schulter. Besonders im Fokus steht die Eignung für Veredelungen: Beidseitiger Druck in hoher Qualität macht die Tasche zu einem effektiven Werbeträger. Die klare Formensprache und die klassischen Farbvarianten unterstützen eine breite Einsatzfähigkeit in unterschiedlichen Branchen. Damit wird TORONTO zu einer zuverlässigen Lösung für Unternehmen, die auf langlebige und sichtbare Markenkommunikation setzen.

Taschen als stilvolle Markenbotschafter

Die Marke Boogie Design hebt Werbetaschen auf ein neues Niveau und verbindet Funktionalität mit zeitgemäßem Design. Statt reiner Werbefläche entstehen Accessoires, die sich selbstverständlich in den Alltag integrieren und gerne getragen werden. Gefertigt aus Materialien wie Baumwolle, recyceltem Filz, waschbarem Papier oder recyceltem Leder greifen die Taschen aktuelle Nachhaltigkeitstrends auf und erfüllen zugleich hohe ästhetische Ansprüche. Strapazierfähige Verarbeitung und langlebige Qualität sorgen dafür, dass sie über lange Zeit im Einsatz bleiben und Markenpräsenz kontinuierlich sichtbar machen. Der Fokus liegt auf minimalistischen Designs mit dezent platzierten Logos, wobei individuelle Anpassungen jederzeit möglich sind. So entstehen Produkte, die nicht nur funktional überzeugen, sondern auch als modisches Statement wirken und Marken subtil, aber nachhaltig in Szene setzen.

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





44329 • aditan GmbH
Tel +49 2234 43120 • info@aditan.de
www.aditan.de



Emotionale Bindung am Handgelenk

Mit den personalisierten Symboluhren eröffnet ADITAN GmbH neue Wege im Employer Branding und verleiht klassischen Werbearbeiten eine emotionale Dimension. Die Besonderheit liegt in der Möglichkeit, individuelle Materialien oder Gegenstände in die Uhr zu integrieren – von symbolischen Elementen bis hin zu unternehmenseigenen Relikten. So entstehen einzigartige Erinnerungstücke, die Zugehörigkeit und Wertschätzung sichtbar machen. Die Uhren gehen damit über ihre Funktion als Zeitmesser hinaus und werden zu Trägern persönlicher Geschichten. Bereits ab kleinen Stückzahlen realisierbar, eignen sie sich besonders für Mitarbeiterbindung, Jubiläen oder besondere Anlässe im Unternehmenskontext. ADITAN GmbH positioniert sich damit einmal mehr als Spezialist für maßgeschneiderte Werbemittel, die Individualität und Markenidentität wirkungsvoll miteinander verbinden.



T-Shirt mit Substanz und Wirkung

Mit dem Unisex Premium-T Neo präsentiert Promodoro Fashion GmbH ein T-Shirt, das durch seine Materialqualität von 250 g/m² neue Maßstäbe im Werbetextilbereich setzt. Die Verwendung gekämmter Baumwolle sorgt für eine angenehme Haptik und ein hochwertiges Erscheinungsbild, das sich deutlich von leichten Standard-Shirts abhebt. Das Modell ist darauf ausgelegt, Markenbotschaften langfristig sichtbar zu machen und als stilvoller Markenbotschafter zu fungieren. Durch die vielseitigen Veredelungsmöglichkeiten eignet sich das Shirt für unterschiedlichste Einsatzzwecke im Promotion- und Corporate-Bereich. Die Kombination aus Gewicht, Komfort und Optik macht es zu einer überzeugenden Wahl für Unternehmen, die Wert auf Qualität und Wirkung legen.

PSI 45471 • Promodoro Fashion GmbH
Tel +49 221 909000
verkauf@promodoro.de
www.promodoro.de



PSI 48301 • Recycle Bags (By SL BAGS)
 info@recyclebags.eu • info@slbags.com
 www.recyclebags.eu • www.slbags.com



Nachhaltiger Shopper

Mit dem Recycled Cotton Foldable Shopper präsentiert SL BAGS eine durchdachte Alternative zu klassischen Einkaufstaschen. Gefertigt aus recycelter Baumwolle und RPET verbindet das Produkt Umweltbewusstsein mit hoher Alltagstauglichkeit. Der Shopper lässt sich kompakt zusammenfalten und ist dadurch jederzeit griffbereit – ideal für spontane Einkäufe oder den täglichen Gebrauch. Die ressourcenschonende Herstellung spart Wasser, Energie und Chemikalien, während ein transparenter Produktpass Einblick in Materialherkunft und CO₂-Bilanz gibt. Trotz seines geringen Gewichts überzeugt die Tasche durch Stabilität und ausreichend Stauraum. Das reduzierte Design bietet zudem eine optimale Fläche für individuelles Branding. Damit wird der Shopper zu einem nachhaltigen Werbeträger, der Funktionalität und Verantwortung in einem Produkt vereint.

Horizon setzt Maßstäbe

Mit Horizon von Knirps® setzt die doppler H. Würfingsdobler GmbH neue Maßstäbe für nachhaltige Regenschirme und ein Umweltbewusstsein, das es so bislang nicht gab. Ziel ist es, den Kunden dabei zu unterstützen, Nachhaltigkeit auch im Alltag zu leben. Innovative Materialien wie der zu 100 % biologisch abbaubare Kunststoff von Trifilon® bei Griff, Schieber und Top ersetzen herkömmliches Plastik. Das Schirmdach aus recyceltem PET ist PFC-frei beschichtet und verbindet Umweltfreundlichkeit mit Funktion. Fünf Jahre Garantie stehen für den Qualitätsanspruch. Gleichzeitig sind die Schirme ideale Werbeträger: Bereits ab 48 Stück individuell bedruckbar – für einen nachhaltigen und starken Markenauftritt.

PSI 41752 • doppler H. Würfingsdobler GmbH
 Tel +49 8571 9122218
 individual@knirps.com
 www.dopplerschirme.com





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



Robuste Workwear für Profis

Mit ihrer umfassenden Workwear-Kollektion bietet Russell Athletic® durchdachte Bekleidungslösungen für anspruchsvolle Arbeitsumgebungen in Handwerk, Industrie und Logistik. Die einzelnen Produkte – von Sweatshirts mit und ohne Kragen über Westen bis hin zu Hosen, Shorts und T-Shirts – sind gezielt auf Langlebigkeit, Komfort und Funktionalität ausgelegt. Strapazierfähige Materialmischungen aus Baumwolle und Polyester, kombiniert mit fleckenabweisenden Beschichtungen, sorgen dafür, dass die Kleidung auch bei intensiver Nutzung zuverlässig bleibt und gleichzeitig ein gepflegtes Erscheinungsbild bewahrt. Verstärkte Belastungszonen, praktische Taschenlösungen sowie funktionale Details wie elastische Stifthalter oder verlängerte Rückenteile erhöhen den Komfort im Arbeitsalltag deutlich. Gleichzeitig ermöglichen ein breites Größenspektrum und vielseitige Farbvarianten einen einheitlichen, professionellen Teamauftritt über verschiedene Einsatzbereiche hinweg. Die Kollektion ist zudem optimal auf gängige Veredelungstechniken wie Stick, Siebdruck oder Transfer abgestimmt und eignet sich damit hervorragend für individuelle Markenauftritte. Russell Athletic® verbindet auf diese Weise Strapazierfähigkeit, Funktion und Corporate Design zu einer Workwear-Lösung, die den Anforderungen moderner Arbeitswelten gerecht wird.

Kreativer Spielspaß

Mit individualisierbaren Stickerbüchern bietet die Edition Michael Fischer GmbH ein kreatives Produkt, das Unterhaltung und Markenkommunikation verbindet. Über 400 Sticker ermöglichen es, fantasievolle Szenen und Outfits zu gestalten – von Unterwasserwelten bis hin zu thematisch angepassten Erlebniswelten. Unternehmen können Inhalte, Design sowie Format flexibel an ihre Zielgruppe anpassen und ihre Marke prominent auf dem Cover platzieren. Damit entsteht ein Printprodukt, das weit über klassische Werbemittel hinausgeht und langfristig genutzt wird. Die Kombination aus Spielspaß und Individualisierung schafft eine emotionale Bindung und sorgt dafür, dass die Markenbotschaft nachhaltig im Alltag präsent bleibt. EMF begleitet den gesamten Prozess von der Konzeption bis zur Auslieferung und bietet damit eine umfassende Lösung für kreative Kommunikationskonzepte.

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



PSI 43478 • MASGUANT, S. L.
Tel +34 938052267
masguant@masguant.com
www.masguant.com

Grip und Präzision

Die MASGUANT SL Arbeitshandschuhe vereinen Schutz, Komfort und Funktionalität für den professionellen Einsatz. Gefertigt aus weichem Clarino-Leder mit zusätzlicher Silikonbeschichtung bieten sie eine verbesserte Griffbarkeit und unterstützen präzises Arbeiten. Touchscreen-fähige Fingerspitzen ermöglichen die Bedienung digitaler Geräte, ohne die Handschuhe ablegen zu müssen. Verstärkte Materialien und flexible Komponenten aus Polyester und Elasthan sorgen für Langlebigkeit und Bewegungsfreiheit. Ergänzt durch praktische Details wie Klettverschluss und Daumenfalter passen sich die Handschuhe optimal an die Hand an. Zertifizierungen nach relevanten Normen unterstreichen die Sicherheitsstandards. MASGUANT SL liefert damit ein durchdachtes Produkt, das den Anforderungen moderner Arbeitsumgebungen gerecht wird.



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

Flexible Textilsticker

Die Textilaufkleber von marcolor GmbH & Co. KG verbinden Funktionalität mit hochwertiger Optik und eröffnen vielseitige Einsatzmöglichkeiten im Bereich Fashion und Workwear. Gefertigt aus anschlussfähiger Acetatkunstseide überzeugen sie durch ihren seidigen Glanz, ihre Flexibilität und eine angenehme Haptik. Sie eignen sich als temporäre Labels, Namensschilder oder Branding-Elemente und haften zuverlässig auf unterschiedlichen Stoffen, lassen sich jedoch je nach Ausführung rückstandsfrei entfernen. Ein zusätzlicher Vorteil ist ihre Beschreibbarkeit mit Kugelschreiber, was sie besonders im Event- und Aktionsbereich interessant macht. Individuelle Formen und Designs sorgen für hohen Wiedererkennungswert, während die Produktion in Deutschland für Qualität steht. marcolor GmbH & Co. KG positioniert damit ein vielseitiges Werbemittel mit hoher Anpassungsfähigkeit.

Hoodie mit Statement-Charakter

Die Heavy Hoody Jacket von Promodoro Fashion GmbH hebt sich mit ihrer außergewöhnlichen Materialstärke von 500 g/m² deutlich von klassischen Hoodies ab und steht für Qualität, die man spürt. Das besonders weiche Innenfutter sorgt für ein komfortables Tragegefühl und unterstreicht den Premiumanspruch des Modells. Durch die robuste Verarbeitung entsteht ein langlebiges Kleidungsstück, das sowohl im Alltag als auch im Werbemittelbereich überzeugt. Die Jacke eignet sich hervorragend für hochwertige Veredelungen wie Stick oder Transferdruck und wird so zum idealen Markenbotschafter. Mit ihrer Kombination aus Komfort, Gewicht und hochwertiger Optik spricht sie gezielt Unternehmen an, die auf nachhaltige und wertige Werbetextilien setzen.

PSI 45471 • Promodoro Fashion GmbH
Tel +49 221 909000
verkauf@promodoro.de
www.promodoro.de





Personalisierung mit System

Mit dem Mix-and-Match-Konfigurator bietet mbw® eine digitale Lösung, die Werbeartikel individuell gestaltbar macht und dabei maximale Effizienz mit emotionaler Markenwirkung verbindet. Direkt im Online-Shop lassen sich Produkte wie Kuscheltiere, Quitscheenten oder Figuren mit wenigen Klicks konfigurieren und mit Logos versehen, während Echtzeitpreise sofort Transparenz schaffen. Besonders im Bereich der MiniFeet®-Kuscheltiere eröffnet die Kombination mit Textilien wie Mini-Shirts oder Schals zusätzliche Gestaltungsmöglichkeiten, die für ein stimmiges Gesamtbild sorgen. Der gesamte Prozess von Auswahl bis Bestellung ist intuitiv aufgebaut und ermöglicht eine schnelle Umsetzung individueller Werbeideen. mbw® schafft damit eine Plattform, die Personalisierung vereinfacht und gleichzeitig kreative Markeninszenierung fördert.

Wärme auf Knopfdruck

Mit dem beheizbaren Bodywarmer TL-006 bringt SAS Smart Apparel innovative Technologie in den Bereich moderner Workwear. Gefertigt aus hochdichtem, wasserabweisendem Softshell-Material vereint das Modell Robustheit mit Flexibilität und hohem Tragekomfort. Drei integrierte Heizzonen aus Kohlenstoff-Nanoröhren im Brust- und Rückenbereich sorgen für individuell regulierbare Wärme zwischen 25 und 45 Grad und machen den Bodywarmer zu einem verlässlichen Begleiter bei anspruchsvollen Outdoor-Einsätzen. Die Energieversorgung erfolgt über eine abnehmbare USB-Batterie, die eine Laufzeit von bis zu acht Stunden ermöglicht. Ergänzt wird das funktionale Konzept durch verstärkte Nähte, wasserdichte Reißverschlüsse sowie eine Unisex-Passform. SAS Smart Apparel zeigt mit diesem Produkt, wie intelligente Bekleidung Komfort und Leistung sinnvoll verbindet.



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



PSI 61123 • Alpha Art Gifts LLC
 Tel +971 1555666307
 mohd@alphaartuae.com
 www.alphaartuae.com



Sicher und stilvoll reisen

Mit dem Findy Passport Pro präsentiert Alpha Art Gifts LLC einen modernen Passhalter, der Design, Nachhaltigkeit und Technologie miteinander vereint. Gefertigt aus recyceltem PU-Leder schützt er Reisepass, Karten und Dokumente in einem kompakten Format, das problemlos in jede Tasche passt. Besonderes Highlight ist die integrierte Dual-Findy-Technologie, die eine Ortung über Apple Find My und Google Find Hub ermöglicht und so zusätzliche Sicherheit bietet. Der elegante Look trifft auf praktische Funktionalität und macht das Produkt zu einem idealen Begleiter für Vielreisende. Verpackt in einer umweltbewussten Box eignet sich der Passhalter auch als hochwertiges Geschenk.



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

Handwerkskunst als Statement

Der individuell gestaltbare Schlüsselanhänger von RO-WE S.n.c. steht für hochwertige Handwerkskunst und zeitloses Design, das Funktionalität mit emotionalem Wert verbindet. Gefertigt aus pflanzlich gegerbtem Leder und in Italien produziert, überzeugt er durch Langlebigkeit und eine edle Haptik. Jedes Detail lässt sich anpassen – von Form und Farbe bis hin zur individuellen Botschaft – wodurch ein einzigartiges Accessoire entsteht, das Persönlichkeit und Marke gleichermaßen transportiert. Anders als klassische Werbeartikel versteht sich dieses Produkt als bewusst gestaltetes Objekt mit Charakter. RO-WE S.n.c. positioniert den Schlüsselanhänger damit als stilvollen Begleiter im Alltag, der nicht nur praktisch ist, sondern auch eine Geschichte erzählt und Markenwerte sichtbar macht.



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

Modische Zeitanzeige

Der WT485 von TechnoTrade Import-Export GmbH verbindet modernes Design mit funktionaler Alltagstauglichkeit und präsentiert sich als stilvoller Wecker mit textiler Anzeige. Die präzise Quarzuhr sorgt für zuverlässige Zeitmessung, während Datumsanzeige und Weckfunktion mit Schlummerooption den Tagesablauf strukturieren. Dank Hintergrundbeleuchtung und Nachlicht bleibt die Anzeige auch bei Dunkelheit gut lesbar. Besonders flexibel zeigt sich das Modell durch die Möglichkeit des Batterie- oder USB-Betriebs, wodurch es sich sowohl für den Einsatz zuhause als auch im Büro eignet. Der WT485 überzeugt nicht nur als praktischer Zeitmesser, sondern auch als hochwertiges Werbemittel, das Markenbotschaften elegant transportiert und dauerhaft sichtbar macht. Seine Kombination aus Design, Funktion und Individualisierbarkeit macht ihn zu einem vielseitigen Begleiter im Alltag.

Vielseitiges Accessoire

Mit dem TriScarf bietet ANDA Present Ltd. ein vielseitiges Accessoire, das Funktionalität und visuelle Wirkung miteinander kombiniert. Das dreieckige Kopftuch aus RPET-Mikrofaser überzeugt durch sein leichtes Material und angenehmes Tragegefühl, während der vollflächige Sublimationsdruck maximale Gestaltungsfreiheit ermöglicht. Dadurch wird das Produkt zu einer mobilen Werbefläche, die besonders bei Events, Festivals oder Outdoor-Kampagnen ihre Wirkung entfaltet. Die flexible Trageweise sorgt für vielseitige Einsatzmöglichkeiten und eine hohe Sichtbarkeit der Markenbotschaft. Gleichzeitig unterstreicht die Verwendung recycelter Materialien den nachhaltigen Ansatz des Unternehmens. ANDA Present Ltd. zeigt mit dem TriScarf, wie sich ökologische Verantwortung und kreative Markenkommunikation wirkungsvoll verbinden lassen.

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



EINFACH SMART.

Mit Frischefach für Leckeres.



NOTEBOOK-RUCKSACK
SOLID
1818069



-Anzeige-


HALFAR
STARKE TASCHEN



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



Workwear neu gedacht

Mit der rECOLine-Kollektion setzt die ZEGO Textilveredelungszentrum GmbH gemeinsam mit PLANAM auf moderne Workwear, die Nachhaltigkeit und Funktionalität vereint. Die Bandbreite reicht von Hosen und Shorts bis hin zu Jacken und bietet damit Lösungen für unterschiedlichste Einsatzbereiche. Gefertigt aus Materialien wie recyceltem Polyester und SORONA® reduziert die Kollektion aktiv CO₂-Emissionen und steht für einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen. Auffällige Details wie Kontrastnähte und markante Reißverschlüsse verleihen den Produkten einen zeitgemäßen Look, ohne die Funktionalität zu beeinträchtigen. Gleichzeitig eröffnen sich vielfältige Möglichkeiten der Individualisierung durch Textilveredelung, wodurch Unternehmen ihre Markenidentität sichtbar machen können. Die rECOLine verbindet damit ökologische Verantwortung mit professionellem Anspruch und modernem Design.

Robuster Look

Die Canvas Fleece Vest und Jacket von Promodoro Fashion GmbH stehen für einen markanten Workwear-inspirierten Stil, der Funktionalität und modische Präsenz vereint. Robuste Materialien, strapazierfähige Canvas-Einsätze und durchdachte Details sorgen für eine kernige Optik, ohne den Charakter klassischer Arbeitskleidung vollständig zu übernehmen. Besonders hervorzuheben ist die hochwertige Verarbeitung, die sich ideal für Veredelungen wie Stick, Badge oder Transfer eignet. Während die Weste durch Leichtigkeit und Flexibilität überzeugt, bietet die Jacke zusätzlichen Schutz und Substanz mit dichtem, langlebigem Fleece. Beide Modelle richten sich an Unternehmen, die Wert auf ein starkes Erscheinungsbild ihrer Markenbotschaft legen und gleichzeitig auf Qualität setzen.



PSI 45471 • Promodoro Fashion GmbH
 Tel +49 221 909000
 verkauf@promodoro.de
 www.promodoro.de



PSI 61123 • Alpha Art Gifts LLC
Tel +971 1555666307
mohd@alphaartuae.com
www.alphaartuae.com

Moderner Anspruch

Die „Dubai“ Cap von Alpha Art Gifts LLC überzeugt als vielseitiges Accessoire, das Komfort, Langlebigkeit und stilvolles Design miteinander verbindet. Gefertigt aus hochwertigem Polyester-Ottoman-Gewebe bietet sie eine angenehme Haptik und hohe Strapazierfähigkeit. Der verstellbare Klettverschluss sorgt für eine individuelle Passform und sicheren Halt bei unterschiedlichsten Aktivitäten. Mit ihrem klassischen 6-Panel-Design eignet sich die Cap sowohl für Freizeit als auch für sportliche Einsätze und ergänzt mühelos verschiedenste Outfits. Die Einheitsgröße macht sie universell einsetzbar, während die elegante Verpackung sie zusätzlich als Geschenk attraktiv macht. Alpha Art Gifts LLC positioniert dieses Modell als funktionales und zugleich modisches Werbemittel mit breitem Einsatzspektrum.

Tierische Werbeträger

Die IGRO GmbH setzt mit individuell gestaltbaren Hundehalstüchern auf eine emotionale Ansprache in der Markenkommunikation. Gefertigt aus 100 % Baumwolle bieten die Tücher hohen Tragekomfort und sind gleichzeitig robust genug für den täglichen Einsatz im Freien. Durch großflächige Bedruckung lassen sich Logos und Botschaften aufmerksamkeitsstark inszenieren, während der sympathische Einsatz am Tier für zusätzliche Sichtbarkeit sorgt. Ob als modisches Accessoire oder als gezieltes Promotionprodukt – die Halstücher sprechen eine stetig wachsende Zielgruppe von Tierbesitzern an. Pflegeleichte Eigenschaften und langlebige Qualität unterstützen den nachhaltigen Werbeeffect. So entsteht ein Give-away, das nicht nur praktisch ist, sondern auch positive Emotionen weckt und Marken auf authentische Weise in den Alltag integriert.



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



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

Fashion neu gedacht

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 61141 • dothat
Tel +48 602305253 • biuro@dothat.pl
dothat.pl



Bestrickende Reflexe

Kann ein Werbeartikel die Sicherheit verbessern? Ja – wenn er bewusst gestaltet ist. Das Konzept der reflektierenden Strickwaren von Dothat basiert auf zertifiziertem Reflexgarn, das direkt in die Strickstruktur integriert wird. Statt eines gewöhnlichen Give-aways entsteht ein Produkt, das die Sichtbarkeit nach Einbruch der Dunkelheit erhöht. Mützen und Schals aus Reflexgarn steigern die Sichtbarkeit bei schlechten Lichtverhältnissen auf bis zu 150 Meter und bleiben dabei vollständig individualisierbar – von Farben und Strickmustern bis hin zu Patches und Verpackungen. Reflektierende Strickwaren sind eine praktische, markante Lösung für Mitarbeiterausstattungen, Outdoor-Events und frühzeitig geplante Winterkampagnen mit hohem Nutzwert.

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



Funkelnder Event-Charakter

Mit den Glam-Lanyards präsentiert die D&K ID Group ein Accessoire, das Funktionalität und auffälliges Design gekonnt miteinander verbindet. Das weiche Band sorgt für hohen Tragekomfort, während funkelnde Strass-Steine dem Produkt eine besondere visuelle Präsenz verleihen. Ausgestattet mit Schlüsselring und Karabinerhaken – optional auch als Tropfenkarabiner – eignen sich die Lanyards für vielseitige Einsatzbereiche, von Events über Promotions bis hin zum Einsatz im Unternehmen. Zusätzliche Optionen wie Handschlaufe oder individuelle Gravur erweitern die Gestaltungsmöglichkeiten und machen das Produkt zu einem personalisierbaren Werbeträger. Die D&K ID Group zeigt mit diesem Konzept, wie sich praktische Alltagsgegenstände in aufmerksamkeitsstarke Markenbotschafter verwandeln lassen.



PSI 46626
Global Innovations Germany GmbH & Co. KG
Tel +49 6502 930860
info@globalinnovations.de
www.globalinnovations.de

Sonnenschutz als Statement

Die Sonnenbrille von Global Innovations Germany GmbH & Co. KG vereint Schutzfunktion und modernes Design in einem vielseitigen Accessoire für Alltag und Freizeit. Das leichte und zugleich robuste PP-Gestell sorgt für hohen Tragekomfort, während die flexiblen Eigenschaften ein angenehmes Handling ermöglichen. Die Gläser mit Cat 3 UV400-Standard bieten zuverlässigen Schutz vor intensiver Sonneneinstrahlung und blockieren schädliche UV-Strahlen effektiv. Besonders interessant für den Werbeeinsatz ist die Möglichkeit der individuellen Veredelung von Bügeln und Gläsern mittels Laserprinting. Damit wird die Sonnenbrille zu einem wirkungsvollen Markenbotschafter.



Performance trifft auf Design

Die CreaLimb Armstulpen von ANDA Present Ltd. sind speziell für den aktiven Einsatz konzipiert und verbinden Funktionalität mit einer modernen, nachhaltigen Ausrichtung. Gefertigt aus elastischem RPET-Material bieten sie eine flexible Passform und ein atmungsaktives Tragegefühl, das auch bei längerer Nutzung überzeugt. Der vollflächige Sublimationsdruck ermöglicht nahtlose, hochwertige Designs und sorgt für eine besonders starke visuelle Präsenz. Damit eignen sich die Armstulpen ideal für Sportevents, Promotionsaktionen oder Markenauftritte im Outdoor-Bereich. Durch die Kombination aus Komfort, Langlebigkeit und nachhaltigen Materialien positioniert ANDA Present Ltd. das Produkt als zeitgemäßes Werbemittel, das Bewegung und Markenkommunikation effektiv miteinander verbindet.



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



PSI 60924 • FNC International Limited
Tel +16135818916 • info@fncintl.com
www.fncintl.com

Leichtes Accessoire für aktive Tage

Die Sport-Piratenkappe von FNC International Limited richtet sich an Outdoor-Enthusiasten, die Funktion und Komfort schätzen. Hergestellt aus feuchtigkeitsableitendem Polyester sorgt sie für ein angenehm trockenes Tragegefühl und trocknet schnell – ideal für sportliche Aktivitäten wie Radfahren, Laufen oder Wandern. Der integrierte UV-Schutz bietet zusätzlichen Nutzen bei intensiver Sonneneinstrahlung. Dank ihres leichten Materials und der flachen Passform lässt sich die Kappe problemlos unter Helmen tragen, ohne aufzutragen. Die flexible Einheitsgröße deckt ein breites Spektrum an Kopfgrößen ab und erhöht den praktischen Nutzen im Alltag. Als Werbeartikel überzeugt sie durch ihre Vielseitigkeit und den direkten Einsatz im aktiven Lebensstil, wodurch Markenbotschaften mobil und sichtbar transportiert werden.

Geschützte Fingerfertigkeit

Das Schnittschutzmodell High-Cut von Protorio wurde um eine zusätzliche Variante ergänzt. Der grün melierte Arbeitshandschuh besteht aus High-Tech-Garn von Dyneema, das dem Handschuh das Schnittschutzlevel 3 (von 4) verleiht. Der hohe Elastan-Anteil des Arbeitshandschuhs sorgt für eine hohe Elastizität und Atmungsaktivität. Die geruchsneutrale Nitrilschicht gewährleistet zudem eine gute Fingerfertigkeit auch bei der Arbeit mit scharfkantigen Werkstoffen. Die als „LongFitComfort“ bezeichnete Eigenschaft des Produkts sorgt für eine signifikant verlängerte Tragedauer bei gleichzeitiger Gewährleistung einer optimalen Passform. Erhältlich sind die Arbeitshandschuhe ab 500 Paar mit 1-C bis 4-C Logo in den Größen von 7 bis 11.

PSI 48898 • Protorio GmbH
Tel +49 7062 978910 • Sale@protorio.com
www.protorio.com





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

Für den perfekten Sneaker-Look

Mit dem Reinigungsset „Sneaker Up!“ bietet die Frank Bürsten GmbH eine durchdachte Lösung für alle, die Wert auf gepflegte Schuhe legen. Das Set umfasst eine hochwertige Bürste mit synthetischen Borsten, ein Reinigungsspray, ein Tuch, einen Reinigungsgummi sowie einen praktischen Schuhanzieher und wird in einer transparenten Klickbox geliefert. Die Kombination der Komponenten ermöglicht eine gründliche Reinigung von Oberflächen und Sohlenrändern und sorgt für ein überzeugendes Ergebnis. Besonders hervorzuheben ist die Verwendung von naturbelassenem Holz aus heimischen Wäldern bei der Bürste, was Nachhaltigkeit und Qualität unterstreicht. Optional lassen sich Bürste und Verpackung individuell veredeln. Die Frank Bürsten GmbH zeigt damit, wie funktionale Produkte zu attraktiven Werbemitteln werden können.

Sichtbarkeit für den Arbeitseinsatz

Der Sicherheits-Hoodie von FNC International Limited wurde speziell für den Einsatz unter anspruchsvollen Bedingungen entwickelt und erfüllt die Anforderungen der Norm ANSI/ISEA 107-2020 Typ R Klasse 3. Gefertigt aus gebürstetem Fleece mit einer Grammaturn von 260 g/m² bietet er angenehmen Tragekomfort bei gleichzeitig hoher Strapazierfähigkeit. Reflektierende Streifen aus Polyester erhöhen die Sichtbarkeit deutlich und tragen so zur Sicherheit bei schlechten Lichtverhältnissen bei. Damit eignet sich das Modell insbesondere für Tätigkeiten im Außenbereich, bei denen zuverlässige Erkennbarkeit entscheidend ist. Die Kombination aus funktionalem Design und normgerechter Ausstattung macht den Hoodie zu einem praxisorientierten Begleiter für professionelle Arbeitsumgebungen, in denen Schutz und Komfort gleichermaßen gefragt sind.



PSI 60924 • FNC International Limited
 Tel +16135818916 • info@fncintl.com
 www.fncintl.com

Bewegte Markenpräsenz

Mit funktionalen Stirnbändern bietet Greenverta by Media Sp. z o.o. ein Werbemittel, das sich unauffällig in den Alltag integriert und gleichzeitig dauerhaft Sichtbarkeit schafft. Ob beim Sport, auf dem Weg zur Arbeit oder bei Events – das Accessoire begleitet den Träger in Bewegung und transportiert Markenbotschaften kontinuierlich. Neben der Werbewirkung überzeugt das Stirnband durch praktischen Nutzen: Es nimmt Schweiß auf, hält Haare zurück und sorgt für angenehmen Tragekomfort. Gerade in den Bereichen Sport, Outdoor und Wellness entfaltet es sein Potenzial als langlebiger Markenbotschafter, der im Gegensatz zu kurzlebigen Streuartikeln über einen längeren Zeitraum im Einsatz bleibt. Durch individuelles Design wird aus einem funktionalen Produkt ein dezentes, aber wirkungsvolles Element moderner Markenkommunikation.



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



Oversize trifft Nachhaltigkeit

Das Hypster STTU258 von ZEGO Textilveredelungszentrum GmbH bringt frischen Wind in die Textilbranche und setzt auf einen angesagten Oversize-Look. Mit einer Grammatik von 200 GSM überzeugt das Unisex-T-Shirt durch angenehmen Tragekomfort und hochwertige Verarbeitung. Das vorgewaschene Material bietet eine ideale Basis für verschiedene Veredelungstechniken wie Druck oder Stick und macht das Shirt besonders attraktiv für Markeninszenierungen. Gleichzeitig steht das Modell für nachhaltige Produktionsansätze und richtet sich an eine Zielgruppe, die Wert auf Umweltbewusstsein und Stil legt. Der moderne Schnitt spricht insbesondere Mode- und Lifestyle-Segmente an, lässt sich aber ebenso im Event- und Promotionsbereich einsetzen. Damit wird das Shirt zu einem vielseitigen Werbeträger mit modischem Anspruch.

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



PSI 48917 • Promo-House
Tel +48 12 4114242 • biuro@promohouse.pl
www.promohouse.pl



Eleganz und Stil

Promo-House setzt mit individuell gestaltbaren Schals auf ein stilvolles Accessoire, das Marken subtil und wirkungsvoll präsentiert. Gefertigt aus Materialien wie Seide, Viskose oder Baumwolle verbinden die Schals hochwertige Haptik mit vielseitiger Einsetzbarkeit. Ob bei Events, Messen oder im Unternehmensalltag – getragen von Mitarbeitern oder Partnern sorgen sie für eine elegante Markenpräsenz. Durch individuelle Designs mit Logos, Farben oder Mustern wird die visuelle Identität gezielt transportiert. Die Vielseitigkeit des Produkts ermöglicht unterschiedliche Tragevarianten, wodurch die Marke in verschiedenen Situationen sichtbar bleibt. Promo-House nutzt damit die Kombination aus Ästhetik und Funktionalität, um ein Werbemittel zu schaffen, das sowohl praktisch als auch imagefördernd wirkt.

Mehr Sicherheit für unterwegs

Mit der Tasche OTTAWA erweitert die Joytex GmbH & Co. KG ihr Sortiment um ein funktionales Modell mit zusätzlichem Schutz. Die bewährte Form mit Bodenfalte sorgt für großzügigen Stauraum, während lange Henkel einen komfortablen Transport ermöglichen. Besonderes Merkmal ist der integrierte YKK-Reißverschluss, der den Inhalt zuverlässig vor fremdem Zugriff und äußeren Einflüssen schützt. Damit eignet sich die Tasche nicht nur für Einkäufe, sondern auch für den täglichen Einsatz im beruflichen Umfeld. Die hochwertige Twillqualität unterstreicht die Langlebigkeit und sorgt für eine angenehme Haptik. Gleichzeitig bleibt die Tasche eine ideale Fläche für individuelle Veredelungen und Markenbotschaften. Joytex GmbH & Co. KG kombiniert hier klassische Tragetaschenfunktion mit zusätzlichem Nutzen und erhöhter Sicherheit.



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



ASI ernennt neuen CEO: Tech-Impuls für die Werbeartikelbranche

Die amerikanische Branchenorganisation Advertising Specialty Institute (ASI) hat Ashish Mittal zum neuen Chief Executive Officer berufen. Er übernimmt die Position zum 31. März und folgt auf Tim Andrews, der das Unternehmen nach 23 Jahren verlässt. Kontinuität sichert die Familie Cohn: Matthew Cohn und Stephanie Cohn Schaeffer übernehmen gemeinsam den Vorsitz des Vorstands, Norman Cohn wird Chairman Emeritus.

Mittal bringt umfassende Tech- und Plattformerfahrung mit. Zuletzt war er Präsident und COO von Sticky.io, wo er KI-gestützte Produkte einführte und starkes Wachstum erzielte. Der Vorstand sieht in Mittal den idealen CEO für die nächste Entwicklungsphase von ASI – mit Fokus auf Technologie, Marktplätze und Skalierung, ohne die Mitgliederorientierung zu verlieren. Mittal selbst betont die besondere Rolle von ASI in der Werbeartikelbranche und die wachsende Bedeutung physischer Produkte in einer zunehmend KI-geprägten Welt.

An der strategischen Ausrichtung ändert sich nichts: ASI unterstützt weiterhin seine Mitglieder in einem rund 27,7 Milliarden Dollar schweren Markt. Das seit 1962 familiengeführte Unternehmen positioniert sich als zentrale Technologie-, Daten- und Wissensplattform mit Angeboten in Medien, Events und Bildung. <https://asicentral.com>

Ashish Mittal



ASI Central

Operative Führung neu aufgestellt

Bei Bartenbach wird ein Generationswechsel eingeläutet: Vorstand und Aktionär Tobias Bartenbach möchte sich künftig noch stärker auf die strategische Entwicklung, den Ausbau neuer Geschäftsfelder sowie die Pflege nationaler und internationaler Partnerschaften der Agentur konzentrieren und legt die operative Führung deshalb in neue Hände. Zu diesem Zweck wird neben Vorstand und CCO Sebastian Hardieck, der weiterhin die kreative Ausrichtung und die Qualität des Outputs prägen soll, ein Führungstrio aus drei neuen Managing Directors mit klar definierten Aufgabenbereichen installiert.

Eine der neuen Managing Directors wird Julia Bartenbach sein, die für Transformation, Organisation und Prozesse verantwortlich sein wird. In dieser Rolle wird sie den Ausbau effizienter Strukturen, die organisatorische Transformation sowie die Integration von künstlicher Intelligenz vorantreiben. Zudem stärkt sie die Vernetzung über die gesamte Gruppe hinweg und bringt ihre strategische Expertise für die Marke in die Weiterentwicklung des Geschäfts ein.

Den Bereich Art/Design wird künftig Managing Director Achim Hube verantworten. In diese Rolle bringt er Erfahrung bei renommierten Kreativadressen wie Heimat oder Jung von Matt mit und bündelt Zukunftsthemen wie beispielsweise Social und Content über Disziplinen hinweg. Komplettiert wird die Riege der Managing Directors durch Harry Walter, der für die Bereiche Beratung sowie Event und Sportmarketing verantwortlich sein wird. Dabei führt er das Client Service Team, sichert die konsistente Beratungsqualität und entwickelt sein Team als zentrale Schnittstelle und langfristiger Partner (Trusted Advisor) für Schlüsselkunden weiter. Mit der Neuaufstellung der operativen Führung reagiert

Bartenbach auf die massiven Herausforderungen im Kommunikationsmarkt aufgrund von KI, stark veränderten Zielgruppenbedürfnissen und Distributionsmöglichkeiten. Durch die Verteilung der Verantwortung soll die Synchronisierung der Disziplinen erleichtert und die strategische Kompetenz über alle Prozesse hinweg gestärkt werden.



Bartenbach AG

Das erweiterte Management Board der Bartenbach Gruppe (v.l.): Sebastian Hardieck, Achim Hube, Christopher Evers, Harry Walter, Johannes Dietze, Tobias Bartenbach, Julia Bartenbach, Jörg Grünewald. Bild: Steffen Henkel, Das Medienkartell

Während der fünften Auflage der WerbeWelt 2026 München präsentierten 115 Hersteller auf über 5.000 qm die neusten Werbemittel-Trends. Rund 750 Besucher konnten sich als Gäste von neun Werbemittel-Agenturen neuste und besonders nachhaltige Werbemittel live erleben.

WerbeWelt 2026 München

Nachhaltigkeit als Wachstumstreiber

Nachhaltigkeit hat sich in der Werbeartikelbranche vom Zusatznutzen zum entscheidenden Maßstab entwickelt. Wie konsequent dieser Wandel voranschreitet, zeigte die WerbeWelt 2026, die am 25. März im Zenith in München stattfand. Bereits zum fünften Mal brachte die Fachmesse zentrale Marktteilnehmer zusammen und unterstrich eindrucksvoll die wachsende wirtschaftliche Relevanz nachhaltiger Werbemittel.

Ressourcenschonend und innovativ

Auf rund 5.000 qm präsentierten 115 Hersteller ihre aktuellen Lösungen – von ressourcenschonend produzierten Klassikern bis hin zu innovativen Werbeartikeln mit klarer Nachhaltigkeitsstrategie. Mit fast 750 Besuchern bestätigte die Veranstaltung ihre Rolle als etablierter Treffpunkt für Marketing-Entscheider. Wie die Ausrichter betonen, verdeutlichen die fast 11.500 Anfragen zudem die hohe Relevanz und konkrete Nachfrage nach nachhaltigen Markenbotschaftern im Markt.

Kommunikative Atmosphäre

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor der WerbeWelt bleibt ihr kuratiertes Messekonzept. Acht etablierte Werbemittelhändler aus Bayern – Ame-

deA Werbepräsentate, dkpromotion, EIDEX, kicks-promotion, products & more, Tengler Werbemanufaktur, werbemax sowie w+i – luden ihre Kunden gezielt ein. Das Ergebnis war eine Messe mit hoher Gesprächsqualität, effizienten Strukturen und direktem Zugang zu relevanten Geschäftskontakten. Auch über die Produktpräsentationen

hinaus setzte die Veranstaltung wichtige Impulse: Die Networking Area etablierte sich erneut als zentraler Treffpunkt für den persönlichen Austausch. Hochwertiges Catering und eine Barista-Bar unterstützten die kommunikative Atmosphäre und förderten den informellen Dialog zwischen Agenturen, Ausstellern und Besuchern.

Markenwirkung plus Verantwortung

„Nachhaltige Werbemittel sind kein Nischenthema mehr, sondern eine klare Anforderung!“, sagt Thomas Gottschall, Geschäftsführer der EIDEX. „Die Nachfrage zeigt, dass Unternehmen verstärkt auf Lösungen setzen, die Markenwirkung und Verantwortung miteinander verbinden“, resümiert er. – Das nächste Messe-Highlight in der Münchner Zenithhalle folgt bereits: Die WerbeWiesn findet traditionell vor dem Oktoberfest am 17. September 2026 statt. Die nächste WerbeWelt 2027 öffnet am 10. März 2027. <



750 Besucher sorgten für stetig regen Betrieb an den Ausstellerständen.



Die Protagonisten der acht einladenden Werbemittelhändler aus Bayern präsentierten erneut ein gezielt kuratiertes Messekonzept.



Janine Arrington und Sinead Brownless (v.l.).

Mehrsprachiger Support ausgebaut

The Outdoors Company (TOC) erweiterte sein europäisches. Nach anhaltendem Erfolg und Wachstum in ganz Europa hat TOC weiter in den mehrsprachigen Vertriebs-Support investiert, um sicherzustellen, dass Kunden in ihrer eigenen Sprache und mit einem eingehenden Verständnis für ihre lokalen Märkte betreut werden können.

Die französischsprachige Vertriebsmitarbeiterin Sinead Brownless kam im Sommer 2025 zu TOC und betreut Kunden in Frankreich, den Benelux-Ländern und der Schweiz. Seit ihrem Eintritt hat Brownless bereits die Beziehungen zu bestehenden Kunden gestärkt und gleichzeitig Kontakte zu neuen Vertriebspartnern aufgebaut. Kürzlich traf sie viele Kunden persönlich auf der PSI-Messe in Düsseldorf, wo sie gemeinsam mit TOCs Business Development Managerin Tanja Read und dem Geschäftsführer Paul Morley-Smith anwesend war. TOC bewertete die PSI als großen Erfolg und begrüßte eine Reihe neuer Vertriebspartner am Stand.

Auf dieser Dynamik aufbauend hat TOC zudem die deutschsprachige Janine Arrington neu ins Vertriebsteam aufgenommen. Sie wird sich auf die Betreuung von Kunden in der DACH-Region konzentrieren, Unterstützung per Telefon und E-Mail leisten und TOC auf wichtigen europäischen Branchenveranstaltungen vertreten. Mit der nun vorgestellten SS2026-Kollektion von TOC freut sie sich darauf, die renommierten Markenprodukte im Portfolio von TOC zu präsentieren.

Die Neueinstellungen unterstreichen das anhaltende Engagement von TOC für seine europäischen Kunden sowie das Bestreben, in der gesamten Region hervorragenden Service, starke Partnerschaften und Unterstützung in der jeweiligen Landessprache zu bieten.

LoGolf 3.0. in neuen Händen

LoGolf, der Spezialist für Werbeartikel im Golfsport, hat einen neuen Eigentümer. Der begeisterte Golfer und Unternehmer Arjan Ribbe hat die Anteile von LoGolf, einem Teil von Promocorp, übernommen. Bereits seit der jüngsten PSI-Messe ist er im Hintergrund an allen Vorbereitungen für die neue Golfsaison beteiligt und hat sich mit dem Werbeartikelmarkt vertraut gemacht. Durch den Verkauf kann sich Promocorp-Gründer Robin Vogel stärker auf die anderen Unternehmen innerhalb von Promocorp konzentrieren. Zudem spielte die räumliche Distanz zwischen Enschede und Naarden eine wichtige Rolle.

„Ich habe in Arjan jemanden gefunden, der perfekt ins Profil passt. Einen erfahrenen, kreativen, lokalen Unternehmer mit einer Verbindung zu Werbeartikeln und einer Leidenschaft für Golf. Ich bin überzeugt, dass er LoGolf weiter ausbauen wird.“

LoGolf bleibt in Naarden ansässig, zusammen mit der Druckerei, in der die Golfartikel sowohl digital als auch im Tampondruck veredelt werden können. Das Vertriebsteam wurde bereits erweitert, und derzeit wird das Sortiment für 2026 finalisiert. Dieses wird überwiegend aus bewährten Produkten bestehen, jedoch mit neuen Akzenten. Ribbe: „Das Besondere an LoGolf ist, dass wir im Bereich Golf (und Padel/Tennis) nahezu alles liefern und veredeln können und dies größtenteils lokal tun. Das bedeutet schnelle und zuverlässige Lieferung. Darauf werden wir uns auch in den kommenden Jahren konzentrieren: das beste Sortiment, schnell geliefert und mit einem großen Lächeln.“

www.logolf.nl • www.promocorp.com



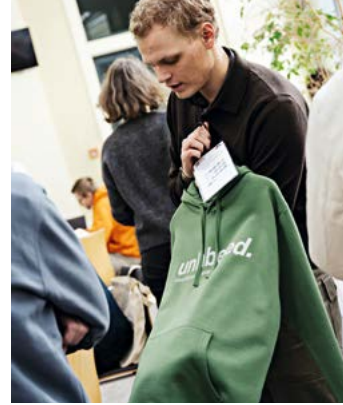
Sind sich einig (v.l.): Arjan Ribbe und Robin Vogel.

Mit der bislang größten Tour ihrer Geschichte ist die Cotton Classics Roadshow erfolgreich zu Ende gegangen. Von Januar bis März 2026 machte die mobile Branchenveranstaltung in acht Ländern und 19 Städten Station.



Cotton Classics Roadshow 2026

Rekordtour mit starken Marken



Die textile Roadshow zog erneut mehr als 4.000 Fachbesucher aus Werbemittelhandel, Textildruck, Stickerei, Arbeitsbekleidung, Merchandising und E-Commerce an.

Über 50 Marken präsentierten mehr als 400 Produktneuheiten und sorgten für intensive Gespräche, neue Impulse und einen gelungenen Jahresauftakt für die Branche. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand die große Vielfalt an Produkten und Kollektionen. Fachhändler nutzten die Gelegenheit, Neuheiten direkt vor ihrer Haustüre zu erleben, Materialien zu vergleichen und sich mit Markenvertretern sowie dem Cotton Classics Team auszutauschen. Erstmals führte die Roadshow auch nach Italien: Die Station in Mailand wurde von Fachhändlern und Markenpartnern gut aufgenommen und ergänzte das erfolgreiche Tourprogramm in Deutschland, Österreich, Tschechien, Kroatien, Slowakei, Slowenien und der Schweiz.

Neue Marken im Portfolio

Besonderes Interesse galt in diesem Jahr den neu in das Cotton Classics Portfolio aufgenommenen Marken. Ihre Qualität sorgte bei vielen Händlern für eingehendes Interesse und eröffnete ihnen neue Markt- und Zielgruppenpotenziale. Zu den neuen Marken zählen Craft, Clique, Cutter & Buck, James Harvest, J.Harvest & Frost, Printer und Projob, die das Sortiment im Bereich Corporate Fashion, Workwear und Promotiontextilien gezielt erweitern. Großen Zuspruch erhielt auch die neue nachhaltige Merch- und Lifestyle-Marke Untagged Movement. Hunderte Händler nahmen die Kollektion im Detail unter die Lupe und informierten sich intensiv über Material, Farbvielfalt und Einsatzmöglichkeiten für modernes Merchandising.



Konzept bestätigt

„Die Roadshow ist für uns jedes Jahr der perfekte Auftakt und war für mich persönlich ein beeindruckender Start“, sagt Kathrin Zlousic, die neue CEO von Cotton Classics. „Dass wir erneut so viele Besucher begrüßen durften, bestätigt uns in unserem Konzept. Der persönliche Austausch mit unseren Kunden und Lieferanten ist mir dabei besonders wichtig und unterstreicht unsere Philosophie: We care. You sell.“ Auch Tobias Seidel, verantwortlich für Vertrieb und Marketing, zieht ein positives Fazit: „Es ist jedes Jahr faszinierend zu sehen, wie unsere Kunden die Neuheiten erleben und Inspiration für ihr Geschäft mit nach Hause nehmen. Genau das macht die Roadshow so einzigartig. Die Planungen für die Roadshow 2027 sind bereits in vollem Gange. Cotton Classics bleibt seinem Anspruch treu, der Branche Jahr für Jahr ein unvergleichliches Event zu bieten.“

Über 50 Marken präsentierten mehr als 400 Produktneuheiten und sorgten für intensive Gespräche, neue Impulse und einen gelungenen Jahresauftakt für die Branche.



New Wave Group AB

New Wave Group beruft Sara Jacobson zur CIO

Die New Wave Group AB verstärkt ihre Konzernleitung: Sara Jacobson übernimmt zum 4. Mai 2026 die Position der IT-Direktorin und Chief Information Officer (CIO). In dieser Funktion wird sie zugleich Mitglied des Gruppenleitungsteams.

Jacobson bringt umfangreiche Erfahrung in der digitalen und IT-Transformation mit. Zuletzt war sie als IT-Transformationsdirektorin sowie Mitglied des IT-Leitungsteams der Hulafors Group tätig. Zuvor verantwortete sie dort unter anderem als Director Digital Transformation zentrale Transformationsprojekte und war Mitglied der Geschäftsleitung von Fristads AB. Weitere Führungserfahrung sammelte Jacobson als IT-Leiterin bei Bergman & Beving Operations AB. Mit ihrer breiten Expertise wird sie die technologische Weiterentwicklung und Digitalisierung der New Wave Group maßgeblich vorantreiben.

Die New Wave Group AB ist ein international tätiger schwedischer Konzern mit einem starken Portfolio an Marken in den Bereichen Corporate Wear, Sport und Freizeit sowie Werbeartikel. Das Unternehmen fokussiert sich auf den B2B-Markt und kombiniert Markenentwicklung mit effizienten Vertriebs- und Logistikstrukturen in zahlreichen Ländern weltweit. <https://www.nwg.se>

EcoVadis-Platinmedaille für BIC Graphic Europe

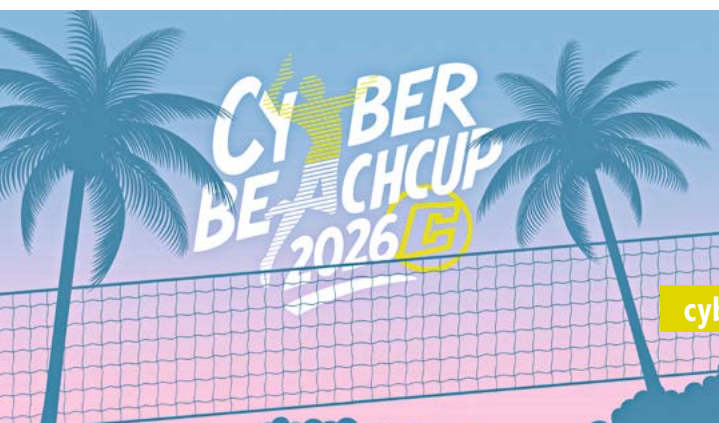
Wie BIC Graphic Europe bekanntgibt, wurde das Unternehmen im Januar 2026 mit der EcoVadis-Platinmedaille ausgezeichnet. Mit dieser Zertifizierung zählt BIC Graphic Europe zu den besten 1 Prozent weltweit aller von EcoVadis zertifizierten Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit. Diese – so BIC Graphic Europe – stehe seit Jahrzehnten im Zentrum der Unternehmensaktivitäten. „Wir produzieren in Europa in zertifizierten, BIC-eigenen Werken, nutzen zu 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energien und entwickeln kontinuierlich innovative Lösungen mit nachhaltigen Materialien, die ebenfalls fast ausschließlich aus Europa kommen. Diese Maßnahmen spiegeln unser Engagement wider, einen positiven Beitrag für Umwelt und Gesellschaft zu leisten, sowie unsere Verantwortung über unsere gesamte Lieferkette. Seit 2018 wird BIC Graphic Europe jährlich von EcoVadis bewertet – und die erneute Auszeichnung mit der Platinmedaille bestätigt einmal mehr unsere Vorreiterrolle im verantwortungsvollen Handeln und Produzieren“, heißt es aus der Geschäftsführung. www.bicgraphic.com



Cybergroup BeachCup: Der Countdown läuft

Am 27. Juni 2026 erlebt der Cybergroup BeachCup in Ketsch eine weitere Auflage. Wie der Veranstalter, die cyber-Wear Heidelberg GmbH, mitteilt, läuft die Organisation dazu im Team bereits auf Hochtouren. Was einst als sportliches Get-together begann, ist längst zu einem festen Fixpunkt im Kalender der gesamten europäischen Branche geworden. „Der Cybergroup BeachCup 2026 ist heute ein Symbol für Gemeinschaft, Dynamik und den Spirit, der die Werbeartikelbranche antreibt. Hier entstehen Erinnerungen. Hier wachsen Beziehungen. Hier wird

aus Kolleginnen und Kollegen eine echte Community“, so cyber-Wear CEO Steven Baumgaertner. Auch 2026 wird Ketsch wieder zur Bühne für große Momente. Eine Location, die Sommer, Sport und Emotionen perfekt vereint. Spannende Matches, mitreißende Stimmung und echte Begegnungen stehen im Mittelpunkt. Fairness, Leidenschaft und Zusammenhalt machen diesen Tag zu weit mehr als einem Turnier. Mit dem Start der Planungen beginnt nun der Countdown. In den kommenden Wochen folgen Updates zu Teams, Ablauf und Highlights. Ausführliche Informationen unter: www.beachcup.net



cyber-Wear

Die diesjährige INHOUSE2 von L-Shop-Team bot in der eindrucksvollen Jahrhunderthalle Bochum eine vielfältige Textilmesse mit über 80 internationalen Ausstellern, spannenden Live-Präsentationen und inspirierenden Fachvorträgen.

Hausmesse L-Shop-Team

Textilmesse in besonderer Atmosphäre



In der Bochumer Jahrhunderthalle fand zum vierten Mal die INHOUSE2 statt.

Die ganze Bandbreite der Branche im Fokus

Die Philosophie der Messe sieht vor, dass sich dort nicht nur namhafte und etablierte Marken präsentieren, sondern auch kleineren und jungen Marken ohne große finanzielle und organisatorische Hürden eine Plattform geboten wird.

So erhalten Besucher die Gelegenheit, mit Marken in Kontakt zu treten, die auf anderen Veranstaltungen eher nicht vertreten sind. Da die Aussteller aus unterschiedlichsten Fachrichtungen kamen, gab es auch vielfältige Präsentationsformen. Während bei Produktherstellern die klassische Produktpräsentation im Fokus stand, zeigten Veredelungstechniker live vor Ort, wie Textilien veredelt werden. Zudem lernten die Besucher auch außergewöhnliche Produkte kennen, etwa ein Sweatshirt, das sich ein-



Bei der INHOUSE2 wurde das gesamte Spektrum der Textilbranche präsentiert.

fach zum Turnbeutel umwandeln lässt, oder Shirts in der Größe 15 XL.

Wissen über die Produkte hinaus

Neben den zahlreichen Ausstellern konnten sich die Besucher bei verschiedenen Fachvorträgen und Seminaren über aktuelle Entwicklungen in der Textilbranche informieren. Außerdem bestand die Möglichkeit, mit den Mitarbeitern von L-Shop-Team persönlich in Kontakt zu treten und sich beispielsweise über die digitalen Service-Angebote des Textilgroßhändlers zu informieren. <

Bereits bei der Anfahrt zum Messestandort wurde deutlich, dass diese Messe etwas Besonderes sein würde: Mit ihrer Backsteinfassade wirkt die Bochumer Jahrhunderthalle eher wie ein Fabrikgebäude als wie eine klassische Veranstaltungshalle. Auch im Inneren ist der Industriecharme deutlich spürbar. Sie bietet somit den perfekten Rahmen, um eine Messe zum Thema Fertigung auszurichten. Bei der mittlerweile vierten Ausgabe der INHOUSE2, die vom 12. bis 14. März stattfand, präsentierten sich mehr als 80 internationale Aussteller aus den Bereichen Promotion, Druck- und Werbetechnik sowie weiteren Segmenten. An den drei Messtagen kamen insgesamt etwa 1.800 Besucher, wobei die Besucherzahl an allen Tagen relativ gleich verteilt war. Die Aussteller zeigten sich sehr zufrieden mit der diesjährigen Ausgabe und lobten die qualitativ hochwertigen Gespräche mit den Besuchern. Viele von ihnen waren bereits bei den vorherigen drei Ausgaben der INHOUSE2 vertreten und können sich vorstellen, auch in zwei Jahren wieder dabei zu sein.

nordic drift

Portfolio um die neue Outdoor-Marke Nordic Drift erweitert

Der niederländische Lieferant nachhaltiger Werbeartikel und maßgeschneiderter Merchandise-Produkte, XD Connects, erweitert sein Portfolio um Nordic Drift, einer neuen Outdoor-Marke „für Menschen, die das Leben im Freien lieben – vom täglichen Weg zur Arbeit bis hin zu Wochenendabenteuern“. Nordic Drift verbindet leistungsorientiertes Design mit strapazierfähigen Materialien und transparenter Produktion und schafft so Produkte, die für den Einsatz unter realen Bedingungen gemacht sind. Die Marke steht für Langlebigkeit, Zuverlässigkeit und verantwortungsbewusste Beschaffung, ohne dabei Kompromisse bei Stil oder Funktionalität einzugehen.

Nordic Drift legt Wert auf strapazierfähige, umweltfreundliche Materialien, die auf Langlebigkeit ausgelegt sind und durch eine verlängerte Produktlebensdauer Abfall reduzieren. Jedes Produkt wird nach strengen Qualitätsstandards entwickelt, um Haltbarkeit und Zuverlässigkeit unter anspruchsvollen Bedingungen zu gewährleisten. Von den Materialien bis zur Konstruktion wird jedes Detail mit Blick auf den tatsächlichen Gebrauch entworfen.

Transparenz ist bei der Marke fest integriert. Der AWARE™ Digital Product Passport bietet verifizierte Einblicke in die Lieferkette. Bei ausgewählten Produkten über einen QR-Code verfügbar. Jedes Nordic Drift-Produkt wird auf Qualität geprüft und gewährt 5 Jahre Garantie auf Herstellungsfehler. „Mit Nordic Drift führen wir eine Marke ein, die ein aktives Leben und die Natur widerspiegelt – Menschen, die unterwegs sind, Wochenendabenteurer, und tägliche Pendelfahrten fordern langlebige Produkte“, so Kevin Zomerdijs, Head of Products bei XD Connects. „Es geht darum, Funktion, Verantwortung und Design zu etwas wirklich Zuverlässigem zu verbinden.“ Nordic Drift ist ab sofort bei XD Connects erhältlich. www.xdconnects.com



XD Connects



ADOMA

„Erfrischendes“ Gold beim Kitchen Innovation Award 2026

Großer Erfolg für die ADOMA GmbH: Der Flaschenkühler ONE wurde bei der mittlerweile 20. Verleihung des Kitchen Innovation Awards 2026 in Gold – Best of the Best ausgezeichnet. Die Jury würdigt damit „die gelungene Verbindung aus innovativer Technik, durchdachtem Design und echtem Mehrwert für die Gastronomie durch Entlastung der raren Personalressource“. Der Kühler ONE überzeugt durch seine hohe Funktionalität, effiziente Kühlleistung und ein klares, zeitloses Design. „Ein starkes Zeichen und zugleich Ansporn für unser Kreativteam, jeden Tag neu und auch mal anders zu denken“, freut sich Geschäftsführer Kai Steinhauser. www.adoma.de

Das Siegerprodukt: der Flaschenkühler ONE.



Freude bei der Preisverleihung (v.l.): Susanne Nick (KIA), Prof. Gerhard Reichert (Reichert Design), Kai Steinhauser (ADOMA), Daniela Münch (Radeberger-Selters), Udo Krumscheid (SAHM), Thomas Steinhauser (ADOMA), Dr. Uwe Lebok (Kontekt+Analyse), Stephan O. Hansch (KIA). Bilder: Adoma GmbH

Nach der erfolgreichen Markenumstellung festigt die Gustav Daiber GmbH ihren überarbeiteten Markenauftritt nun mit der neuen Kampagne „Einfach Daiber.“ – und schärft so ihr Profil als zukunftsorientierte Corporate-Fashion-Plattform mit Full-Service-Orientierung.

Neue Kampagne unterstreicht Serviceversprechen

Eine Marke. Ein Versprechen. Einfach Daiber.

Im vergangenen Jahr hat Daiber die Produkte und Services seiner beiden Eigenmarken JAMES & NICHOLSON und myrtle beach erfolgreich unter einer gemeinsamen Marke vereint: Daiber. Mit der neuen Kampagne „Einfach Daiber.“ knüpft der Corporate-Fashion-Hersteller aus Albstadt nun konsequent an diesen Schritt an und schärft seine Positionierung als zukunftsorientierte Corporate-Fashion-Plattform weiter. Im Mittelpunkt steht dabei ein klares Versprechen an Kunden und Partner: unkomplizierte Prozesse, verlässliche Qualität und passgenaue Produkte und Services. „Mit ‚Einfach Daiber.‘ bringen wir unser Selbstverständnis auf den Punkt: Wir stehen für hochwertige Corporate Fashion und einen partnerschaftlichen Serviceansatz – unkompliziert, zuverlässig und passgenau. Eben ‚Einfach Daiber.‘“, so Kai Gminder, der das Unternehmen gemeinsam mit Christof Kunze führt. „Unsere Produkte und Services sprechen für sich – genau das zeigen wir mit dieser Kampagne.“

Produkte und Serviceversprechen im Fokus

Wie es der Claim „Einfach Daiber.“ impliziert, ist auch die Gestaltung der neuen Kampagne bewusst einfach gehalten. Die Kampagnenmotive zeigen jeweils ein Bestseller- oder Neuprodukt aus dem Hause Daiber – lediglich ergänzt um die jeweilige Produktnummer. Keine Inszenierung, keine erklärenden Texte: So rücken die Produkte, die mit zeitlosen Designs, langlebigen Materialien und einer breiten Farb- und Größenauswahl für unterschiedliche Anwendungsbereiche überzeugen, selbst in den Mittelpunkt und stehen stellvertretend für das Serviceversprechen von Daiber. Die Kampagne umfasst insgesamt sechs Motive. Vier davon zeigen beliebte Bestseller aus dem Hause Daiber, zwei präsentieren innovative Neuheiten. Die reduzierte Bildsprache macht neugierig auf die Mar-

kenwelt, die hinter Daiber steckt: ein breites Leistungsspektrum von hochwertiger Corporate Fashion bis hin zu ganzheitlichen Services.

Marketing-Toolkit für Händler und Partner

„Einfach Daiber.“ ist mehr als eine Kampagne – sie ist ein gleichzeitiges Serviceangebot. So stellt Daiber seinen Händlern und Partnern als Ausdruck der partnerschaftlichen Zusammenarbeit ein umfangreiches Marketing-Toolkit rund um die Kampagne zur Verfügung. Dieses enthält vorgefertigte Kampagnen-Inhalte auf Deutsch und Englisch wie Poster, Website-Banner, Bildmaterial für Social Media und Textvorlagen, die mit geringem Anpassungsaufwand für die eigene Kommunikation genutzt werden können – und damit auch der Vermarktung der Daiber-Produkte im Portfolio der Händler dient. Auf diese Weise macht Daiber die Kampagne, gemeinsam mit seinen Partnern, auch im Handel sichtbar und unterstreicht einmal mehr die eigene Full-Service-Orientierung.

Fokus auf das Wesentliche: Die Motive der neuen Kampagne „Einfach Daiber.“ rücken die Produkte und das Serviceversprechen von Daiber in den Mittelpunkt.

Quelle: Daiber



Am 18. März 2026 konnten alle Beteiligten der HAPTICA live im World Conference Center Bonn (WCCB) unmittelbar erleben, warum Merch im Marketingmix an Bedeutung gewinnt, wie haptische Werbung Menschen fasziniert und Marken beflügelt.

HAPTICA live 2026

„Merch gewinnt“



Promotion zum Anfassen im rechten (Sonnen-)Licht präsentierte die HAPTICA live im World Conference Center Bonn.

Am 18. März 2026 konnten die Besucher und Besucherinnen der HAPTICA live in Bonn mit eigenen Sinnen erkunden, welche Bedeutung Merch im Marketingmix gewinnt, welche Wirkung und positive Energie Giveaways, Prämien und Co. entfalten können, wie haptische Werbung Menschen fasziniert und Marken beflügelt. Zum 14. Mal bereits fand die „Erlebniswelt Haptische Werbung“ der WA Media GmbH statt. Bei strahlendem Frühlingswetter fanden sich laut Veranstalter 1.065 Besucher*innen aus Marketing, Einkauf, HR und Sales, aus Werbeagenturen und dem Werbeatikelhandel in Halle und lichtdurchflutetem Foyer des WCCB ein.

Breites Produktspektrum

103 Aussteller boten den Besuchenden eine hohe Vielfalt. Das angebotene Produktportfolio reichte vom Kugelschreiber aus Ozeanplastik über Trolleys im Markenbranding, Ambient- Werbung auf Pizzakartons, Schweizer Taschen-

messer und Tools für Handwerker oder technische Betriebe bis zum aufblasbaren Sofa, rückwärts laufenden Sanduhren und dem „weltbesten“ Armeerucksack. Berliner Popcorn in diversen Geschmacksrichtungen, fair gehandelte Markenschokolade oder Säfte von Rabenhorst lieferten multisensorische Werbung. Und im WM-Jahr 2026 war das Thema Fußball mit einem HAPTICA-Tischkicker, Tipp-Kick-Spielen und offiziellen DFB- und FIFA-Lizenzartikeln – vom Fußball bis zum Trikot – ebenfalls präsent.

Newcomer zeigen ihre Stärken

Die Newcomerfläche mit insgesamt 15 Ausstellern stieß auch dieses Mal auf reges Interesse. Doch auch die zahlreich vertretenen renommierten Spezialisten und Marken erhielten großen Zulauf. Auffallend war, dass viele Lieferanten ihre Produktausstellungen mit Live-Präsentationen und Standaktionen aufwerteten: So konnte man sich u.a. am Stand von Leuchtturm1917 Notizbücher individuell mit eigenen Namen prägen lassen, bei Fruit of the Loom den Transferdruck auf T-Shirts bewundern oder vom Recycling-Spezialisten Polyperformer zeigen lassen, wie Spritzguss mit Granulaten aus wiederverwerteten Messeteppichen, Blumentöpfen oder Zahnarztbechern funktioniert. Ecobrand bot selbstgebackene Poffertjes an und Troika demonstrierte die Möglichkeiten der Lasergravur.

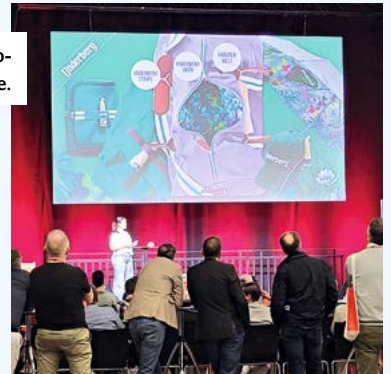
Facettenreiches Rahmenprogramm

Zu den Charakteristika der HAPTICA live gehört neben der offenen Besucherstruktur ein facettenreiches Rahmenprogramm, das den Besuchern Einblicke in die Materie ermöglicht und Inspirationen für die eigene Arbeit an die



Gut besucht zeigten sich die Ständer der 103 Aussteller.

Das Vortragsforum ist einer der festen Programmpunkte der HAPTICA live.



In der Best Practice Show wurden Kampagnenhighlights wurden multimedial inszeniert.



Viele Lieferanten boten Live-Präsentationen an ihren Ständen.



Auch diesmal im Fokus: 'grüne' Werbepower.



Werbeartikel haben auch multisensorische Qualitäten wie hier beim Naschen.

Hand gibt. Das wie immer gut besuchte Vortragsforum startete mit einer Keynote von Prof. Dr. Michael Kleinjohann, der unter dem Titel „Die Marke macht den Markt: Wie Branding und Markenliebe das Business mit Werbeartikeln, Merch und Lizenzprodukten triggern“ ein Kondensat seines jüngst erschienenen Fachbuchs „Haptische Werbung. Merchandising. Licensing.“ vorstellte. Wie das dann in der Praxis tatsächlich aussehen kann, zeigten die beiden anschließenden Vorträge von Nina Krannich von Toi Toi & Dixi sowie Sabine van der Boom von der Semper idem Underberg AG. Praxisbeispiele gaben Anschauungsunterricht in Sachen haptischer Markenführung. Dass auch Meeresschutz und Merchandising kein Widerspruch sind, sondern sich gegenseitig befruchten können, bewies Manuel Abraas, Geschäftsführer von Sea Shepherd Deutschland, im letzten Slot des Vortragsprogramms.

Best Practice Show

Wie Haptik Brands erlebbar macht, zeigte die Best Practice Show: Zehn Kampagnenhighlights wurden multimedial inszeniert und zeigten, was alles möglich ist: Die Palette reichte vom Raclette-Grill in Form einer Schweizer Bergbahn über Vitamalz-Plattenspieler, McDonald's-Duftker-

zen und dem ausmalbaren Telekom-Weihnachts-Sweater bis hin zur Merch-Kollektion der Hapticologist-Initiative auf dem OMR Festival.

Awareness, Sympathie, Emotionalität

Die HAPTICA live demonstrierte einmal mehr, dass Marken, die auf Merch setzen, immer gewinnen: an Awareness, an Sympathiepunkten, an Kundentreue, an Emotionalität, an Profil. Im Booklet „Werbung in ECHT“ hat das HAPTICA-Redaktionsteam, unterstützt von aktuellen Studienergebnissen, „echte“ Vorzüge der haptischen Werbung gesammelt – ein Projekt, auf großes Interesse stieß. Die nächste HAPTICA live findet am 17. März 2027 erneut im Bonner WCCB statt.

Alle Bilder © WA Media GmbH



Wenn es schnell gehen muss, punkten **kurzfristig verfügbare Werbeartikel** mit Zuverlässigkeit und Aktualität. Streuartikel überzeugen durch ihre enorme Reichweite und ihr attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.





Kompakt und präzise

Der technoline WT175 ist die ideale Besetzung für den Schreib- oder Nachttisch. Der Quarzwecker passt sich mit seinem kompakten Design überall an und hält den Nutzer mit zuverlässiger Uhrzeit- und Datumsanzeige stets auf dem neuesten Stand. Zusätzlich zeigt die Anzeige die Innentemperatur und -luftfeuchtigkeit an, sodass immer das optimale Raumklima im Blick bleibt. Der Weckalarm lässt sich individuell einstellen für Wochentage, Wochenenden oder täglich und ist mit einer praktischen Schlummerfunktion ausgestattet. Für noch mehr Flexibilität bietet der Wecker einen Countdown-Timer sowie eine Zeitstopp-Funktion. Dank des magnetischen Gehäuses lässt sich der Wecker unkompliziert an Metallflächen befestigen. Kompakt, funktional und vielseitig, ist der WT175 das Werbemittel der Wahl, welches durch eine individuelle Bedruckung veredelt werden kann.

Emotionale Genussmomente

Die Geschenkbox Midi von Jung aus FSC®-zertifiziertem Karton mit elegantem Schleifenverschluss verbindet hochwertiges Design mit echtem Genussfaktor und eignet sich ideal für prima Werbebotschaften. Bestückt mit den kultigen Original Sahne Muh-Muhs oder veganen Double Fruit Bonbons von Cavendish & Harvey wird sie zum sympathischen Markenbotschafter. Für besonders kostengünstige und emotionale Kommunikation empfiehlt sich der vegane, herzförmige Werbe-Lolly mit Kirschgeschmack. Die hochwertige Werbebänderole aus FSC®-zertifiziertem Karton ist wahlweise mit Sichtfenster und Herz-Stanzung oder als geschlossene Variante mit zusätzlicher Werbefläche erhältlich. Ein echtes Highlight setzt die Präsentbox Premium: Ausgestattet mit aufstellbaren 3D-Herz-Elementen, die sowohl als dekoratives Highlight als auch praktisches Element überzeugen, kombiniert die Box dekorativen Mehrwert mit großzügiger Individualisierungsfläche. Gefüllt mit den beliebten Manner Original Neapolitaner Schnitten oder Ritter SPORT 100 Gramm Schokotafeln schafft sie emotionale Genussmomente.



PSI 41545 • Jung since 1828 GmbH & Co KG
 Tel +49 7141 64350
 zentrale@jung-europe.de
 www.jung-europe.de



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

Individuelle Sticker

Myrix® bringt individuelle Stickersets mit Etui in den Sektor, kreative Werbemittel, die haften bleiben. Der Spezialist für hochwertige Notizbücher und Kalender erweitert sein „Specials“-Portfolio um individualisierbare Stickersets mit Etui. Ob als Give-away auf Messen, als Promotion-Artikel oder als Beigabe zu Bestellungen: Sticker zählen zu den vielseitigsten Werbemitteln, werden gerne gesammelt, aufgeklebt und weitergegeben und sorgen damit für eine langfristige, sichtbare Markenpräsenz. Die Myrix® Stickersets werden im Corporate Design umgesetzt und lassen sich durch individuelle Druckoptionen flexibel gestalten, von leuchtenden Farben über kreative Motive bis hin zu auffälligen Designs in verschiedenen Größen. Für eine hochwertige Präsentation sorgt das optionale Kartonmännchen, das im 4/0-Farbdruck gemäß Euroskala mit dem Wunschdesign personalisiert wird. Für zusätzliche Aufmerksamkeit sind auf Wunsch Lackeffekte wie Glanz, Matt, Spotlack oder ein Metallic-Finish möglich, womit sich die Sticker sichtbar von klassischen Giveaways abheben. Lieferbar in nur wenigen Wochen.



PSI 49693
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG
Tel +49 69 904755230
gillian.lueckel@technaxx.de
www.technaxx.de

Entspanntes Parken

Parken war noch nie so einfach wie mit der elektronischen Parkscheibe Technaxx TX272. Ein Bewegungssensor erkennt automatisch, ob sich das Fahrzeug bewegt und stellt nach circa 60 Sekunden Standzeit die Parkzeit ein. Zwei Displays zeigen Uhrzeit und Parkzeit gut lesbar an, auch dank Hintergrundbeleuchtung. Die TX272 bietet zusätzlich eine SOS-Licht-Funktion und ist KBA-lizenziert. Sie überzeugt mit schneller Reaktionszeit, hoher Uhrzeitgenauigkeit und wählbaren Intervallen von 15 oder 30 Minuten. Die CR2450-Batterie hält etwa ein Jahr, das robuste ABS/PC-Gehäuse funktioniert von -20°Celsius bis 75°Celsius. Im Lieferumfang enthalten sind die Batterie und eine Bedienungsanleitung.

Gesicherte Aufmerksamkeit

Der Troikarabiner ist gemacht für echte Belastung und verfügt über einen Sicherheitsdrehverschluss und 12 kN Zugkraft. Gefertigt ist das Produkt von Troika aus hochfestem 7075 Aluminium, wie es auch in der Luft- und Raumfahrt oder im Motorsport zum Einsatz kommt. Extrem belastbar, dabei leicht und handlich, ist es ideal für Outdoor, Klettertouren oder den professionellen Einsatz. Die griffige Schraubsicherung sorgt für ein sicheres Handling, ganz gleich, ob am Gurt, Rucksack oder beim Sichern. Erhältlich in Schwarz oder Titanfarben-Rot. Ein robuster, funktionaler, zuverlässiger Begleiter.



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





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

Heute bestellt – morgen da

Hier gibt's Werbemittel für Kurzenschlossene: Die Spezialisten von Kalfany Süße Werbung setzten alle Hebel in Bewegung gesetzt, wenn es darum geht, personalisierte Werbemittel noch rechtzeitig zu einer z.B. am Folgetag anstehenden Veranstaltung oder Promo-Aktion zu expedieren. Speziell für Events, Last-Minute Aktionen oder für Kurzenschlossene, denn auch über ein kleines Last-Minute Präsent am POS oder als Beigabe zum Post-Mailing wird sich jeder Kunde eines Werbemittelhändlers mit Sicherheit freuen. Das Overnight-Fruchtgummi von Kalfany gibt es als Premium-Bärchen mit Gelatine, vegan mit Pektin, oder saisonal als Weihnachtsmischung. Die Overnight Fruchtgummis mit 10 Prozent Fruchtsaft auf Fruchtsaftkonzentrat werden im 10g 85 × 60 mm 4c-Werbetütchen bei Druckfreigabe und Auftragsbestätigung bis 12 Uhr garantiert am Folgewerktag bis 12 Uhr (höhere Gewalt ausgeschlossen) dem Händler oder dessen Kunden zugestellt. Bereits ab 2.000 Stück sind die unter IFS-Standards gefertigten Werbetütchen mit bunt gemischtem Fruchtgummi zu einem besonderen Komplettpreis erhältlich. „Versteckte Kosten ausgeschlossen“, heißt es bei Kalfany.

Sanfte Augenpflege

Kompakt und mit echtem Mehrwert präsentieren die Streuartikel von Sanders Imagetools Marken perfekt. Die neuen Hydrogel-Augenpads von verbinden genau diese Eigenschaften und heben das klassische Give-away auf ein neues Level. Ob als Beilage für Mailings, Aufmerksamkeit am Point of Sale oder Highlight in Goodie-Bags. Die vegane Rezeptur kombiniert vier sorgfältig ausgewählte Wirkstoffe: Hyaluron spendet intensiv Feuchtigkeit, Koffein belebt müde Augenpartien, ein modernes Anti-Aging-Peptid unterstützt die Hautstruktur und glättet sichtbar, während beruhigendes Rotalgenextrakt die Haut angenehm ausbalanciert. Frei von Duftstoffen, Alkohol und Lösungsmitteln und dermatologisch mit „sehr gut hautverträglich“ getestet. Kein klebriges Hautgefühl, stattdessen ein erfrishtes, gepflegtes Erscheinungsbild bieten die Pads, die paarweise in einem individuell bedruckbaren Kuvertkarton aus nachhaltiger Forstwirtschaft verpackt sind. Ab 100 Stück mit 4c CMYK Druck erhältlich.



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

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

Stets im Blick

Einen nachhaltigen Smartphone-Halter aus FSC®-zertifizierter Eiche oder auch optional aus weiteren Holzarten gibt es bei Holz Frank. Das attraktive Produkt im natürlichen Look kommt geölt, stabil und vielseitig einsetzbar beim Kunden an: zum Aufstellen oder direkt an der Steckdose hängend während des Ladevorgangs. Zu den Vorteilen gehört neben kompakten Maßen der passende Steckdosenausschnitt für gängige Netzteile. Die gewünschte Werbebotschaft wird per präziser Lasergravur oder farbigem Digitaldruck hochwertig in Szene gesetzt. Ideal als moderner Werbeatikel für Büro, Homeoffice und unterwegs: täglich genutzt, nachhaltig produziert und dauerhaft präsent.

Kleine Minze, große Markenwirkung

Miyo Promo produziert individuell geformte Pfefferminzbonbons, die in Form des Logos oder Produkts des Kunden gestaltet sind. Jedes Bonbon wird mithilfe einer maßgeschneiderten Form hergestellt, wodurch das Bonbon selbst zu einem unvergesslichen Werbeatikel wird. Die Bonbons werden in Metalldosen verpackt, die mit dem Motiv des Kunden bedruckt sind. Um Kunden zu unterstützen, sich das Endprodukt vorzustellen, erstellt Miyo Promo vor der Produktion detaillierte visuelle Darstellungen. So können Marken sowohl die Form der Minze als auch das Verpackungsdesign im Voraus sehen. Diese individuell gestalteten Minzen eignen sich ideal für Messen, Firmenveranstaltungen und Werbekampagnen und bieten eine kreative und erfrischende Alternative zu traditionellen Werbegaben. „Starkes Branding steckt in kleinen Verpackungen“, heißt es bei Miyo. Logo und Form können an info@miyopromo.com gesendet werden, um 3D-Visualisierungen zu erhalten.



PSI 48364 • Miyo Promo
Tel +905302344104 • info@miyopromo.com
www.miyopromo.com

Schnell und flexibel

Knetä Bags sind die ideale Lösung für Express- und Last-Minute-Streuartikel, wenn kurzfristig Reichweite geschaffen werden soll. Alle Varianten sind auf Lager verfügbar und lassen sich schnell mit einem individuell gestalteten Etikett versehen. Damit ist für maximale Markenpräsenz auf kleinem Raum gesorgt. Produziert vegan und in Deutschland, stehen die Bags für geprüfte Qualität und Nachhaltigkeit statt für klassischen Wegwerfartikel. Erhältlich sind drei Beutel-Größen. Je nach gewählter Größe zu haben in 8 bis 18 Farben, einsetzbar als vielseitiger Bestseller für besonders hohe Werbewirkung. Farben und Etikett lassen sich flexibel an die Corporate Identity anpassen. Ab 100 Stück realisierbar und ideal für Messen, Events, POS-Aktionen oder Mailings: effizient, sympathisch und sofort einsatzbereit.



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



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

Öffnet Türen und Flaschen

Einen eigens entwickelten, innovativen 2in1 Schlüsselanhänger mit Flaschenöffner, mit geschütztem Design- und Gebrauchsmuster, hat Ants Friends im Sektor lanciert. Das Gadget ist ein moderner, stilsicherer und hochwertiger Werbeträger und weit mehr als rein funktionales, simples Accessoires. Öffnet jedes Erfrischungsgetränk mit Kronkorken mühelos. Verwendet wird Material aus recycelten PET-Flaschen, langlebig und nachhaltig. Zu den geeigneten Einsatzbereichen gehören neben Camping und Wandern, Sportevents, Festivals sowie Open-Air-Veranstaltungen, die Reisebranche und Gastro-Events. Auch als Mitarbeitergeschenk und Gabe im Rahmen von Messen gedacht, ist das in Tau nahe Pantone entsprechend der Corporate Identity eingefärbte Produkt umsetzbar in bis zu vier Farben. Die Veredelung erfolgt mittels hochwertiger Lasergravur auf dem Metall-Flaschenöffner, womit für einen stilsicheren und langlebigen Wiedererkennungswert gesorgt ist. Eine Individualisierung ist zudem als rundum Gravur möglich.

Köstlichkeiten auf der Überholspur

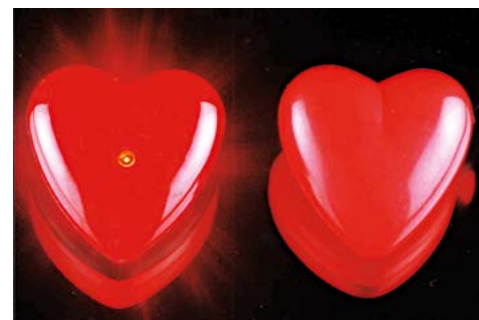
Die FamousFood® SweetCard S von Kaldenbach bringt Markenbotschaften genau dann auf den Punkt, wenn es schnell gehen muss. Im handlichen Format, hochwertig im Offset-Fotodruck umgesetzt und individuell gestaltbar, sind die Süßwaren bereit für den direkten Einsatz ohne lange Vorlaufzeit: Schließlicht ist die FamousFood® SweetCard S bestückt mit Klassikern wie Milka, Mandel in feinstem Kakao, Dextro Energy, Nimm2 oder Werther's Original. Neu auch mit Center Shock für einen überraschenden Twist. Geliefert wird auf 40er Präsentationstrays, verpackt zu 240 Stück pro Karton.



PSI 46149
 FamousFood® c/o Kaldenbach GmbH
 Tel +49 9151 81785-0
 info@FamousFood.de
 www.FamousFood.de



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



Licht erzeugt Aufmerksamkeit

Eine große Auswahl an Streu- und Eventartikeln mit Extra-Effekt gibt es bei der Lumitoys-GmbH. Die Produkte stehen unter dem Motto „Licht erzeugt Aufmerksamkeit“, ideal für Messen, Veranstaltungen oder andere Events. Ein Streuartikel mit Mehrwert als kleiner praktischer Begleiter ist die Taschenlampe Mini, die idealerweise über USB aufgeladen werden kann und Platz an jedem Schlüsselbund findet. Für Stimmung sorgen unter anderem LED-Armbänder in verschiedenen Styles und mit Blink- und Sound-Funktion oder Funksteuerung. Alle Produkte können in verschiedenen LED-Farben produziert und individuell bedruckt oder graviert werden, ebenso sind Sonderanfertigungen möglich. Für Kurzentschlossene gibt es diverse Expressartikel, die in der Regel sofort ab Lager lieferbar sind, darunter Klassiker wie das Ultraherz oder der Glasfaserwedel, aber auch Trendsetter wie die EL-Brille. Durch die hauseigene Druckerei ist eine Veredelung innerhalb kürzester Zeit möglich.

Hohe Anziehungskraft

Werbemagnete in Sonderform, erhältlich bei marcolor, sind besonders wirkungsvolle und langlebige Werbemittel. Durch ihre individuelle Gestaltung, wahlweise konturgeschnitten, mit auffälligen Farben oder kreativem Design, heben sie sich deutlich von klassischen Streuartikeln ab und bleiben lange im Gedächtnis. Ein großer Vorteil liegt in ihrer praktischen Nutzung: Ob am Kühlschrank, Whiteboard oder anderen metallischen Oberflächen, sind Werbemagnete dauerhaft sichtbar und begleiten den Alltag der Zielgruppe. Die flexiblen Werbemagnete in Sonderform sind kompakt, flach und vielseitig einsetzbar, beispielsweise als Beileger in Sendungen oder als Giveaway auf Messen und Veranstaltungen. Produziert werden sie aus dünner Magnetfolie. Die Herstellung in der Druckerei marcolor erfolgt komplett in Deutschland.

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





PSI 60924 • FNC International Limited
Tel +1 613 5818916 • info@fncintl.com
www.fncintl.com

Natürliche Visitenkarte

Der blanke Holzschlüsselanhänger aus dem Portfolio von FNC International Limited lässt sich leicht beschriften und gravieren. Der Kunde hat freie Hand und kann das attraktive Werbeprodukt ganz nach eigenen Wünschen gestalten. Die personalisierbaren Holzplättchen eignen sich als Schlüsselanhänger, Namensschilder, ID-Anhänger für Haustiere und vieles mehr.

Fliegende Logo-Teppiche

Wenn kurzfristig eine wirksame Bodenbotschaft benötigt wird, etwa für Messen, Events oder Shop-Eröffnungen, bietet die individuell bedruckbare „LogoMat Express“ von emco Tex flugs eine zuverlässige Lösung. Die Matten werden in Deutschland gefertigt, sind ab nur einem Stück lieferbar und überzeugen durch brillante Druckfarben. Sie transportieren Markenbotschaften sichtbar am Boden und schützen zugleich stark frequentierte Bereiche. Bei Verschmutzung lassen sich die Matten einfach in der Waschmaschine reinigen und sind sofort wieder einsatzbereit. Für Kurzenschlossene empfiehlt sich der Besuch der Internetpräsenz des Herstellers unter <https://emco-tex.com/de/produkt/logomat-express>



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



uma RECYCLED PET PEN CORE

SUSTAINABLE AT THE CORE
CORE



GERMAN INNOVATION AWARD '26 NOMINEE



Scannen und entdecken was den uma CORE so besonders macht.

uma-pen.com

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



Kreative Charakterköpfe

Die neuen Schnabels® bringen frischen Schwung ins Sortiment und im Einsatz in die Werbekampagnen. Die Ente Wings in Schnee- oder Wüstentarn ist beliebt bei Outdoor-Fans, in der Sicherheitsbranche und bei allen, die Abenteuer lieben: mit Augenzwinkern und klarer Botschaft. Auch neu sind die bunten Charakter-Enten wie Barkeeper, Gamer, Start-up-Ente oder SUP-Fan. Sie sprechen trendbewusste Zielgruppen an und sorgen für Aufmerksamkeit mit Charme und Witz. Ein Highlight in Bewegung ist die Ducks on Wheels: Auf kleinen Rädern rollt sie sympathisch durch Büros, Messen oder den POS und ist ein echter Hingucker mit Spieltrieb. Innovativ präsentiert sich die neue Weizen-Ente aus WheatMix-PVC. Mit matter Oberfläche und natürlichem Look ist das Werbegefügel ein echter Hingucker mit Werbewirkung. Alle Schnabels® lassen sich individuell mit einem Logo oder Slogan veredeln, je nach Modell auf Brust, Rücken oder passenden Accessoires.

Nachhaltig sauber

Die Reinigungspads aus dem Sortiment von marcolor sind ein nachhaltiges und zugleich wirkungsvolles Werbemittel, das den aktuellen Zeitgeist trifft. Ökologisch und plastikfrei hergestellt, Made in Germany, überzeugen sie durch ihre Alltagsauglichkeit und ihren bewussten Materialeinsatz. Die wiederverwendbaren Pads bestehen aus Holz-Zellulose und Baumwolle und bieten damit eine umweltfreundliche Alternative zu Einwegprodukten. Nach der Nutzung können die Pads problemlos in der Waschmaschine gereinigt und mehrfach wiederverwendet werden. Gerade als Streuartikel eignen sich Reinigungspads hervorragend. Durch ihre kompakte Größe und ihr geringes Eigengewicht lassen sie sich ideal als Beileger in Mailings, als Giveaway auf Messen oder als Zugabeartikel einsetzen. Gleichzeitig schaffen sie durch ihren nachhaltigen Charakter einen positiven Markeneindruck und bleiben durch die regelmäßige Nutzung langfristig im Alltag präsent. Erhältlich als 1er-, 2er- oder 3er-Set, ist die Verpackung rundum individualisierbar und kann im Wunschdesign gestaltet werden. Die Mindestmenge beträgt 2.500 Stück.

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



PSI 46325 • Slodkie sp. z o.o.
Tel +48 226479000 • sales@slodkie.com
www.slodkie.eu



Schneller Zuckerschub

Der Werbe-Lutscher Rainbow von Slodkie ist eine handgefertigte Werbesüßigkeit, die mit viel Liebe zum Detail und hoher Qualität hergestellt wird. Jeder Lutscher wird ausschließlich mit natürlichen Farbstoffen hergestellt und auf einen Holzstiel gesteckt, was dem umweltfreundlichen Produkt einen hochwertigen Charakter verleiht. Das Produkt ist in einem zu 100 Prozent recycelbaren Monofilbeutel verpackt und somit eine verantwortungsbewusste Wahl für moderne Marken. Dieser Lutscher ist mit Express-Produktion bereits innerhalb von 24 Stunden nach Auftragserteilung und Zahlung erhältlich. Darüber hinaus umfasst das gesamte Express-Sortiment von Slodkie 25 Produkte mit Lieferzeiten zwischen 24 und 72 Stunden. Damit steht dem schnellen und effektiven Zuckerschub im Werbemarketing nichts mehr im Wege.

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



Last-Minute mit Stil und Tempo

Wenn es schnell gehen muss und dennoch höchste Qualität gefragt ist, bietet die RÖMERFAMILIE aus Traben-Trarbach die passenden Lösungen. Seit Jahren zeigt das Unternehmen, wie sich stilvolle und individuelle Werbepäsentationen auch kurzfristig realisieren lassen. Ein besonderer Vorteil liegt dabei in der großen Lagerhaltung und den umfassenden Inhouse-Veredelungsmöglichkeiten, die eine Express-Veredelung effizient und flexibel ermöglichen – selbst bei sehr engen Zeitfenstern. Ob Genuss, Lifestyle oder Wellness – das vielseitige Sortiment hält für jeden Anlass und jedes Budget die passende Idee bereit, nicht nur zur WM: vom Glückskeks über Energydrinks zu Tattoos, Werbeentwürfen und Multifunktionswerkzeugen. Alle Produkte überzeugen durch Qualität und Individualisierbarkeit und lassen sich gezielt auf Kunden oder Geschäftspartner abstimmen. Die meisten Produkte sind schon ab einem Stück sofort ab Lager verfügbar – können jedoch auch durch einen Express-Service und/oder Express-Versand in wenigen Tagen individualisiert umgesetzt werden.

Quicklebendiger Energielieferant

Keyhole ist ein kompaktes und multifunktionales USB-C-zu-USB-C-Kabel, das für schnelles Laden und zuverlässige Datenübertragung entwickelt wurde. Hergestellt aus hochwertiger Zinklegierung mit einer strapazierfähigen geflochtenen Ummantelung und einem Kupferkern, ist dieses bei Alpha Art Gifts erhältliche Kabel auf Langlebigkeit ausgelegt und liefert gleichzeitig eine Ladegeschwindigkeit von bis zu 60 Watt. Das innovative Design dient gleichzeitig als stilvoller Schlüsselanhänger, wodurch es sich perfekt für den Transport unterwegs eignet, ohne sich zu verheddern oder Unordnung zu verursachen. Zusammengeklappt misst es nur 11 Zentimeter und lässt sich auf bis zu 17,5 Zentimeter ausziehen, sodass es problemlos mit Laptops, Smartphones, Tablets und anderen USB-C-Geräten verwendet werden kann. Verpackt in einer eleganten Boxhülle ist Keyhole das ideale Accessoire für Technikbegeisterte, Reisende und Pendler, die Komfort und Leistung in einer kompakten Lösung suchen.

PSI 61123 • Alpha Art Gifts LLC
Tel.: +97 11 555666307
mohd@alphaartuae.com
www.alphaartuae.com



PSI 47460 • B&B Promotions Sweets
 Tel +48 22 7246165
 office@promotionalsweets.pl
 www.promotionalsweets.pl



Last-Minute-Gabe

Dank ihrer kompakten Größe, des günstigen Preises und der geringen Mindestbestellmenge eignen sich die Mini Mentos Drops von B&B Promotional Sweets perfekt als Werbegeschenk. Die hohe Qualität und die bekannte Marke hinterlassen garantiert einen positiven Eindruck vom werbenden Unternehmen. Das Produkt enthält keine Schokolade und lässt sich daher bedenkenlos bei Veranstaltungen im Freien verwenden sowie im Sommer lagern und transportieren. Kleinere Bestellungen können innerhalb weniger Tage produziert und geliefert werden. Jede Rolle enthält fünf Bonbons derselben Geschmacksrichtung: Apfel, Orange, Zitrone oder Erdbeere. Das Produkt ist nur als Mischung aus vier erfrischenden Fruchtgeschmacksrichtungen erhältlich. Verpackt sind die Bonbons in silberner Laminatfolie und personalisierten Hüllen mit CMYK-Werbedruck.

PSI 44457
 elxact Internationale Werbemittel GmbH
 Tel. +49 6126 9511-75 • service@e-xact.de
 www.e-xact.de



Proaktiv und stylish

Der elxact Zauberwürfel wird in Deutschland veredelt und kann innerhalb weniger Tage ausgeliefert werden. Angeboten werden zwei Varianten der Veredelung: entweder per Druck respektive Individualisierung auf einer Seite oder per Druck auf allen sechs Seiten. Für proaktive Aktionen erstellt der Hersteller kurzfristig kostenlose 3D-Animationen der digital initiierten Entwürfe.



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

Präsenter Klassiker

Die originell gestalteten Postkartenkalender der Kalendermarke Harenberg aus dem ATHESIA Kalenderverlag sind von den Schriftstücken nicht mehr wegzudenken. Humorvoll, lustig, mitten aus dem Leben und stets mit einem liebenswerten Augenzwinkern gestaltet, ist für gute Laune im Alltag und eine farbenfrohe Inspiration gesorgt. Die Produkte bestehen aus 53 Postkarten, abtrennbarem Kalenderium, Postkartenvordruck auf der Rückseite und sind optimal einsetzbar zum Sammeln und Weitergeben. Jede Woche eine neue Botschaft, die motiviert und dazu aufmuntert, positiv zu bleiben. Die Kalender verfügen über einen stabilen Tischaufsteller und einen Wandaufhänger. Ab einer Auflage von 50 Stück kann eine Werbebotschaft aufgedruckt werden. Das klassische Werbeprodukt bleibt für 365 Tage im Jahr im Blickfeld der gewünschten Zielgruppe.

Natürlicher Eye-Catcher

Die Samentütchen aus dem Sortiment von Multiflower erlauben eine individuelle Gestaltung in einer Größe von 82 × 114 Millimetern und eignen sich ideal als vielseitig einsetzbare Streuartikel im Rahmen von Wahlwerbung, Messen und vielen weiteren Events. Die geklebte Samentüte kann wahlweise als Mailing-Beilage oder Streuartikel eingesetzt werden. Der preiswerte Naturbote im Format 82 × 114 Millimeter ist ab einer Mindestbestellmenge von 1.000 Stück erhältlich und bietet viel Platz für eigene Ideen. Eine Vorlage für die eigene Gestaltung, ebenfalls ab 1.000 Stück, wird zur Verfügung gestellt. Die Samensorte ist frei wählbar.



PSI 45974 • Multiflower GmbH
 Tel +49 6226 92798-0 • info@multiflower.de
 www.multiflower.de



SCHNEIDERS

Ihr Produzent mit Liebe für Spielkarten

schnell, günstig und flexibel

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

- Anzeige -

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



Schwammtuch drüber

Das Original Swedish Dishcloth ist ein wiederverwendbares Schwammtuch aus Zellulose und Baumwolle, erhältlich bei Teko Tryck aus Schweden. Geeignet als Giveaway und für kurzfristige Kampagnen, sind die Produkte mit individuellen Designs bedruckbar und werden so zum praktischen, nützlichen und häufig verwendeten Werbeträger, der Marken im Alltag sichtbar macht. Ideal für Kampagnen, Events und Verkaufsaaktionen im Handel. Die flexible Produktion mit Mindestmengen ab 100 Stück pro Design und kurzen Lieferzeiten aus Schweden macht sie zur idealen Lösung für kurzfristige Projekte. Mit über 30 Jahren Erfahrung im Bereich bedruckter Schwammtücher hat Teko Tryck zur Entwicklung dieser Produktkategorie auf internationalen Märkten beigetragen.

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



Gesunde Smoothie-Power

Ob Açaí-Smoothie-Bowl, Crunchy-Banana-Smoothie oder Goldmilch: In diesem Büchlein aus dem Sortiment von Edition Michael Fischer finden sich kreative und abwechslungsreiche Smoothie-Kreationen zum Entschlacken, Entgiften und Genießen. Flexibel passt der EMF-Verlag (Edition Michael Fischer) Inhalt und Design des Büchleins an Unternehmen und Zielgruppen an. Zudem kann das gewählte Logo auf dem Cover platziert werden. So lässt sich ein individuelles Produkt mit flexibler Seitenzahl, besonderer Ausstattung und eigenem Corporate Design kreieren.

Werbung zum Anbeißen

Schnell auf den Punkt gebracht werden die passenden Werbeartikel von Der Zuckerbäcker: Die Logo-Lollis Rocks und die Mailingkarte Energie bieten die ideale Kombination für kurzfristige Promotion-Aktionen. Auffällig, individuell und direkt einsetzbar sorgen sie für maximale Aufmerksamkeit bei Kunden und Interessenten. Während die Logo-Lollis bei Events mit individuell platzierbarem Branding überzeugen und als klassischer Streuartikel sofort ins Auge fallen, punktet die Mailingkarte als kompakte und wirkungsvolle Lösung für gezielte Ansprache im Versand. Die Kombination aus süßer Aufmerksamkeit und klarer Werbebotschaft bleibt im Gedächtnis und schafft positive Markenerlebnisse. Dank schneller Produktionszeiten und flexibler Einsatzmöglichkeiten eignen sich beide Produkte perfekt für Last-Minute-Kampagnen.



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



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



Neue Impulse

Mit TriggI® Plus digital setzt Pins & mehr neue Impulse im Werbemittelmarkt. Der etablierte Einkaufswagenlöser wird dank smarter Technologie und integrierter QR-Code-Funktion zum intelligenten Schlüsselfinder mit lebenslanger Erreichbarkeit. Hochwertige Haptik verbindet sich mit praxisorientierter Funktion: Finder und Eigentümer kommunizieren anonym und sicher über eine DSGVO-konforme Infrastruktur mit Hosting in Deutschland, basierend auf einem konsequent datenminimalistischen Ansatz. Die Aktivierung erfolgt intuitiv, ohne App oder Abonnement. Individuelles Branding auf dem Produkt sowie im Online-Profil sorgt für eine dauerhaft präsenste Markenbotschaft mit relevantem Alltagsmehrwert. Der TriggI® ist außerdem noch in vielen weiteren Ausführungen erhältlich.

Schnell, zuverlässig, vielseitig

Die Express-Kugelschreiber-Modelle des deutschen Herstellers Klio-Eterna sind die ideale Lösung für eilige Werbemittelprojekte. Dank kurzer Produktionszeiten erfolgt die Lieferung bei einer Bestellmenge von 500 bis 2000 Stück spätestens 3 Werktage nach Druckfreigabe am Vormittag. Zur Auswahl stehen die Modelle Jona Recycling mit Druckmechanik und Boa High Gloss mit Drehmechanik. Acht attraktive Gehäusefarben bieten vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten, während der einfarbige Druck auf Schaft oder Klipp eine klare Markenpräsentation ermöglicht. Auch funktional überzeugend ist die Silktech L Mine in der Farbe blau aus Post-Consumer-Recyclingmaterial, ebenfalls am Produktionsstandort in Süddeutschland gefertigt und gut für eine Schreiblänge von bis zu 3000 Metern.



PSI 40823
 Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG
 Tel +49 7834 973152 • klio@klio.com
 www.klio.com



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



Stilvoll und durchdacht

Key-Click Carbon von Troika überzeugt mit smarter Technik und starker Optik: Die innovative Verschlussmechanik nutzt die physikalischen Eigenschaften einer Kugel, für sicheren Halt und blitzschnellen Zugriff auf den richtigen Schlüssel. Die Schlaufe aus Kunstleder in Carbonoptik sorgt für den sportlich-urbanen Look, das matt verchromte Metall in Gunmetal-Finish für die passende Eleganz. Mit drei Schlüsselringen ist alles übersichtlich organisiert, und bei Bedarf im Handumdrehen getrennt. Zudem bringt der ebenfalls bei Troika erhältliche Schlüsselanhänger Twister Carbon cleveres Design auf den Punkt. Der Twist-Verschluss aus Metall hält die Schlüssel zuverlässig an der Schlaufe – einfach aufstecken, drehen, fertig. Die Schlaufe in moderner Carbonoptik besteht aus hochwertigem Kunstleder: robust, formstabil und vegan.

Zielgenaue Botschaften

In der B2B-Kommunikation haben sich Produkte längst von reinen Gebrauchsgegenständen zu strategischen Markeninstrumenten entwickelt. Insbesondere die Streuartikel, Made in Germany und erhältlich bei reflAktive, entfalten ihre Wirkung dort, wo klassische Werbebotschaften an Grenzen stoßen: im Alltag der Zielgruppe. Ein gut gewählter Streuartikel ist mehr als ein Giveaway, denn der Anspruch ist gestiegen. Standardlösungen weichen individualisierten Konzepten, die Funktionalität, Design und Nachhaltigkeit vereinen. Die reflektierten Streuartikel von reflAktive schaffen Mehrwert. Sie orientieren sich an den Bedürfnissen der Zielgruppe, greifen aktuelle Themen wie Sichtbarkeit oder Arbeitsalltag auf und positionieren die Marke als relevanten Partner. So erhöhen die hochwertigen reflektierenden Anhänger und Aufkleber des Herstellers aus Schleswig-Holstein die Wahrscheinlichkeit bei schlechten Sichtverhältnissen gesehen zu werden.



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

Kompakter Lademeister

Das bei Lieferant Spranz erhältliche Ladekabel ist ein wahrer Meister der schnellen Aufladung und trägt stolz seinen Produktnamen Metmaxx® LadeMeisterUltraCompact45. Dieser Mini-Ladehelfer versorgt seinen Nutzer immer und überall mit Maxipower. 45 Watt sorgen für maximalen Businessstyle, und dies in High Speed sowie mit fünf Universalladekombinationen, darunter die Anschlussarten USB-C, USB-A und Lightning®, inklusive Datentransferfunktion. Zudem verfügt das Produkt über eine praktische Klick-Magnethalterung und eine Verschlusskappe gegen Verschmutzung der Anschlüsse. Auch geeignet für Flugreisen, da hergestellt aus recyceltem ABS, verpackt in der Craft Paper Box. Mehr Produkte zu diesem oder vielen anderen Themen finden sich in der aktuellen Spranz Kollektion. Der Katalog ist kostenlos erhältlich.

PSI 41462 • Spranz GmbH
Tel +49 261 98488-0 • info@spranz.de
www.spranz.de





Liebe auf den ersten Wisch

Die beliebten Schmoozies® Displayreiner von mbw, Bestandteil der MiniFeet®-Familie, bekommen Zuwachs – und der ist so vielfältig wie die Zielgruppen. Ob Cupcake, Pizzastück, Faultier, Fuchs, Waschbär oder Papagei: Die neuen Charaktere bringen noch mehr Spaß und Persönlichkeit auf jeden Schreibtisch. Das Schmoozies® Lebkuchenherz sorgt bei saisonalen Aktionen für Aufmerksamkeit mit Charme. Und mit Weltkugel, Saturn, Stern oder Alien richten sich die Botschaften wortwörtlich in eine andere Dimension, ideal für kreative Kampagnen, Bildungsthemen oder zukunftsorientierte Marken. Dank der Mikrofaser-Unterseite reinigen alle Schmoozies® zuverlässig Displays und Bildschirme und demonstrieren somit ihren Nutzen als praktische Alltagshelfer. Die individuell bedruckbare Werbefahne transportiert die gewünschte Botschaft dabei stets sichtbar mit. Ob als kreatives Give-away, Messehighlight oder Mitarbeitergeschenk: Schmoozies® verbinden Werbewirkung mit einem Lächeln.



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

Sauer macht lustig und motiviert!

BÄREN COMPANY



Sauer bezuckertes Fruchtgummi mit Saure-Gurken- & Dill-Aroma



VEGANE Saure Gurken Fruchtgummi

-Anzeige-

KALFANY
SÜSSE WERBUNG

www.suesse-werbung.de



Saubere Früchtchen

Wer den eigenen Kampagnen einen frischen neuen Look verleihen möchte, kann die individuellen, werblichen Brillenputztücher aus dem Sortiment von Greenverta by Media Sp. z o.o. in jeder beliebigen Form gestalten. Dank Laserschnitt-Technik kann es eine Fruchtform, Blume, Wolke oder ein Kätzchen sein. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Die Soft-Touch-Mikrofaser reinigt Brillen, Bildschirme und Linsen effektiv und ist somit ein hervorragender Werbeatikel für viele Branchen.

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

Anpiff fürs Business

Wenn ab Juni 2026 die Fußball-WM Millionen Menschen begeistert, entsteht auch für Marken ein starkes kommunikatives Umfeld. Karl Knauer bietet dafür kreative Standardartikel, die sich individuell im Corporate Design gestalten lassen. Formgestanzte Haftnotizen aus FSC-zertifiziertem Material, rund als Ball, als Trikot, Daumen hoch oder Herz, setzen sportliche Akzente am Schreibtisch. Gedruckt im 4/0-farbigem Euroskala-Offsetdruck und erhältlich ab 500 Stück, eignen sie sich ideal als Mailingverstärker, Messe-Give-away oder Beileger für Aktionen rund um das Turnier. Ein besonderer Blickfang ist das 3D-Pad Trio: Durch die präzise Formstanzung der oberen Blöcke und das perfekt abgestimmte Druckmotiv entsteht beim Abblättern ein eindrucksvoller 3D-Effekt. Ergänzt wird das Sortiment durch eine Kartonbox in der Form eines Busses aus stabilem Zellstoffkarton sowie Notizquader aus Recycling- oder Offsetpapier mit individuell bedruckbaren Seitenflächen. Lieferbar innerhalb von drei bis vier Wochen, Musterbestellungen sind möglich.



PSI 41794 • Karl Knauer KG
Tel +49 7835 7820
werbemittel@karlknauer.de
www.karlknauer.de

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



Bewährte Bleistiftklassiker

Wenn Werbemittel kurzfristig benötigt werden, zählen Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit und gleichbleibende Qualität. Reidinger bietet mit der Lagerware passende Lösungen für Express- und Last-Minute-Bedarfe. Ob für Messen, Events, Mailings oder spontane Aktionen: Die sofort verfügbaren Streuartikel ermöglichen einen flexiblen Einsatz ohne lange Vorlaufzeiten. Bewährte Bleistiftklassiker lassen sich kurzfristig individualisieren und transportieren Markenbotschaften direkt in den Alltag der Zielgruppe. So entstehen auch unter Zeitdruck planungssichere Werbemittel mit nachhaltiger Wirkung. Die Bestellung und Gestaltung erfolgt zeitsparend über den Online-Konfigurator unter www.reidinger.de.



PSI 41545 • Jung since 1828 GmbH & Co KG
Tel +49 7141 64350
zentrale@jung-europe.de
www.jung-europe.de

Alles für König Fußball

Promotionsartikel gehören zum Fußballfieber einfach dazu, schließlich bieten große Sportereignisse eine ideale Bühne. Passend zur kommenden WM präsentiert Jung since 1828 GmbH & Co KG eine Auswahl an individuellen Give-aways, die sowohl durch ihre Inhalte als auch durch ihre außergewöhnlichen Formen überzeugen. Für zusätzliche Spannung bis zum Anpfiff sorgen Event Kalender in unterschiedlichen Formaten, wie etwa in Form eines Trikots. Auch süße Klassiker greifen das Fußballthema auf: Bunte Trolli Fruchtgummis mit zehn Prozent Fruchtsaftanteil in Fußballform sorgen sofort für Fußball-Feeeling. Sie sind wahlweise in der praktischen Minitüte oder im Tetraeder erhältlich. Individuell gestaltbare Trikot Boxen in verschiedenen Größen bieten Raum für knusprige Snack-Highlights, beispielsweise Filinchen mit 87 Prozent Erbsen- oder Linsenanteil oder die käsigen Cheez-It Snacks mit Double Cheese und 100 Prozent echtem Käse. Für frische Energie in der Halbzeit sorgen die brandneuen Corny Proteinriegel Crunchy in den Sorten Crunchy Cookie oder Crunchy Vanilla & White Choc. Eine kompakte Alternative für Promotions ist die Energiekarte mit Traubenzucker – ein praktisches Give-away für Events und Streuartikelaktionen. Naschkatzen kommen ebenfalls auf ihre Kosten: Die Lolly Box enthält die beliebten Chupa Chups Lollies in fruchtigen Geschmacksrichtungen sowie in einer sauren Variante. Darüber hinaus bietet Jung zahlreiche weitere Ideen für ein individuell gestaltetes Fußball-Turnier 2026.

Platz im Gedächtnis

Werbebotschaften mit Vitalitäts-Faktor sind die bei myfitmix erhältlichen individuellen Snacks, die Energie und Genuss vereinen. In der Vorbereitung der Messe-Saison punkten diese Leckereien mit eigenem Express-Werbepressdruck innerhalb von 15 Arbeitstagen auf der Bühne für einen einzigartigen Markenauftritt: Das Bio Studentenfutter ist ein Power-Mix aus Nüssen und Rosinen im praktischen Snackbecher und die vitale Alternative für den smarten Snack zwischendurch. Beim Bio Knusperriegel trifft Cranberry auf Mandeln: ein handlicher Energiespender mit Werbekarte, der als geschmackvolles Giveaway lange nachwirkt. Zudem überzeugen die knackigen Bio Apfelchips als kalorienarme und fruchtige Zwischenmahlzeit in der Maxi-XL-Tüte, Garant für frische Akzente für gesundheitsbewusste Außenwirkung. Und Last but not least sorgt die herzhaft-würzige Vielfalt des Kracker-Mix auf jedem Event für die nötige Würze.



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

Die elasto GmbH & Co. KG aus Sulzbach-Rosenberg steht für Schnelligkeit, Flexibilität und nachhaltige Produktion. Mit Investitionen, Automatisierung und neuen Lizenzprodukten wie dem Serve Ball für den FC Bayern zeigt das Unternehmen Innovationskraft in der Werbeartikelwirtschaft.

elasto setzt Maßstäbe mit Innovation und Tempo

Marken greifbar machen

elasto



Schnelligkeit als Prinzip

300 verschiedene Produkte, die innerhalb von 24 Stunden individuell veredelt und verschickt werden können – was nach Science-Fiction klingt, ist bei elasto Realität beim Fast-Lane-Werbeartikelsortiment. Möglich macht dies eine durchdachte Verzahnung von Produktentwicklung, automatisierter Produktion und Logistik unter einem Dach – kurze Wege, schnelle Entscheidungen und ein eingespieltes Team.

Doch Schnelligkeit endet nicht beim Standardsortiment: kundenindividuelle Produkte werden in Rekordzeit entwickelt, produziert und ausgeliefert. Ein gutes Beispiel ist der Serve Ball, der in Kooperation mit dem FC Bayern München entstand. Als offizieller Lizenzpartner des Rekordmeisters bringt elasto dieses aufmerksamkeitsstarke Produkt aktuell in den B2C-Markt. Doch der Serve Ball soll sich nicht nur dort bewähren: Auch als Werbeartikel steht er mit individuellem Branding dem Markt zur Verfügung. „Mit dem Serve Ball verbinden wir emotionale Markenwelten mit funktionalem Produktdesign und dem Qualitätsversprechen „Made in Germany“, betont Geschäftsführer Marcus Sperber.

Zu Besuch bei elasto: Marcus Sperber (Mitte) führte Manfred

Schlösser (links) und Simon Dietzen (rechts) durch den umfassend modernisierten Unternehmenssitz in Sulzbach-Rosenberg.

Schon beim Betreten des modernisierten Werksgeländes in Sulzbach-Rosenberg ist spürbar: Hier wird nicht nur produziert, hier wird Zukunft gestaltet. Wie viel Innovationsgeist tatsächlich in den Hallen von elasto steckt, zeigt sich spätestens im Gespräch mit Geschäftsführer Marcus Sperber. Werbeartikel, die Eindruck hinterlassen – das ist seit 1980 das Markenzeichen der elasto GmbH & Co. KG. Am Unternehmenssitz in Sulzbach-Rosenberg laufen alle Fäden zusammen: Hier werden Ideen geboren, Produkte entwickelt, gefertigt, veredelt und schließlich in die Welt verschickt. Die Philosophie ist klar: Markenbotschaften sollen nicht nur sichtbar, sondern auch spürbar werden – und das möglichst schnell, individuell und verantwortungsbewusst.

Investitionen für die Zukunft

Damit Schnelligkeit und Flexibilität nicht nur Schlagworte bleiben, hat elasto nach der Corona-Pandemie rund 20 Millionen Euro in den Standort investiert. Die Modernisierung der Spritzgießerei, der Ausbau des Werkzeugbaus und die Installation eines vollautomatischen Kleinteilelagers sorgen für effiziente Prozesse und kurze Durchlaufzeiten. Auch eine 2-Megawatt-Photovoltaikanlage unterstreicht den Anspruch, ressourcenschonend und zukunftsorientiert zu produzieren. Nachhaltigkeit wird bei elasto gelebt: Recycling-Produkte entstehen aus aufbereitetem Kunststoff im eigenen Werk und können am Ende ihres Lebenszyklus erneut in den Pro-



Die Spritzgießerei wurde kürzlich baulich neu gefasst und modernisiert – ebenfalls mit dem Ziel, Produktionsprozesse zu beschleunigen.



Mit Automatisierung begegnet elasto den Herausforderungen auf der Kostenseite und beschleunigt zugleich die Produktion.

duktionsprozess zurückgeführt werden. Der eigene Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert Fortschritte und Ziele.

Automatisierung und Know-how

Automatisierung ist bei elasto kein Selbstzweck. Sie dient dazu, die Arbeitskraft Mitarbeiter gezielt zu unterstützen und Freiräume für anspruchsvollere Aufgaben zu schaffen. So werden monotone Tätigkeiten von Maschinen übernommen, während das Team sich auf Entwicklung, Qualitätssicherung und individuelle Lösungen konzentrieren kann. Die hohe Fertigungstiefe – von der eigenen Kunststoffspritzerei über den Werkzeugbau bis zur Druckerei – macht elasto besonders flexibel. Jährlich wird das Sortiment um etwa 100 neue Produkte erweitert.

Kundenorientierung und Vielfalt

elasto versteht sich als Produzent und Partner des Werbeartikelfachhandels. Gemeinsam werden individuelle Lösun-

gen für unterschiedlichste Branchen entwickelt. „Jedes DAX-Unternehmen setzt unsere Produkte ein“, berichtet Marcus Sperber mit sichtbarem Stolz. „Unsere Sortimente werden zwar schwerpunktmäßig von der Getränke- sowie der Autoindustrie nachgefragt, aber letztlich gibt es keine Branche, die wir nicht bedienen.“ So trifft es sich besonders gut, dass im Vorfeld der Fußball-WM in Nordamerika Fußball- und Fanartikel besonders gefragt sind. „Fan-Artikel haben wir auf Lager und sind dank unserer Print-on-Demand-Services kurzfristig und jederzeit abrufbar. Bei uns hat der Kunde die Sicherheit, dass die Produkte rechtzeitig ankommen.“ Hier machen sich die Investitionen in Logistik und Schnelligkeit bemerkbar.

elasto bleibt in Bewegung – mit Innovationsgeist, Investitionen und einem klaren Fokus auf Nachhaltigkeit, Schnelligkeit und Qualität. Die Herausforderungen der Branche begegnet das Unternehmen mit Flexibilität, Automatisierung und konsequenter Kundenorientierung. Wer Marken greifbar machen will, findet in Sulzbach-Rosenberg einen Partner, der Zukunft nicht nur verspricht, sondern gestaltet. <

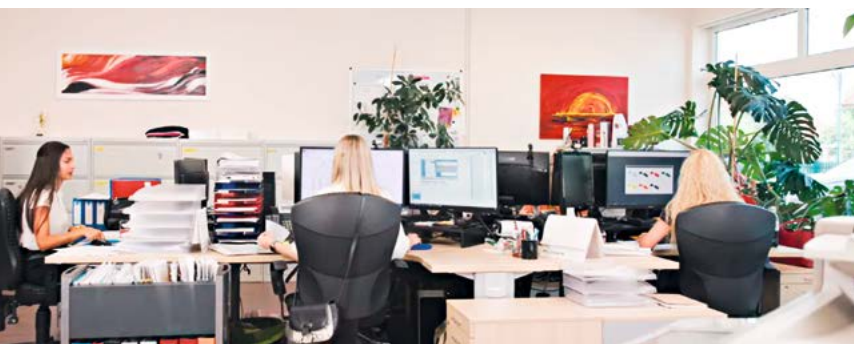


Ein gutes Beispiel für individuelle Produktentwicklung: Der Serve Ball in Kooperation mit dem FC Bayern.

Als einer der führenden Werbeartikelhändler Österreichs begeht die TS Handelsagentur & Werbeartikel GmbH in diesem Jahr ihr 25-jähriges Bestehen – ein Vierteljahrhundert voller Innovationskraft, persönlichem Einsatz und nachhaltiger Visionen.

25 Jahre Werbung - die wirkt

Nachhaltig, umweltfreundlich, vielfältig



Hinter dem Unternehmen steht ein kleines, eingespieltes Team, das mit Erfahrung, Fachwissen und viel Engagement arbeitet.



Seit der Gründung der TS Handelsagentur & Werbeartikel GmbH im Jahr 2000 steht der österreichische Spezialist mit Sitz in Katzelsdorf nahe der Wiener Neustadt Unternehmen, Organisationen und Konzernen in ganz Österreich als verlässlicher Partner für wirksame dreidimensionale Promotion zur Seite. „In den vergangenen 25 Jahren haben wir unzählige Projekte begleitet – von kleinen Aufträgen bis hin zu groß angelegten Kampagnen“, beschreibt Gründer und Geschäftsführer Thomas Schaden dies erste erfolgreiche Vierteljahrhundert. Dabei liegt der Fokus stets auf durchdachten, hochwertigen Lösungen, die nicht nur funktional, sondern auch im Design überzeugen. „Gemeinsam mit unseren Kund:innen finden wir Werbeartikel, die zur Marke und zum Anlass passen“, so Thomas Schaden weiter.

„Kein Auftrag ist uns zu klein, keiner zu groß.“

Das Sortiment der Werbemittelprofis ist breit gefächert: Es reicht von klassischen Werbeartikeln wie Kugelschreibern, Flaschen, Lanyards und Bandanas über praktische



Thomas Schaden steht dem Unternehmen als Gründer und Geschäftsführer vor. Tochter Jennifer Schaden bringt sich bereits aktiv mit ein und soll die Firma in nächster Generation fortführen.

Helfer wie Notizblöcke, Textilien, Firmenbekleidung, Taschen und Rucksäcken bis hin zu süßen Werbeideen und noch vielem mehr. „Ganz gleich, ob eine kreative Einzelidee oder ein großes Projekt umgesetzt werden soll – die Wünsche und Visionen unserer Kund:innen kennen bei uns keine Grenzen. Kein Auftrag ist uns zu klein und keiner zu groß. Durch unsere langjährigen Kontakte und ein starkes Netzwerk können wir auch große Mengen zuverlässig abwickeln. Wenn nötig, rollen mehrere LKWs an – termingerecht, koordiniert und reibungslos“, erläutert der Geschäftsführer.

Staatlich ausgezeichnet

Besonders stolz ist man darauf, als einziges Werbeartikelunternehmen in Österreich die Würdigung „Staatlich ausgezeichnetes Unternehmen“ führen zu dürfen. „Diese Anerkennung bestätigt unseren hohen Qualitätsanspruch, un-



Die Heimat des österreichischen Werbemittelspezialisten liegt in Katzelsdorf nahe der Wiener Neustadt.



Durch ein starkes Netzwerk werden auch große Mengen zuverlässig abwickelt. Wenn nötig, rollen mehrere LKWs an – termingerecht, koordiniert und reibungslos.

sere Verlässlichkeit und das Vertrauen, das uns unsere Kund:innen seit vielen Jahren entgegenbringen. Hinter unserem Unternehmen steht ein kleines, eingespieltes Team, das mit Erfahrung, Fachwissen und viel Engagement arbeitet“, kommentiert Thomas Schaden.

Nachhaltigkeit als gelebte Praxis

Nachhaltiges Handeln ist bei der TS Handelsagentur & Werbeartikel kein Trend, sondern seit Jahren gelebte Praxis: „Als BIO-zertifiziertes Unternehmen und Mitglied der Ecovadis-Initiative setzen wir gezielte Maßnahmen für mehr Umweltbewusstsein in der Werbemittelbranche. Besonders Produkte mit dem Label ‚Made in EU‘ gewinnen für uns kontinuierlich an Bedeutung – denn sie stehen für kurze Transportwege, faire Produktionsbedingungen und hochwertige Verarbeitung. Wir beraten unsere Kund:innen aktiv zu nachhaltigen Alternativen und helfen dabei, Projekte so umweltfreundlich wie möglich umzusetzen – ohne Kompromisse bei der Qualität oder Gestaltung“, erklärt Thomas Schaden.

Effizienz, Transparenz, moderne Tools

In einer zunehmend digitalen Welt setzen die Werbemittelexperten auf Effizienz, Transparenz und moderne Tools – ohne dabei auf persönliche Betreuung zu verzichten. Von der ersten Idee über die Auswahl der passenden Artikel bis hin zur Produktion und Lieferung begleitet das Unternehmen seine Kund:innen mit klaren Prozessen und einer direkten, unkomplizierten Kommunikation.

Kontinuität mit neuen Impulsen für die Zukunft

Der Gründer und Geschäftsführer, Thomas Schaden, leitet das Unternehmen mit langjähriger Erfahrung und unternehmerischem Weitblick. Seine Tochter Jennifer Schaden bringt sich bereits aktiv in die strategische und ope-



Das Sortiment der Werbemittelprofis ist breit gefächert. Die Projekte reichen von kleinen Aufträgen bis hin zu groß angelegten Kampagnen.



orative Weiterentwicklung ein und setzt dabei wertvolle neue Impulse. Perspektivisch ist vorgesehen, das Unternehmen in der nächsten Generation fortzuführen und damit Kontinuität sowie nachhaltiges Wachstum sicherzustellen.

Danke für 25 Jahre Vertrauen

„Dieses Jubiläum ist für uns nicht nur ein Grund zur Freude, sondern auch ein Anlass, Danke zu sagen: an unsere langjährigen Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Partner:innen. Für das Vertrauen, die spannenden Projekte und die vielen gemeinsamen Ideen. Wir freuen uns auf das, was kommt – und darauf, auch in Zukunft kreative, nachhaltige und wirkungsvolle Werbeartikel zum Leben zu erwecken“ so das Resümee von Thomas Schaden. <

Der finnische Textilhersteller Pure Waste hat das deutsche Start-up Re-Shirt übernommen. Das Unternehmen hat eine innovative Siebdruckfarbe entwickelt und patentiert, die sich bei 40 °C auswaschen lässt und damit die Lebensdauer bedruckter Textilien verlängert.

Pure Waste übernimmt Re-Shirt

Wie bedruckte Textilien länger leben



Die Übernahme von Re-Shirt durch Pure Waste trägt einer der größten Probleme und gleichzeitig Herausforderungen im Bereich Werbe- und Eventbekleidung Rechnung: Textilien, die schnell entsorgt werden müssen, weil die aufgedruckten Botschaften veralten. Pure Waste hat sich zum Ziel gesetzt, Textilien mit maximaler Lebensdauer und minimaler Umweltbelastung herzustellen. Das Unternehmen setzt auf strapazierfähige Materialien, hochwertige Verarbeitung, 100 Prozent recycelte Fasern und eine möglichst lange Nutzungsdauer der Textilien. Die auswaschbare Drucktechnologie MAGIC INK von Re-Shirt unterstützt diesen Ansatz, indem sie es ermöglicht, die aufgedruckten Botschaften nach dem kurzzeitigen Gebrauch auszuwaschen, ohne das Kleidungsstück zu beschädigen.

Ideal für dauerhaften Einsatz

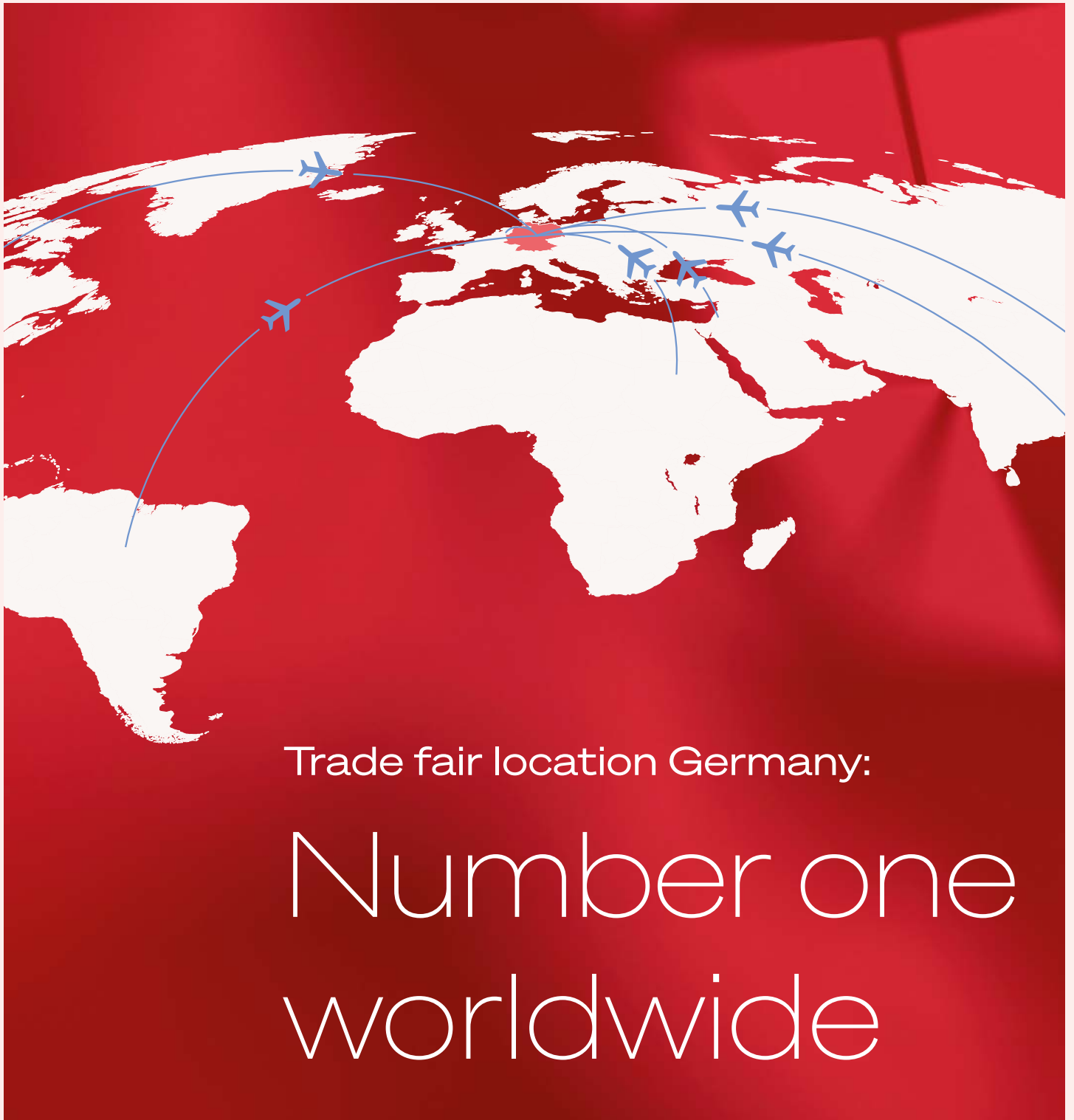
Werbe- und Eventkleidung wird oft nur einmal verwendet, da aufgedruckte Botschaften schnell an Relevanz ver-

lieren. Die patentierte, waschbare Siebdruckfarbe von Re-Shirt ändert dies. Temporäre Kampagnen- oder Eventdrucke lassen sich bei 40 °C in der Waschmaschine entfernen, sodass die Textilien wieder unbedruckt und für die Wiederverwendung oder die erneute Bedruckung geeignet ist. Dies eröffnet Marken, Agenturen, Designern und Druckereien neue Möglichkeiten. MAGIC INK wird wie herkömmliche, wasserbasierte Siebdruckfarbe aufgetragen – ohne spezielle Vorbehandlung oder Spezialausrüstung. Temporäre Kampagnen- oder Eventbotschaften lassen sich mit permanentem Branding kombinieren. Wenn die Botschaften nicht mehr aktuell sind, werden sie herausgewaschen. Die gereinigten Kleidungsstücke können privat oder für mehrere Events wiederverwendet werden. Die verlängerte Nutzungsdauer von Textilien reduziert den Wasserverbrauch und die CO₂-Emissionen im Vergleich zu einmal getragener Kleidung um bis zu 95 Prozent und senkt gleichzeitig die Kosten.

Jeder soll MAGIC INK nutzen können

Nach der Übernahme wird Pure Waste die u.a. bei den PSI Academy Awards preisgekrönte Technologie von Re-Shirt den Kunden und ausgewählten Partnern zur Verfügung stellen. Lizenzmodelle werden derzeit vorbereitet, um Siebdruckereien in Europa, den USA und Japan die Integration von MAGIC INK in ihr Produktportfolio zu ermöglichen. Durch die Integration von temporären Drucken in sein Produktangebot unterstreicht Pure Waste sein Engagement für eine möglichst lange Wiederverwendung von Textilien. Das Ergebnis: weniger produzierte Kleidungsstücke, weniger Abfall und eine verantwortungsvollere Art der Kommunikation durch Bekleidung. <

www.purewaste.com



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

PSI Mitgliedschaft optimal nutzen | Product Finder als „kostenloser Außendienstmitarbeiter“

Die Mitgliedschaft im PSI Netzwerk bietet viele Vorteile. Ein echter Benefit ist der PSI Product Finder, die größte Werbeatikeldatenbank Europas: Alle PSI Lieferanten Mitglieder haben die Möglichkeit, das ganze Jahr über eine unbegrenzte Anzahl an Produkten einzustellen und diese nach Bedarf zu aktualisieren. Damit können sie ihre Produkte etwa 4.000 zertifizierten PSI Händlern auf einmal präsentieren – eine hoch wirksame und kostenfreie Marketing-Maßnahme, die in der PSI-Mitgliedschaft bereits enthalten ist. Nutzen Sie Ihre Möglichkeiten!

Ganzjährige Präsentationsplattform

Der Product Finder ist eine ganzjährige Präsentationsplattform und die digitale Verlängerung des Messeauftritts. Für Aussteller bedeutet dies: Laden Sie ihre Exponate nicht allein auf der Messeseite hoch (denn dort bleiben sie unverändert bis zum folgenden September stehen), sondern auch im Product Finder. Das ergänzt Ihren Messauftritt perfekt. Denn wer seine Produkte im Product Finder einstellt, ist ganzjährig mit seinem Sortiment präsent, erhöht seine Reichweite signifikant und wirbt effektiv auf Produktebene. Allerdings ist es wichtig, die Daten immer auf dem aktuellen Stand zu halten. Deswegen auch hier nochmals die Erinnerung an alle Lieferanten, ihre Produkte regelmäßig zu aktualisieren. Denn nur so hat der Händler ein aussagekräftiges Suchergebnis, das zu Aufträgen führen kann.

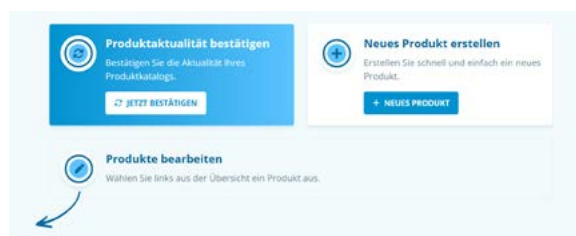
Produktaktualisierung mit wenigen Klicks

Die Bestätigung der Produktdatenaktualität ist eine Funktion, die speziell entwickelt wurde, damit alle im PSI Product Finder gelisteten Produkte immer auf dem neuesten Stand

sind. Mit der Aktualisierungsfunktion können Lieferanten jetzt einfach und schnell die Aktualität ihrer Einträge bestätigen. Das löst das Problem effektiv. Die Funktionsweise ist bewusst einfach gehalten, um den Aufwand für Mitglieder zu minimieren. Sobald ein Produkteintrag älter als sechs Monate ist, erscheint im Backend des Product Finders automatisch die Option zur Bestätigung der Aktualität. Die Lieferanten können dann entweder den gesamten Produktkatalog oder einzelne Einträge überprüfen und mit wenigen Klicks bestätigen, dass die Daten noch korrekt sind und die Produkte verfügbar bleiben. Diese Bestätigung versieht den Eintrag mit einem aktuellen Zeitstempel, der auf der Produktdetailseite im Product Finder angezeigt wird. Dadurch erscheinen die Produkte bei einer Filterung der Suchergebnisse nach Aktualität weiter oben, und das Vertrauen der Händlermitglieder wird gestärkt. Es ist wichtig, dass die Bestätigung der Produktdatenaktualität nicht nur pro forma erfolgt. Die Lieferanten sollten im eigenen Interesse sicherstellen, dass die angegebenen Daten korrekt und die Produkte weiterhin verfügbar sind.

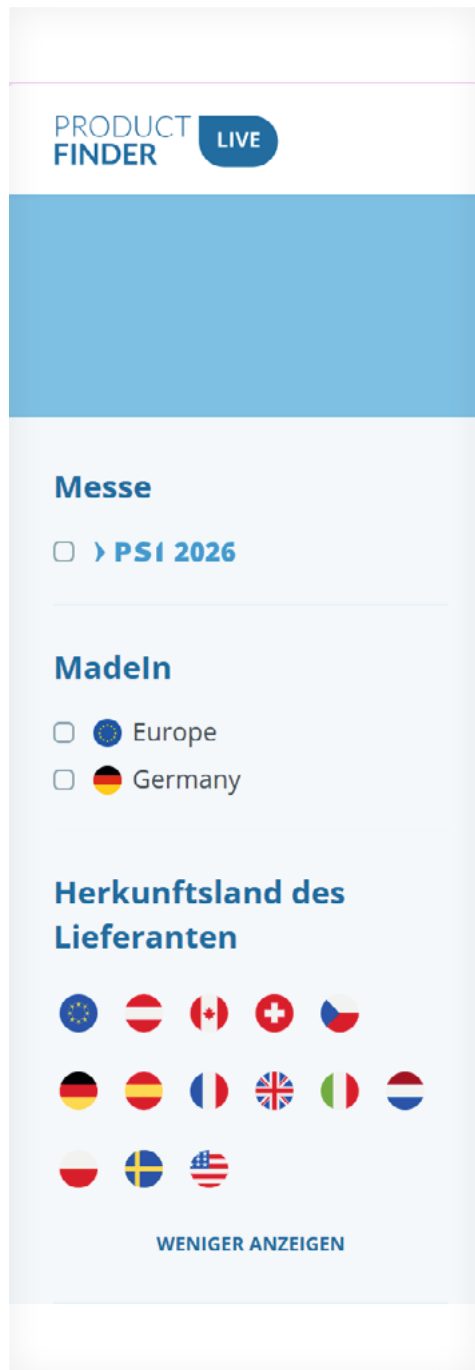
Ein starkes Duo für Ihr Marketing

Der PSI Product Finder und der Supplier Finder sind unterschiedliche Tools, die unabhängig voneinander sind, sich aber perfekt ergänzen: Während Lieferanten im Supplier Finder ihre Warengruppen und Zertifikate eingeben, um von Händlern als Unternehmen (Lieferant) gefunden zu werden, ist der PSI Product Finder eine Produktdatenbank, in der Händler nach bestimmten Produkten suchen können. Dort können Lieferanten ganzjährig ihre Sortimente präsentieren und Anfragen direkt über das System erhalten. Der Product Finder ist jedoch kein Shop, sondern eine Kontaktplattform, um Lieferanten bzw. Aussteller mit interessierten Händlern zusammenzubringen. Schöpfen Sie also alle Möglichkeiten aus, die die PSI Mitgliedschaft bietet, und stellen Sie ihre Produktdaten in den PSI Product Finder ein! <



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

Neuer Filter im PSI Product Finder | Lieferanten noch schneller finden – weltweit



Ansicht der Backend-Startseite für Lieferanten im PSI Product Finder

Der PSI Product Finder, Europas umfangreichste Werbeartikeldatenbank, wächst stetig weiter und wird laufend überarbeitet. Die neuen Such- und Filterfunktionen ermöglichen eine noch effektivere Suche und liefern gezielte Ergebnisse. Seit kurzem verfügen der PSI Product Finder und der PSI Supplier Finder über einen neuen Filter, damit gezielt nach Herkunftsland der Lieferanten gesucht werden kann. Denn mittlerweile ist eine große Vielfalt an Lieferanten aus sehr vielen verschiedenen Ländern in den PSI-Datenbanken vertreten, so dass der neue Filter nach Herkunftsland die Produkt- und Lieferantensuche noch nutzerfreundlicher macht: Der Filter unterstützt die Händler dabei, die Suchergebnisse gemäß ihren Bedürfnissen zu strukturieren. Wenn es etwa um kurzfristige Aufträge geht, können Sie nun zielgerichtet nach einem Lieferanten in der Nähe suchen – und das weltweit.

Der PSI Product Finder kann seine Stärken natürlich nur dann ausspielen, wenn Lieferanten ihre Sortimente regelmäßig ergänzen und ihre Produktdaten stetig aktualisieren. Wie einfach das funktioniert, erfahren Sie Sie auf der linken Seite, im Helpcenter oder im Rahmen eines persönlichen Beratungsgesprächs mit Martina Lipp, Managerin PSI E-Business. <

Weitere Informationen im Helpcenter unter www.psiproductfinder.de/helpcenter/supplier

Ein persönliches Beratungsgespräch vereinbaren Sie unter: importe-productfinder@reedexpo.de oder unter der Telefonnummer +49 211 90191-721.





Nachhaltig leuchtend unterwegs

Der Mini Micro Deluxe Foldable ECO LED der Micro Mobility Systems D GmbH ist ein durchdachter Kinder-Scooter, der Nachhaltigkeit und Funktion vereint. Das Trittbrett **aus recyceltem Meeresplastik** zeigt, wie umweltbewusste Materialien im Alltag integriert werden können, ohne Kompromisse bei Stabilität einzugehen. LED-Rollen sorgen für Sichtbarkeit ohne Batterien, während das Lean-to-Steer-System spielerisch Gleichgewicht und Koordination fördert. Ein höhenverstellbarer Lenker passt sich dem Wachstum an, die Faltfunktion erleichtert Transport und Aufbewahrung. So entsteht ein Produkt, das Mobilität, Sicherheit und Umweltbewusstsein in einem modernen Konzept verbindet.

PSI 60521 • Micro Mobility Systems D GmbH
Tel +49 7428 9418360 • info@micro-mobility.de
www.micro-mobility.de



Schlüssel clever organisiert

Der Schlüsselanhänger NAIL GUARD EASY der TROIKA Germany GmbH überzeugt durch durchdachte Funktionalität und langlebiges Design. Gefertigt aus mattiertem Edelstahl, vereint er Robustheit mit moderner Ästhetik. Herzstück ist der patentierte Öffnungsmechanismus, der ein **müheloses Anbringen von Schlüsseln** ermöglicht, ohne Fingernägel zu beschädigen. Drei zusätzliche Ringe sorgen für Ordnung und Flexibilität im Alltag. Der integrierte Karabiner erleichtert die Befestigung an Taschen oder Gürtelschlaufen. Damit wird ein alltäglicher Gegenstand zu einem intelligenten Begleiter, der Komfort und Design auf überzeugende Weise verbindet und zugleich als hochwertiges Werbemittel eingesetzt werden kann.

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





Schreiben in Balance

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

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

Eleganz im Alltag

Der Taschenschirm der EBERHARD GOEBEL GMBH & CO. KG überzeugt durch eine gelungene Verbindung aus Funktionalität und stilvoller Gestaltung. Sein ergonomisch geformter Griff liegt angenehm und sicher in der Hand und unterstreicht den hohen Anspruch an Komfort und Design. Der Bezug **aus hochwertigem Polyester-Pongee-Gewebe** ist wahlweise in mattem Schwarz oder in edlem cremeweißem Seidenglanz erhältlich und wird durch ein Verschlussband mit elegant verdecktem Metalldruckknopf ergänzt. Auch die Hülle zeigt sich mit praktischer ovaler Öffnung durchdacht. Das stabile Gestell verfügt über eine zuverlässige Auf- und Zu-Automatik, einen dreiteiligen, schwarz pulverbeschichteten Metallschaft sowie acht windstabile Schienen aus Glasfaser, Nylon und Aluminium- bzw. Edelstahl-Elementen mit verstärkten Mittelschienen. Der Designer-Griff aus ABS mit integrierter Auslösetaste vereint sportliche Eleganz mit Funktionalität, ergänzt durch ein rutschhemmendes Rillenprofil und eine Trageschleife. Schwarze Metallspitzen in Nickeloptik reduzieren zusätzlich das Verletzungsrisiko.

PSI 43420 • EBERHARD GOEBEL GMBH & CO.KG
Tel +49 7311 40130 • info@euroschirm.com
www.euroschirm.com



**Eine Premium-
Powerbank,
der Ihre Kunden
vertrauen können.**



reddot winner 2025



TOPPOINT

Exklusiver europäischer
B2B-Anbieter

– Anzeige –



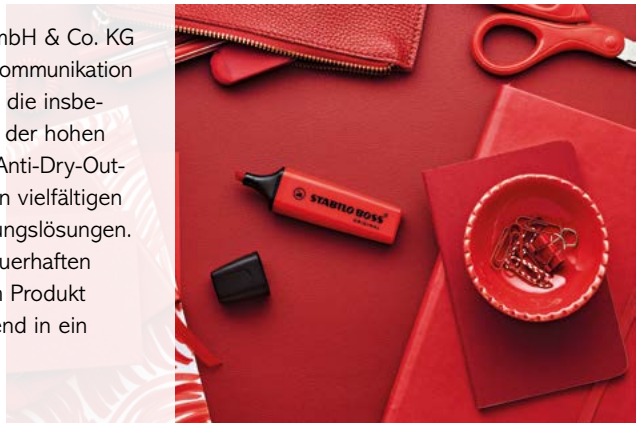
Emotionen zum Mitnehmen

Mit den Produkten Wunschknaller und Wondercandle-Set setzt die emotion factory der Heri-Rigoni GmbH auf emotionale Markenkommunikation. Die Wunschknaller verwandeln klassische Knallerbsen in **spielerische Glücksmomente**, die durch individuell gestaltete Verpackungen zur sympathischen Werbebotschaft werden. Ergänzt wird das Konzept durch das Wondercandle-Set, bei dem funkelnde Wunderkerzen auf personalisierbaren Karten inszeniert werden. Ob Zahlen, Symbole oder Botschaften – die Gestaltungsmöglichkeiten sind vielseitig und schaffen besondere Anlässe für Markeninszenierungen. Beide Produkte leben von Überraschung, Interaktion und positiver Emotionalität. So entstehen kleine Erlebnisse, die nachhaltig im Gedächtnis bleiben und klassische Werbeatikel um eine emotionale Dimension erweitern.

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

Zeichen setzen im Alltag

Mit dem STABILO BOSS ORIGINAL REALRED erweitert die Stabilo Promotion Products GmbH & Co. KG ihr Portfolio um eine aufmerksamkeitsstarke Farbvariante, die gezielt für markenwirksame Kommunikation entwickelt wurde. Der klassische Textmarker erhält in Karminrot eine neue Ausdruckskraft, die insbesondere im Unternehmenskontext für **Sichtbarkeit und klare Botschaften** steht. Neben der hohen Wiedererkennbarkeit überzeugt das Produkt durch bewährte Qualitätseigenschaften wie Anti-Dry-Out-Technologie, wasserbasierte Tinte und variable Strichstärken. Unternehmen profitieren von vielfältigen Individualisierungsmöglichkeiten, etwa durch Logodruck oder maßgeschneiderte Verpackungslösungen. Der Marker eignet sich für den Einsatz in Büro, Schulung oder Event und wird so zum dauerhaften Markenbotschafter. Die Stabilo Promotion Products GmbH & Co. KG verbindet mit diesem Produkt Trendbewusstsein und Funktionalität und überführt einen Community-getriebenen Farbtrend in ein wirkungsvolles Werbemittel für den professionellen Einsatz.



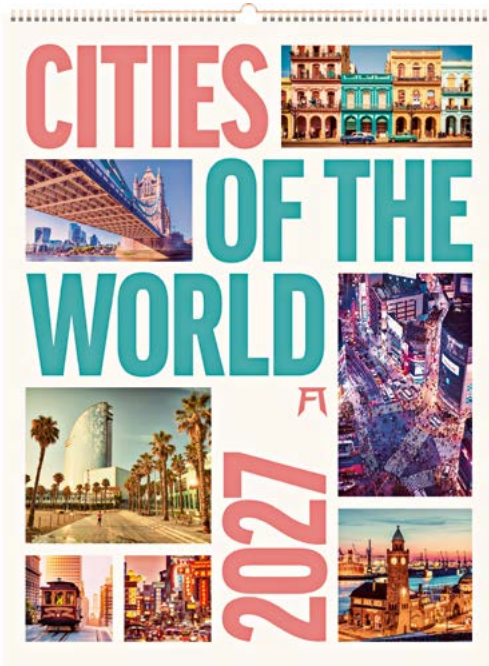
PSI 43287 • Stabilo Promotion Products GmbH & Co. KG
Tel +49 911 5673455 • service@stabilo-promotion.com
www.stabilo-promotion.com

Licht geht überall

Die Metmaxx® Outdoorlampe „LuminaFlex“ der Spranz GmbH kombiniert innovative Lichttechnik mit maximaler Flexibilität. Herzstück ist eine ausziehbare acht Meter lange Lichterkette, die stimmungsvolle **warmweiße Lichtmodi** erzeugt und sich nach Gebrauch kompakt verstauen lässt. Ergänzt wird sie durch ein kraftvolles Zentrallicht, das auch unabhängig genutzt werden kann. Mit bis zu sechs Stunden Betriebsdauer, robuster Bauweise und IPX44-Schutz eignet sich LuminaFlex ideal für Camping, Terrasse oder Reisen. Der integrierte Akku sowie verschiedene Lichtmodi sorgen für vielseitige Einsatzmöglichkeiten. Das Produkt verbindet funktionalen Nutzen mit Lifestyle-Anspruch und folgt dem Credo des Unternehmens, Designprodukte ohne Aufpreis zugänglich zu machen.

PSI 41462 • Spranz GmbH
Tel +49 261 984880 • info@spranz.de
www.spranz.de





Sehnsuchtsorte mit Format

Mit dem Kalender „Cities of the World 2027“ inszeniert der Ackermann Kunstverlag urbane Sehnsuchtsorte als **visuelle Reise durch das Jahr**. Eindrucksvolle Fotografien führen von Havanna bis Tokio und verdichten Architektur, Lichtstimmungen und Metropolenflair zu atmosphärischen Monatsmotiven. Die Bildkompositionen wirken wie kuratierte Moodboards, die Betrachter unmittelbar in pulsierende Straßen und ikonische Skylines versetzen. Dabei überzeugt das Produkt nicht nur ästhetisch, sondern auch durch nachhaltige Herstellung: Gedruckt wird ausschließlich in Deutschland auf FSC®-zertifiziertem Papier, ergänzt durch transparente CO₂-Kompensation in Zusammenarbeit mit NatureOffice. Werbliche Individualisierung ist bereits in kleinen Auflagen möglich.

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

Kleine Geste, große Wirkung

Mit dem Reagenzglas „Bienenbuffet“ bietet die Multiflower GmbH ein nachhaltiges Werbeprodukt mit ökologischem Mehrwert. Gefüllt mit einer **bienenfreundlichen Samenmischung** lädt es dazu ein, aktiv zur Förderung der Biodiversität beizutragen. Nach der Aussaat kann das Glas vielseitig weiterverwendet werden, etwa zur Aufbewahrung von Kräutern oder Gewürzen. Ein individuell gestaltbares Fähnchen bietet Raum für Markenbotschaften und macht das Produkt zum sympathischen Kommunikationsmittel. Kompakt, leicht und funktional verbindet das Bienenbuffet Umweltbewusstsein mit praktischer Nutzung und spricht damit eine Zielgruppe an, die Wert auf nachhaltige Lösungen legt.

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



- Anzeige -

TRIGGI plus
 Die Erlebnisgarantien
 Ein smartes plus mit System

INSIDER
 WIEDE WITZ
 ERLEBEN MIT

gefunden?
Einfach scannen!

Fundservice

Tirdler Grill
 Grillzubehör

METRO

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

pins & mehr
 GmbH & Co. KG

Auf zu neuen Ufern



Veränderung ist nicht immer bequem. Aber sie ist oft genau das, was Wachstum möglich macht. Deshalb freue ich mich auf den nächsten Schritt, den wir als Werbeartikelbranche gemeinsam gehen: Die PSI findet vom 12. bis 14. Januar 2027 erstmals in Köln statt.

Manche von uns sind unzufrieden oder unsicher, ob das die richtige Entscheidung war. Aber wir verlassen Vertrautes nicht, weil es schlecht war – sondern weil es Zeit ist, neue Ufer zu betreten und den Blick zu weiten. Düsseldorf war über viele Jahre ein verlässlicher Treffpunkt für unsere Branche. Ein Ort, an dem wir uns getroffen, ausgetauscht, Geschäfte gemacht und Gemeinschaft gelebt haben.

Doch in Köln warten auch neue Chancen. Die Stadt ist international, lebendig, kulinarisch und kulturell spannend – und ein starker Messestandort. Hier am Rhein ist vieles in Bewegung und hier werden wir uns weiterentwickeln. Die neue Umgebung bringt uns neue Energie, neue Impulse und neue Partnerschaften. Ein entscheidender Vorteil ist ganz praktischer Natur: Der Termin liegt eine Woche später im Januar. Das macht den Start ins neue Jahr nicht nur spannender – es macht ihn für manch einen Aussteller, aber auch für viele Besucher, überhaupt erst möglich. Feiertags- oder Ferienüberschneidungen wird es keine mehr geben.

Ich bin mir sicher: Die PSI wird auch in Köln das sein, was sie schon immer war: die zentrale Auftaktmesse unserer Branche – der Ort, an dem sich Markt, Netzwerk und Perspektive bündeln. Hier werden Trends nicht nur entdeckt, sondern eingeordnet. Hier entstehen Gespräche, aus denen Entscheidungen werden. Und hier nehmen viele von uns die Inspiration mit, die das Business durch das Jahr trägt.

Damit der Wechsel für Sie so einfach wie möglich wird, arbeiten wir schon jetzt daran, Orientierung zu bieten – von Hinweisen rund um Anreise und Aufenthalt bis zu Tipps für Hotels und Restaurants. Köln soll sich schnell vertraut anfühlen, damit unser wichtiger Schritt nach vorne leichter fällt.

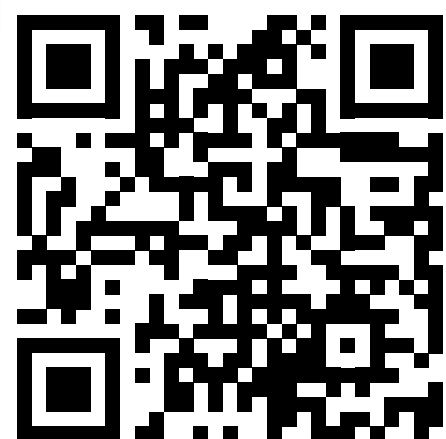
Bleiben wir als Branche offen für Neues – und lassen Sie uns 2027 in Köln wiedersehen, um an neuen Ufern neue Chancen zu entdecken und gemeinsam zu gestalten. Ich freue mich auf Sie und die Zeit in Köln.

Ihre

Petra Lassahn
Director PSI



PSI MEDIA GUIDE



SCAN ME

DOWNLOAD
NOW!



Aktiv, emotional, sichtbar

Unsre Produktthemen der Bereiche „Fitness, Beauty, Wellness und Gesundheit“ sowie „Feste, Events und Grillpartys“ treffen aktuelle Lebenswelten und bieten Marken eine Bühne mit hoher Relevanz. Fitness- und Gesundheitsartikel überzeugen durch ihren praktischen Nutzen und ihre regelmäßige Verwendung. Sie begleiten Anwender im Alltag, transportieren Markenbotschaften glaubwürdig und sorgen für eine langfristige Präsenz. Beauty- und Wellnessprodukte schaffen zusätzlich emotionale Nähe, fördern positive Markenerlebnisse und zahlen auf Themen wie Selbstfürsorge und Balance ein. Artikel für Feste, Events und Grillpartys entfalten ihre Wirkung in geselligen Momenten. Sie stehen für Spaß, Austausch und Erlebnis und erzielen dadurch hohe Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit. Ob bei Sommeraktionen, Firmenfeiern oder Promotion-Events – diese Produkte werden genutzt, gezeigt und erinnert. Alles in allem bieten diese Sortimente vielseitige Argumente: klare Zielgruppenansprache, attraktive Individualisierung und flexible Einsatzmöglichkeiten für erfolgreiche Marketingkampagnen.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Juli 2026 des PSI Journals, die sich den Themengruppen „Weihnachten, Präsentsets und Sonderanfertigungen“ sowie „Hobby und Handwerk“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens **22. Mai 2026** an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

Werbeartikel goes Digital – die Zweite



Erneut präsentiert sich unsere starke Branche am 5. und 6. Mai auf dem renommierten Hamburger OMR-Festival, einem der größten Events der Online-Marketing und Digitalbranche Europas. Schauplatz ist die Bar „The Hapticologist“, wo 12 innovative Vertreter zusammen mit dem PSI-Netzwerk die Vielseitigkeit und Stärke haptischer Werbung erlebbar machen.

99 Jahre begeisterndes Design



Seit 1927 steht der Name Koziol für Design aus dem Odenwald. Die einzigartigen Produkte begeistern bis heute ein weltweites Publikum. In diesem Jahr begeht das Unternehmen seinen 99. Geburtstag. In diesen fast zehn Jahrzehnten hat sich das Unternehmen mehrfach neu erfunden, ohne seine Kernwerte zu verlieren: gutes Design, Nachhaltigkeit und Handwerk.

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

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.



CD LUX
www.cd-lux.de



IHRE WERBUNG IM MITTELPUNKT.
Süße Werbemittel mit Augenleuchten-Garantie!

