

PSI JOURNAL

Anzeige



NEU

zu Weihnachten



NEU

Adventskalender mit verrückbarem
Magnetring

Eigene
Premium
Vollmilch-
schokoladen-
Rezeptur



KALFANY
SÜSSE WERBUNG

Eine Marke der BÄREN COMPANY INTERNATIONAL GmbH

www.suesse-werbung.de

► **PSI**

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

Messeplätze
Köln

SAVE THE DATE
12 - 14 JAN 2027

BIS NÄCHSTES JAHR IN KÖLN!

PSI JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Oktober 2026

65. Jahrgang

PSI 2027 in Köln

Diese PSI lohnt sich

Product Guide

Outdoor, Schirme, Werkzeug
Incentives, Onboarding-
Produkte

Kaldenbach

50 Jahre Wandel mit Weitblick

Kreislaufwirtschaft

Nachhaltige Schreibgeräte
setzen neue Standards

A person is shown from the chest up, holding a tablet. Overlaid on the tablet is a digital product pass (DPP) interface. The interface features a large 'DPP' text at the top, a QR code in the center, and various geometric shapes and lines. The background is a blue gradient with floating binary digits (0s and 1s).

**Digitaler Produktpass
geht an den Start**
**Pflicht, Chance,
Innovationsmotor**



uma ARC

WENN DESIGN MEHR SAGT ALS WORTE ...

DESIGN, DAS BLEIBT.

Klare Linien.
Perfekte Proportionen. Ein
Statement für Menschen und
Marken mit Sinn für das Besondere.

HAPTİK, DIE ÜBERZEUGT.

Aluminium trifft auf
präzise verarbeitete
Metallkomponenten.
Ausbalanciert. Hochwertig.
Ein Genuss beim Schreiben.

EIN SET, DAS VERBINDET.

Als Drehkugelschreiber,
Rollerball und Füllfederhalter
– gemeinsam ein exklusives
Schreibset für besondere
Momente.

DESIGN, FUNKTION, PERFEKTION.

uma ARC



Mehr Informationen
finden Sie hier:



uma-pen.com



Editorial

Neue Adresse, neue Hausaufgaben

Ust der Digitale Produktpass wirklich Bürokratie – oder nur der längst überfällige Ordnungssinn der Branche? Die Oktober-Ausgabe des PSI Journals stellt Fragen, die näher am Geschäftsalltag liegen als an Sonntagsreden: Wie bleibt die Werbeartikelwirtschaft handlungsfähig? Welche Daten werden künftig entscheidend? Und was muss eine Messe leisten, damit persönlicher Austausch Wirkung entfaltet?

Neue Stadt, neue Hallen, gleiche Erwartungen: Die PSI 2027 muss in Köln zeigen, dass ein Standortwechsel mehr kann als neue Wegweiser. Vom 12. bis 14. Januar wird die Koelnmesse zum neuen Treffpunkt der internationalen Werbeartikelwirtschaft. Die Hallen 7 und 8 bieten klare Strukturen, kurze Wege und Raum für starke Inszenierungen.

Doch ein neuer Standort allein macht noch keine neue Messe. Entscheidend ist, was die Branche daraus macht. Die Stärke der PSI bleibt der direkte Kontakt: Beratung, Produkterlebnis und Gespräche, aus denen Geschäft entsteht. Das lässt sich nicht durch einen digitalen Termin ersetzen. Alles zur PSI können Sie ab Seite 6 nachlesen.

Während Produkte auf den Messeständen sichtbar werden, verschwinden ihre Daten oft noch in unterschiedlichen Systemen. Genau hier setzt der Digitale Produktpass an. Er ist die Hausaufgabe, die niemand liegen lassen sollte. Unternehmen müssen prüfen, welche Produkte betroffen sind, Datenbestände analysieren, Verantwortlichkeiten klären und mit Pilotprojekten starten. Werden ERP-, PIM- und PLM-Systeme sinnvoll verknüpft, kann aus zusätzlichem Aufwand ein Werkzeug für effizientere Prozesse und bessere Kundenberatung werden. Ab Seite 8 erfahren Sie mehr.

Outdoor, Onboarding und Incentives sind dabei keine Sortimentsfüller. Sie müssen im Alltag beweisen, dass sie mehr können als Logos tragen. Nutzwert, Gestaltung und eine klare Idee entscheiden darüber, ob ein Artikel in Erinnerung bleibt. Näheres dazu lesen Sie in den Product-Guide-Strecken ab Seite 12 und Seite 36.

Die Branche hat keinen Mangel an Ideen. Was jetzt zählt, sind Umsetzung, Austausch und der Mut, beides ernst zu nehmen. Köln wird der neue Treffpunkt. Der Digitale Produktpass ist die nächste Hausaufgabe. Und wer sie erledigt, kommt vorbereitet zum Neustart.

In diesem Sinne

Simon Dietzen, Redakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: dietzen@edit-line.de

**Not for
the Matterhorn.
Perfect
for every day.**

Prodir is a brand of Pagani Pens SA.



**New MC01
metal Connector**

prodir®

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich
T +43 7205 69480

www.prodir.com
open.prodir.com

EDITORIAL	1
INHALT	2
TRENDS & BRANDS	4
PSI 2027	
Diese PSI lohnt sich	6
FOKUS	
Digitaler Produktpass startet: Pflicht, Chance, Innovationsmotor	8
PRODUCT GUIDE	
Outdoor, Schirme, Werkzeug	12
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	28
Supplierdays 2026: Messe im Aufwind	34
PRODUCT GUIDE	
Incentives, Onboarding-Produkte	36
UNTERNEHMEN	
Kaldenbach GmbH: 50 Jahre Wandel mit Weitblick	52
BUSINESS	
Kreislaufwirtschaft im Werbeartikelmarkt: Nachhaltige Schreibgeräte setzen neue Standards	56
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	58
MEINUNG	62
VORSCHAU – IMPRESSUM	64



MISTER BAGS®

POP OF
COLOR.

POWER
OF
FAIRNESS.

TONI NO. 2381



STANDARD
100
16.HIN.95321
Hohenstein HTTI



NEON

www.misterbags.de



Digitaler Produktpass geht an den Start

8

Das Register für den Digitalen Produktpass zusammen mit einer Testumgebung ist jetzt live: Ein Meilenstein auf dem Weg zur praktischen Umsetzung des DPP für alle Unternehmen, die Produkte auf dem EU-Markt anbieten. Wer frühzeitig und strukturiert agiert, sichert sich nachhaltige Wettbewerbsvorteile. Wir erklären, was jetzt zu tun ist.

Product Guide: Praktisch. Prägend. Persönlich.

12 + 36

Werbeartikel überzeugen besonders dann, wenn sie täglich im Einsatz sind und echten Mehrwert bieten. Ob funktionale Outdoor-Artikel, hochwertige Schirme oder praktische Werkzeuge – sie begleiten ihre Nutzer über lange Zeit und sorgen bei jedem Einsatz für sichtbare Markenpräsenz. Gleichzeitig gewinnen Incentives und durchdachte Onboarding-Produkte weiter an Bedeutung.



50 Jahre Wandel mit Weitblick

52

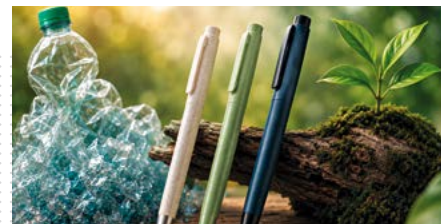
Die Kaldenbach GmbH feiert ihr 50-jähriges Bestehen und blickt auf eine außergewöhnliche Entwicklung zurück. Aus einem regionalen Werbemittelhändler wurde ein innovativer Hersteller eigener Markenprodukte mit Fokus auf Design, Nachhaltigkeit und Manufakturqualität. Heute verbindet das Familienunternehmen Tradition, Innovationskraft und umfassende Fulfillment-Kompetenz.



Kreislaufwirtschaft im Werbeartikelmarkt

56

Nachhaltigkeit prägt den Werbeartikelmarkt zunehmend. Am Beispiel moderner Schreibgeräte zeigt sich, wie Kreislaufwirtschaft, Materialinnovation und langlebiges Produktdesign zusammenwirken. Recyceltes PET, modulare Konzepte und transparente Produktionsprozesse verbinden ökologische Verantwortung mit wirksamer Markenkommunikation.



HARD & HEAVY:

Werbewirkung mit Gewicht

Werbeartikel dürfen wieder Substanz zeigen. Unter dem Trendthema „Hard & Heavy“ rücken Produkte in den Fokus, die im wahrsten Sinne des Wortes Hardware sind: solide, langlebig und für den praktischen Einsatz gemacht. Statt kurzlebiger Give-aways geht es um Gegenstände, die über Jahre genutzt werden und damit dauerhaft im Alltag ihrer Besitzer präsent bleiben.

Besonders sichtbar wird dieser Trend im Outdoor- und Freizeitbereich. Mobile Outdoorküchen, Grills, Kochutensilien, robuste Werkzeuge oder hochwertiges Zubehör für Garten, Camping und Mikroabenteuer verbinden Freizeitwert mit einer großen Präsenz für die werbende Marke.

Eine zweite Facette von „Hard & Heavy“ bilden Produkte aus Holz. Schneide- und Servierbretter, Messerblöcke, Werkzeugkisten oder individuell gefertigte Wohnaccessoires vermitteln Wertigkeit und Beständigkeit. Auch technische Hardware bleibt gefragt. Powerbanks, Ladegeräte, kompakte Leuchten oder andere mobile Energie- und Elektroniklösungen besitzen einen klaren Gebrauchswert und begleiten ihre Nutzer häufig täglich. In einer aktuellen internationalen Branchenstudie gehörten Powerbanks sogar zu den beliebtesten Werbeartikeln.

Der gemeinsame Nenner ist eindeutig: „Hard & Heavy“ steht für Werbemittel, die bleiben. Sie rechtfertigen häufig ein höheres Budget, bieten dafür aber eine lange Kontaktzeit und eine hohe wahrgenommene Wertigkeit.

Viel Leistung an jedem Ort

Die leistungsstarke Powerbank mit 10.000 mAh Kapazität und moderner 3-in-1 Wireless Charging-Funktion eignet sich dank USB-C Power Delivery (PD) mit 20 W sowohl zum Laden mobiler Endgeräte als auch zum schnellen Aufladen der Powerbank selbst. Das hochwertige Gehäuse aus Aluminium und Kunststoff sorgt für eine edle Optik und angenehme Haptik.

CI-Sky GmbH

www.werbemittel-fuer-haendler.de

PSI 60611

Natürlich für Gastgeber

Klemmbretter für den Einsatz in der Gastronomie oder der Pflege bestehen aus FSC-zertifiziertem Holz und sind in verschiedensten Varianten erhältlich. Mit lackierter Oberfläche für alle hygienisch anspruchsvollen Einsatzorte bieten sie neben Funktion auch stilvolle Werbeflächen – individuell gestaltbar mit Druck oder Gravur.

Holz Frank GmbH & Co. KG

www.holz-frank.com

PSI 49957

Küche unter freiem Himmel

Mit GardenVita hat Global Innovations Germany eine neue Premium-Marke für exklusives Outdoor Living geschaffen. Neben hochwertigen Designmöbeln und Outdoor-Produkten hat der offizielle Miele Outdoor Master Partner nun auch die neue Miele Outdoor Küchenwelt im Portfolio. Damit eröffnen sich auch für Marketing- und Promotionaktionen ganz neue Möglichkeiten.

Global Innovations Germany GmbH & Co. KG

www.globalinnovations.de / www.gardenvita.de

PSI 46626

Miele





EINE JACKE, MAXIMALE FLEXIBILITÄT

Wind- und wasserdicht außen, praktisch und wärmend innen – entdecke unsere neue 3-in-1-Jacket GRS (JN1377/JN1378) für maximale Flexibilität bei jedem Wetter.

www.daiber.de

daiber

Vom 12. bis 14. Januar 2027 trifft sich die internationale Werbeartikelbranche erstmals in Köln. Dann werden die Hallen 7 und 8 der Koelnmesse zum Hotspot eines kreativen und leistungsfähigen Markts, dem der Umzug nach Köln wertvolle Benefits bringt. Wer dabei ist, schreibt ein neues Kapitel PSI-Geschichte mit.

PSI 2027 in Köln

Diese PSI lohnt sich



Auch am neuen Standort Köln präsentiert sich die PSI mit klarem Profil und bleibt Treffpunkt und Heimat der Europäischen Branche für Werbeartikel, Incentives und Merchandising.

Wer umzieht, muss zwar einiges regeln, aber ganz schnell siegen die Spannung auf die neue Umgebung und die Vorfreude auf den Neuanfang. Der hat meist seinen guten Grund und birgt viele neue Optionen und Chancen. Das ist auch bei der PSI so. Eine PSI 2027 in einer anderen Stadt und einer anderen Hallensituation erfordert im ersten Jahr eine gewisse Umstellung. Doch auf dem Hintergrund der unzähligen Messen und Roadshows unterschiedlicher Größe und Bedeutung, die die erfahrenen Branchenteilnehmer Jahr für Jahr durchführen und besuchen, dürfte der Umzug auf das bereits bekannte Kölner Messegelände mit gewohnter Routine zu organisieren sein. Dabei steht das PSI Messe-Team Ausstellern wie gewohnt mit Rat und Tat zur Seite – mit Unterstützung in den Bereichen Messeplanung und Technik sowie Marketing und Kommunikation.

Die PSI 2027 lohnt sich

Ob nun Düsseldorf oder Köln: Die PSI als europäische Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising bleibt auch am neuen Standort der erste und wich-

tigste Treffpunkt von Entscheidern einer zukunftsfähigen, innovativen Branche. Einer aktuellen Studie von Oxford Economics zufolge wurden weltweit rund 290 Mrd Euro für individualisierte Produkte ausgegeben. Messen wie die PSI sind Marketing-Tools, die im Hinblick auf haptische Werbung durch nichts zu ersetzen sind. Persönliche Beratung, haptisches Produkterlebnis und eine professionelle internationale Community sind und bleiben die Säulen der PSI, die auch 2027 wieder Plattform für Trends und Innovationen, Business Know-how und gelebte Partnerschaft wird. Dabei zu sein lohnt sich, zumal der Standort Köln auch mit langfristigen und organisatorisch relevanten Vorteilen punktet: Hierzu gehören der spätere Termin im Januar, der die Weihnachtsferien und Feiertage umgeht, sowie moderne Hallen mit klarer Struktur und kurzen Wegen. Köln mit optimaler Verkehrsanbindung, einer starken Kreativ- und Medienlandschaft sowie klaren Wachstumperspektiven bietet ideale Voraussetzungen, langfristig das neue Zuhause der Branche zu werden. Viele gute Gründe also, als Aussteller oder Besucher dabei zu sein.

Plattform für Trend und Innovationen

Das Thema Trends und ihre Bedeutung für die Werbeartikelbranche zieht sich 2027 wie ein roter Faden durch die Messe. „Wir freuen uns, Boris Planer als Eröffnungsredner begrüßen zu dürfen. Der international anerkannte Handels- und Trendexperte analysiert seit über 25 Jahren die Entwicklungen in Handel und Konsumgütermärkten und wird in seiner Keynote aufzeigen, welche gesellschaftlichen, technologischen und wirtschaftlichen Trends die Branche in den kommenden Jahren maßgeblich beeinflussen werden“, verrät PSI-Direktorin Petra Lassahn. Dazu passend rückt die Trendschau drei zentrale Themen und damit drei Megatrends des Zukunftsinstituts Frankfurt/Wien in den Mittelpunkt: Health Shift, Safe Future und Urban Outdoor. Für Werbeartikelhändler sowie Agenturen bietet diese Sonderfläche ein kompaktes Trendradar für Sortiments- und Kampagnenentscheidungen.

Schlichte Eleganz. Natürlicher Glanz.

Hergestellt in Frankreich aus bis zu
64 % recyceltem Material.

NEU!

BIC® Evolution®
Basalt Bleistift

BIC® Evolution®
Magnificent Bleistift

Entworfen,
um Charakter
zu vermitteln.

Geschaffen,
um auf subtile
Weise zu glänzen.



In BIC-Werken
hergestellt
und bedruckt



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



Kühlschränke
und Joghurtbecher



@bicgraphic BIC GRAPHIC



Think BIC
www.bicgraphic.com

Das Register für den Digitalen Produktpass zusammen mit einer Testumgebung ist jetzt live: Ein Meilenstein auf dem Weg zur praktischen Umsetzung des DPP für alle Unternehmen, die Produkte auf dem EU-Markt anbieten. Wer frühzeitig und strukturiert agiert, sichert sich nachhaltige Wettbewerbsvorteile. Denn der DPP ist mehr als eine weitere EU-Pflicht für Unternehmen.

Digitaler Produktpass geht an den Start

Pflicht, Chance, Innovationsmotor



Der DPP ist mehr als Compliance: Die Daten können als Basis für neue Geschäftsmodelle dienen und konkrete Wettbewerbsvorteile bringen.

Der Digitale Produktpass (DPP), der im Rahmen der Verordnung Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR) (EU) 2024/1781 über nachhaltiges Produktdesign eingeführt wurde, ist ein digitaler Container für Produktinformationen und gilt als zeitgemäße und erweiterte Form der bisherigen Konformitätserklärung. Er soll für mehr Transparenz der Lieferkette sorgen, informierte Verbraucherentscheidungen unterstützen und die Einhaltung der Vorschriften im Binnenmarkt erleichtern. Obwohl die Produktdaten dezentral gespeichert werden, müssen Wirtschaftsakteure jeden Digitalen Produktpass in einem Register eintragen. Dieses Register stellt die sichere Infrastruktur bereit, die zur Registrierung eindeutiger Produktkennungen und zugehöriger Metadaten erforderlich ist. Mit der Durchführungsverordnung wurden die praktischen Rahmenbedingungen für das Register geschaffen. Die Registrierung ist entweder über eine sichere Benutzeroberfläche oder eine Anwendungsprogrammierschnittstelle (API) möglich, so dass Wirtschaftsakteure die Registrierung auch in ihre bestehenden digitalen Systeme integrieren können. Der Registrierungsnachweis kann auch in Form eines sicheren elektronischen Dokuments angefordert werden. Die Registrierung kann, insbesondere bei Geschäftstransaktionen zwischen Unternehmen (B2B), zum Nachweis der Einhaltung der Vorschriften gegenüber Dritten verwendet werden.

Testphase nutzen

Das Register und eine Testumgebung sind seit kurzem live. Die EU-Kommission wird sicherstellen, dass das Register für alle Nutzer zugänglich, sicher und effektiv ist. Die derzeitige Testphase soll dazu beitragen, eine reibungslose Einführung vor Ablauf der ersten Umsetzungsfrist am 18. Februar 2027 zu gewährleisten. Ab diesem Tag wird der Batteriepass für bestimmte Batteriekategorien, die in der EU in Verkehr gebracht werden, verbindlich vorgeschrieben. Wirtschaftsteilnehmer können über die neue DPP-Website auf die Testumgebung, technische Unterlagen, Umsetzungsleitfäden, Webinare und die neuesten Informationen zugreifen. Außerdem steht ein spezieller Helpdesk zur Verfügung, um Unternehmen während des gesamten Registrierungsprozesses zu unterstützen. Für Unternehmen ist es vorteilhaft, sich schon jetzt mit der Testumgebung zu befassen.

Strategische und operative Mehrwerte

Die Einführung digitaler Produktpässe ist eine Herausforderung, auf die sich Unternehmen einstellen müssen. Sie sind verpflichtet, über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg transparente, maschinenlesbare und interoperable Produkt- und Materialdaten bereitzustellen. Der DPP betrifft alle Akteure – vom Rohstofflieferanten bis zur Recyclingfirma – mit jeweils spezifischen Anforderungen an Datenverfügbarkeit, -qualität und -zugänglichkeit. In einem Management Summary für Unternehmen fassen die Experten der unabhängigen Forschungseinrichtung Fraunhofer IPK zusammen, worauf es ankommt. Dabei zeigt sich, dass die Umsetzung eines digitalen Produktpasses weit mehr ist als eine reine Pflichtaufgabe zur Erfüllung regulatorischer Anforderungen, denn sie bietet Unternehmen konkrete strategische und operative Mehrwerte. Ein zentraler Vorteil liegt demnach in der Möglichkeit, spezifische, unternehmensindividuelle Lösungen zu entwickeln. Statt auf starre Standardlösungen zurückzugreifen, können schlanke, passgenaue Ansätze gewählt werden, die exakt auf die vorhandenen Prozesse, Systeme und Datenstrukturen abgestimmt sind. Dadurch lassen sich die regulatorischen Vorgaben effizient erfüllen, ohne bestehende Abläufe unnötig zu belasten. So wird der digitale Produktpass zum klaren strategischen Hebel für digitale Transformation, Nachhaltigkeit und zukunftsorientierte Wertschöpfung. Unternehmen, die frühzeitig strukturierte und kontextspezifische DPP-Strategien verfolgen, sichern sich nachhaltige Wettbewerbsvorteile. Das Fraunhofer IPK unterstützt Unternehmen ganzheitlich bei der DPP-Umsetzung, von strategischer Zieldefinition über technische Implementierung bis zur Entwicklung datenbasierter Geschäftsmodelle. Auch andere Institute und Institutionen liefern Informationen und Hilfestellung, nicht zuletzt auch die EU selbst.



Der Digitale Produktpass wird schrittweise für verschiedene Produktgruppen eingeführt. Der „Batteriepass“ kommt schon 2027. Reifen, Textilien, Elektronik und weitere Warengruppen folgen.

Digitaler Produktpass als neuer Marketingkanal

Dass der Digitale Produktpass zum Marketingkanal werden kann, ist eine spannende These des erfahrenen Media-Experten und Unternehmers Thomas Koch. In einem Fachartikel auf der Plattform Marketingbörse geht er zunächst mit der Digitalen Werbung hart ins Gericht: „Die digitale Werbung hatte versprochen, nur noch die Werbung auszuspielen, die für die jeweilige Zielgruppe relevant ist. Dieses Versprechen haben Digitalwerber bis heute nicht eingehalten – sehr zum Leidwesen der mit der falschen Werbung zugemüllten Empfänger. Das Ergebnis ist eine zunehmende Abwehrhaltung gegen Werbung“, schreibt Koch. Auf diesem Hintergrund erkennt er im Digitalen Produktpass ein neues, KI-lesbares Markenmedium mit Produktinformationen, die für den Verbraucher jederzeit zugänglich sind und eine Marke von jeder anderen unterscheiden sowie qualitative Unterschiede sichtbar machen. Ein physisches Produkt braucht laut Koch eine eindeutige Identität und eine nachvollziehbare Geschichte. Dazu kann der DPP beitragen, denn er macht differenzierende Produktqualitäten, Nachhaltigkeit und somit auch Überlegenheit greifbar. „Spannend wird es, wenn KI ins Spiel kommt. KI liest diese Informationen aus, wenn wir sie für die Produktsuche einsetzen. Wir nutzen schon heute KI, um Unterschiede zwischen Marken für uns sichtbar zu machen. Mit dem DPP werden sie zu Alleinstellungsmerkmalen, zur unverzichtbaren Entscheidungshilfe.“ Die Produktdaten, die der DPP enthält, schaffen demnach >>



DPP als neuer Marketingkanal: Der DPP macht ein Produkt unverwechselbar und liefert wertvollen Input für strategisches Marketing und Kommunikation.

>> Differenzierung und verlängern den Kundendialog nach dem Kauf. Der Digitale Produktpass ist aus Sicht des Media-Experten wie ein neuer Marketingkanal für die zielgenaue Kommunikation mit Kunden: digital, KI-lesbar, zukunftssicher, kundenzentriert.

DPP als Business Booster

Folgen wir dem Gedankengang von Thomas Koch weiter: Unternehmen, die den DPP gekonnt einsetzen, verschaffen ihren Marken eine Überlegenheit gegenüber Wettbewerbern, weit über den Kauf hinaus. So verlängert der DPP den Kundenlebenszyklus um ein Vielfaches, erzeugt zufriedene Kunden und höhere Loyalität. Das Fazit von Thomas Koch ist nachvollziehbar: „Der DPP gibt Marketing ein Instrument in die Hand, das technisch wirkt und in Sachen digitaler KI allen Ansprüchen gerecht wird, aber auch die viel wichtigere, emotionale Wirkung erzeugt. Die abgespeicherten Informationen und Attribute vermitteln Sicherheit und das Gefühl, eine gute und richtige Entscheidung getroffen zu haben. Das ist die emotionale Bindung, aus der Werbewirkung und Loyalität geschaffen sind.“ Diese Sicht auf den DPP ist auch für die Branche eine gute Nachricht. Kreativ umgesetzt, kann dieser Ansatz dem Handel solide und überzeugende Verkaufsargumente bieten.

<

Einführung des DPP in der Praxis

Analyse und Strategie

- > Prüfen, welche Produkte betroffen sind
- > Datenbestand analysieren
- > Verantwortlichkeiten festlegen

Pilotphase starten

- > Ein Pilotprodukt auswählen
- > Erste DPP-Daten sammeln
- > Identifizierung und Bewertung von Risiken der Produkte
- > QR-/RFID-Kennzeichnung testen

Datenmanagement und IT-Infrastruktur aufbauen

- > Datenquellen (ERP, PIM, PLM) verknüpfen
- > Datenformate standardisieren
- > Verantwortlichkeiten definieren
- > Lieferanten integrieren

Umsetzung

- > DPP auf weitere Produktgruppen ausweiten
- > Automatisierung einführen
- > Mitarbeitende schulen
- > Prozesse laufend optimieren

DPP: Mehrwerte für Unternehmen

- > Integration in bestehende Systeme ohne tiefgreifende Prozessveränderungen
- > Transparente Datenflüsse und konsistente IT-Systemlandschaften
- > Grundlage für datenbasierte Services und Geschäftsmodelle (zum Beispiel CO2-Bilanzen, Circular Economy)
- > Leichtere Zusammenarbeit in der Lieferkette durch standardisierte Datenstrukturen

Gesetzesgrundlagen

- > Ökodesign-Verordnung: Ecodesign for Sustainable Products Regulation – ESPR, (EU) 2024/1781. Die ESPR legt ökologische Mindestanforderungen an Produkte fest, die auf dem Europäischen Markt in Verkehr gebracht werden.

Weitere Rechtsakte:

- > Batterieverordnung (EU) 2023/1542
- > Bauprodukte (EU) 2024/3110
- > Spielzeuge (EU) 2025/2509
- > Fahrzeuge (EU) 2026/1738
- > Detergenzien (EU) 2026/405



Auch Informationen zu Reparierbarkeit, Ersatzteilen und Entsorgung sind im DPP hinterlegt. So profitieren auch Verbraucher davon.

www.umweltbundesamt.de

www.ihk.de

www.bundesumweltministerium.de

[https://single-market-economy.](https://single-market-economy.ec.europa.eu/single-market/digital-product-passport_en)

[ec.europa.eu/single-market/di-](https://single-market-economy.ec.europa.eu/single-market/digital-product-passport_en)

[gital-product-passport_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/single-market/digital-product-passport_en)

<https://plus.marketing-boerse.de>

<https://www.ipk.fraunhofer.de>

Der Digitale Produktpass (DPP) im Überblick

Was ist der Digitale Produktpass und warum macht er Sinn?

Der Digitale Produktpass (DPP) ist ein standardisiertes, EU-weit verpflichtendes Informationssystem, das alle wichtigen Produktdaten digital erfasst und bereitstellt. Der Datensatz fasst die Komponenten, Materialien und chemischen Substanzen, aber auch Informationen zu Reparierbarkeit, Ersatzteilen oder fachgerechter Entsorgung für ein Produkt zusammen. Die Daten stammen aus allen Phasen des Produktlebenszyklus und können in all diesen Phasen für verschiedene Zwecke genutzt werden (zum Beispiel Design, Herstellung, Nutzung, Entsorgung). Die Strukturierung umweltrelevanter Daten in einem standardisierten, vergleichbaren Format ermöglicht allen Akteuren in der Wertschöpfungs- und Lieferkette, gemeinsam auf eine Kreislaufwirtschaft hinzuarbeiten. Der DPP ist zugleich eine wichtige Verbraucherinformation und Grundlage für verlässliche und nachhaltige Konsumentenentscheidungen im stationären wie auch im Online-Handel. Der DPP ist produktgruppenübergreifend konzipiert, wird aber sektorspezifisch ausgestaltet. Er ist für alle Unternehmen verpflichtend, auch für KMU. Denn die Pflicht richtet sich nach der Produktgruppe, nicht nach der Unternehmensgröße.

Welche Produktgruppen sind betroffen?

Der Digitale Produktpass wird ab 2026 schrittweise eingeführt:

2026/2027

- Eisen und Stahl

ab 2027

- Batterien und Akkus: „Batteriepass“ für E-Fahrzeuge, leichte Verkehrsmittel wie E-Bikes sowie Industriebatterien über 2 kWh
- Reifen und Chemikalien
- Aluminium
- Textilien und Bekleidung
- Elektro- und Elektronikgeräte

ab 2028

- Möbel und Matratzen

bis 2030 folgen schrittweise

- Kunststoffe
- Bauprodukte
- Verpackungen
- Maschinen und Geräte

Der DPP enthält Daten zu ...

- ... Materialzusammensetzung
- ... Reparierbarkeit und Ersatzteilen
- ... CO₂-Fußabdruck
- ... Energieverbrauch
- ... Lebensdauer, Wartungsinformationen

Wie profitieren Unternehmen und Verbraucher vom DPP?

Vorteile für Unternehmen

- Rechtssicherheit: Erfüllung der EU-Ökodesign-Pflichten, Vermeidung von Bußgeldern
- Automatisierte Prozesse: Weniger Aufwand beim Datenaustausch
- Wettbewerbsvorteile: Transparente Informationen zu Nachhaltigkeit
- Höhere Effizienz: Optimierung von Lieferketten und Qualitätskontrolle
- Fazit: Er erleichtert die Dokumentation, verbessert die Lieferkettentransparenz und stärkt nachhaltiges Markenimage.

Vorteile für Verbraucher

- Volle Transparenz: Herkunft, Material und Umweltauswirkungen eines Produkts
- Zugriff auf Reparatur- und Recyclingoptionen
- Unterstützung von Kreislaufwirtschaft und nachhaltigem Konsum

Wie greift man auf den Digitalen Produktpass zu?

Der DPP wird über QR-Codes, NFC-Tags oder RFID-Kennzeichnungen direkt am Produkt abrufbar sein (digitale Identifikatoren auf Verpackungen oder Produkten)

Wer stellt die Daten für den DPP bereit und wo sind sie hinterlegt?

Hersteller, Importeure und Händler tragen die Verantwortung für korrekte und vollständige Daten. Hinterlegt werden die Daten in PIM-Systemen, ERP-/PLM-Systemen, Datenbanken mit standardisierten Formaten (z. B. Asset Administration Shell). So kann jeder berechnigte Akteur – Hersteller, Händler, Reparaturbetriebe oder Verbraucher – die relevanten Informationen abrufen.

Was ist für die erfolgreiche Umsetzung wichtig?

- Frühzeitige interne Abstimmung der Bereiche IT, Recht und Produktentwicklung
- Integration von Nachhaltigkeitsaspekten
- Klare Datenqualität und definierte Datenhoheit
- Nutzung bestehender IT-Systeme und Ergänzung durch DPP-fähige Module
- Gezielte Kommunikation an Kunden, Händler und Partner
- Laufende Optimierung der Prozesse

Ob funktionale Outdoor-Artikel, hochwertige Schirme oder praktische Werkzeuge – sie **begleiten ihre Nutzer über lange Zeit** und sorgen bei jedem Einsatz für sichtbare Markenpräsenz.



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



Erste Hilfe im Kleinformat

Kompakte Vorsorge gehört bei Touren und Freizeitaktivitäten zur sinnvollen Grundausrüstung. Das First Aid Kit von Römer Wellness bündelt dafür zentrale Hilfsmittel zur Erstversorgung in einer kleinen Filztasche. Enthalten sind Verbandtuch, Fixier- und Mullbinde, Wundschnellverband, Heftpflaster, Vinylhandschuhe, Kleinschere, Sicherheitsnadeln und Alkoholtupfer. Das Set lässt sich durch ein Gummiband sicher verschließen, beansprucht im Rucksack oder Gepäck wenig Platz und kann nach Gebrauch erneut bestückt werden. Damit eignet es sich für Wanderungen, Camping und Fahrradtouren, bei denen kleinere Verletzungen schnell versorgt werden sollen. Für den Einsatz als Werbeartikel lässt sich die Tasche mit einem individuellen Aufdruck versehen. Der praktische Nutzwert bleibt auch nach der Übergabe erhalten, weil die Ausstattung nicht an einen einmaligen Gebrauch gebunden ist.



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

Doppelter Regenschutz

Der Regenschirm der Lumitoys-GmbH ist nicht nur ein Eye-Catcher, sondern schützt gleich in doppelter Hinsicht: Nicht nur vor Regen, sondern auch vor der Gefahr, im Dunkeln übersehen zu werden. Durch die in den Speichen angebrachten bunten oder einfarbigen LEDs mit ihren verschiedenen Blinkmodi sind der Schirm und sein Träger weithin sichtbar. Ein weiteres zusätzliches Sicherheitsplus ist die transparente Bespannung, die ein Hindurchblicken möglich macht und so hilft, unerwünschte Zusammenstöße zum Beispiel mit anderen Passanten, Verkehrsteilnehmern oder Laternenpfählen zu verhindern. Das Öffnen und Schließen des Schirms erfolgt manuell, die LEDs werden per Batterie betrieben, der Austausch funktioniert schnell und unkompliziert. Eine individuelle Bedruckung ist selbstverständlich möglich, wahlweise auf dem Griff oder auf der Bespannung.

Schützendes Duo

Für unbeschwerte Tage im Freien bietet Sanders Imagetools durchdachte Essentials mit zuverlässigem Schutz. Das sensitive Insektenschutz-Spray mit dem Wirkstoff Icaridin schützt effektiv bis zu sechs Stunden vor Mücken und fünf Stunden vor Zecken. Die allergikerfreundliche Rezeptur ist sanft zur Haut, für Kinder ab zwei Jahren geeignet und damit ideal für Camping, Outdoor-Aktivitäten und die ganze Familie. Erhältlich als 20 Milliliter Spray sowie als 50 Milliliter Spray wahlweise mit Bumper. Ergänzt wird das Sortiment durch hochwertige Sonnenschutzprodukte, die Schutz und Pflege optimal verbinden. Die Formulierungen sind vegan, frei von Mikroplastik, Parabenen, Silikonen und Mineralölen, ohne Octocrylen und gemäß Hawaii-Riffgesetz korallenfreundlich. Den Sonnenschutz gibt es in verschiedenen Verpackungen: von Tuben und Flaschen über Sprays bis hin zum DuoPack, in dem zwei Füllungen wie zum Beispiel Sonnenlotion und Aftersun-Lotion in einer Verpackung kombiniert werden können. Beide Produkte sind je nach Verpackung ab 100 respektive 250 Stück erhältlich.

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





PSI 48418
 TedGifted c/o TGL Poland sp. z o.o.
 Tel +48 61 3072345 • info@tedgifted.com
 tedgifted.com/reflect-collection-bandana

Multifunktionales Accessoire

Das „Reflect Bandana“ erweitert einen bekannten Werbeartikel um eine praktische Funktion. Ein multifunktionales Outdoor-Accessoire, hergestellt in Polen aus weichem, atmungsaktivem Polyester. Es verfügt über einen durchgehenden, integrierten Reflexstreifen, der die Sichtbarkeit bei schlechten Lichtverhältnissen beim Laufen, Radfahren, Wandern und bei Teamaktivitäten verbessert. Das dehnbare Material lässt sich als Snood, Stirnband, Mütze oder Halswärmer tragen und eignet sich somit für verschiedene Sportarten und Outdoor-Aktivitäten. Vollfarbiger Sublimationsdruck für detailliertes individuelles Branding auf der gesamten Stofffläche; der reflektierende Streifen selbst ist nicht bedruckbar. Die Produktion dauert ab zwei Tagen, mit Unterstützung bei der Online-Visualisierung vor der Auftragsbestätigung. Erhältlich bei TedGifted.

Maximale Aufmerksamkeit

Outdoorplakate sind wetterfeste Werbeträger, die für maximale Sichtbarkeit garantieren. Solche Outdoorplakate, auch als Allwetterplakate oder wetterfeste Plakate bezeichnet und im Sektor bei marcolor erhältlich, sind darauf ausgelegt, Wind, Regen, UV-Strahlung und Temperaturschwankungen zuverlässig standzuhalten. Im Gegensatz zu herkömmlichen Papierplakaten produziert die Druckerei marcolor die wetterfesten Plakate aus einer Polypropylen-Folie. Diese sorgt nicht nur für Stabilität, sondern verhindert auch ein schnelles Ausbleichen der Farben oder ein Aufweichen durch Feuchtigkeit. Die Outdoorplakate werden im Wunschformat von DIN-Größen bis hin zu großflächigen Sonderproduktionen gefertigt und können ein- und beidseitig bedruckt werden. Durch den UV-Digitaldruck entstehen Motive mit brillanten Farben.



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

Schneidige Angelegenheit

Der magnetische Messerblock mit Schneidebrett aus Duracore, den Continenta jetzt auch in Akazie anbietet, bietet Platz für sechs bis acht Messer und als einer der ersten seiner Art eine waagrechte Bestückung: ein Konzept, das Funktionalität, Sicherheit und Platzersparnis konsequent vereint. Herzstück des Messerblocks sind hochwertige, kraftvolle Magnete, die eine sichere Haftung der Messer gewährleisten. Die Messer werden seitlich von vorne angelegt und entnommen. Dadurch eignet sich der Block auch ideal für kleinere Küchen und ermöglicht gleichzeitig eine komfortable, intuitive Handhabung im täglichen Gebrauch. Ein besonderes funktionales Highlight ist das integrierte Schneidebrett aus dem Recycling- Werkstoff Duracore, das mittig in den Messerblock eingeschoben wird. So ist es jederzeit griffbereit, sauber verstaut und perfekt in den Arbeitsablauf eingebunden. Diese Kombination aus Messeraufbewahrung und Schneidfläche schafft Ordnung auf der Arbeitsfläche und unterstützt effizientes Arbeiten in der Küche. Alle Artikel aus Duracore – hergestellt aus 80% recyceltem Material – sind extrem belastbar, bis 180°C hitzebeständig, hervorragend für die Lagerung im Kühlschrank geeignet und spülmaschinenfest, gleichzeitig messerschonend und besonders hygienisch.



PSI 46850 • Continenta GmbH
 Tel: +49 761 5158500 • info@continenta.de
 www.continenta.de

PSI 44186 •
team-d Import-Export Warenvertriebs GmbH
Tel +49 7181 989600 • info@team-d.de
www.team-d.de

Praktische Arbeitsleuchte

Ruler, die aufladbare Arbeitsleuchte mit Lineal, Haken, Magnet und digitaler Akkuanzeige in Prozent, findet sich im Produktportfolio der team-d Import-Export Warenvertriebs GmbH. Das wertige Produkt ist robust, wetterfest und kompakt und ideal geeignet für den Einsatz in Werkstatt, Handwerk und Outdoor. Die Veredelung erfolgt seitlich der Lampe. Ausgerüstet mit einem bis zu 180 Grad schwenkbaren Arm lässt sich die Arbeitsleuchte flexibel an jede Situation anpassen. Im Lieferumfang des in einem Geschenkkarton verpackten Produkts ist ein USB-C Kabel inklusive.



Werkzeug am Clip

Werkzeuge, die eine Marke bekannt machen, hat der polnische Werbeartikelspezialist DreamPen im Repertoire. Mit den Ideen zur individuellen Umsetzung verschiedenster Designs lassen sich Marken unvergesslich machen: Die Clip4you-Stifte etwa verwandeln Werkzeuge und Baumaschinen in auffällige Marketing-Gadgets, die Kunden gerne behalten möchten und gerne täglich in Gebrauch haben. Von Elektrowerkzeugen bis hin zu schweren Maschinen bringt DreamPen die Marke des Kunden in Schwung und realisiert Werbeartikel, die genauso hart arbeiten wie die mit ihnen werbende Marke.



PSI 45720 • DreamPen Producer of ballpens
Tel +48 68 4772230
sales@dreampen.com
www.dreampen.com • www.clip4you.com



Persönlicher Start

Ab sofort erhältlich bei Polyclean ist das rPET ActiveTowel® Sports: ein Handtuch, das sich für das Onboarding individuell auf neue Mitarbeiter zuschneiden lässt. Neben Logo, Corporate Design oder Kampagnenmotiv kann das textile Produkt mit Namen gestaltet werden und avanciert so zum Welcome-Geschenk mit echtem Einzelstück-Charakter. Auch die Verpackung wird Teil des persönlichen Erlebnisses: Individuell gestaltbare Schubser oder Klappkarten bieten zusätzlichen Raum für Namen und Begrüßungstexte. So entsteht ein durchgängig personalisiertes Onboarding-Produkt, das Wertschätzung sichtbar macht und vom ersten Tag an in Erinnerung bleibt. Zu dem umfangreichen Portfolio der Ostwestfalen gehören zudem Brillentücher, Displaytücher, GripCleaner®, PocketCleaner® und vieles mehr, alles in hochwertiger Qualität „Made in Germany“, kurze Lieferzeiten inklusive.



PSI 46596 • Polyclean International GmbH
Tel +49 2561-865580
info@polyclean.com
www.polyclean.com



PSI 40884 • Richartz GmbH
Tel +49 212 232310 • info@richartz.com
www.richartz.com

Problemlöser fürs Fahrrad

32 durchdachte Funktionen – vom Kettennieter bis zum Reifenheber – machen das BIKETOOL 32+ zum zuverlässigen Begleiter für Gravel-, E-Bike- und Rennradtouren. Kompakt, hochwertig und immer griffbereit, löst es unterwegs genau die Probleme, auf die es ankommt. Entwickelt von RICHARTZ in Solingen und ausgezeichnet mit dem Red Dot Design Award 2025, verbindet es über 125 Jahre Erfahrung mit prämiertem Design und hoher Funktionalität. Als individueller Markenbotschafter schafft das BIKETOOL 32+ bei jeder Tour wertvolle, positive Markenkontakte – sichtbar in der Gruppe, nützlich im entscheidenden Moment und immer wieder im Einsatz. Ein Werbemittel mit echtem Mehrwert, das bleibt.

Werkzeug kompakt

Mit dieser achteiligen Heytec Haushalts-Werkzeugtasche von Heyco sind wichtige Werkzeuge für Reparaturen, Montage- und Ausrichtarbeiten im Haushalt griffbereit. Die Ausstattung umfasst ein 18-Millimeter-Cuttermesser, einen verstellbaren Einmaulschlüssel nach DIN 3117, einen Zwei-Meter-Holzgliedermaßstab, einen 300 Gramm schweren Schlosserhammer, einen vollisolierten Spannungsprüfer für 150 bis 250 Volt, eine Wasserpumpenzange sowie eine Wasserwaage. Die praktische Zusammenstellung bietet eine solide Grundausstattung für vielfältige Arbeiten im Haushalt.



PSI 47249
Heyco Qualitätswerkzeuge GmbH & Co.KG
Tel +49 2191 2050 • info@heyco.de
www.heyco.de



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



Süße Begleitung

Outdoor-Aktionen bieten jede Menge Möglichkeiten für aufmerksamkeitsstarke Werbemittel. Warum also nicht einmal etwas Süßes mit auf Tour nehmen? Mit thematisch passenden Produkten aus dem Sortiment von Zuckerbäcker wird aus klassischer Nervenahrung ein überraschender Begleiter für Camping, Freizeit und sommerliche Outdoor-Aktivitäten. Der Naschbeutel Guter Fang zum Beispiel ist nicht nur für Angler ein Treffer: Mit seinem maritimen Motiv passt er perfekt zu Ausflügen ans Wasser, Angelaktionen oder sommerlichen Freizeit-Events. Und wenn es beim Outdoor-Abenteuer doch einmal nass wird, kommen die Rettungsringe ins Spiel: Das passende Motiv macht sie zum sympathischen Give-away für Wassersport, Strandaktionen, Freibäder, Campingplätze oder maritime Events. Individuell gestaltet, werden aus den kleinen Rettungsringen süße Werbe-Rettungsanker für die Marke.

Wirkungsvolles Branding

Individuelle Markenbotschaften auf großer Fläche garantieren die Schirme von Spezialist Fare aus Remscheid. Der Allover Xpress Service von Fare bringt Bildmotive nicht nur einfach aufs Tuch, sondern vollflächig, großflächig und gestochen scharf. Und das ab 100 Stück. Der Clou: Neben der vollflächigen Bedruckung außen lässt sich auf Wunsch auch der Innendruck realisieren, ebenfalls ab 100 Stück. So entsteht ein beeindruckendes visuelles Erlebnis beim Öffnen des Schirms – überraschend, kreativ, markenstark. Dank Digitaldrucktechnik lassen sich auch Pantone-Farbtöne detailgetreu abbilden. Das eröffnet Designern und Markenverantwortlichen einen besonders großen Spielraum, um Markenwelten eindrucksvoll auf die Werbefläche zu bringen. Im Vergleich zur klassischen Sonderproduktion verkürzt sich übrigens auch die Lieferzeit spürbar. Zur Verfügung stehen acht bewährte Fare-Schirmmodelle, darunter auch ein Strand-Sonnenschirm. Mit Allover Xpress zeigen die Remscheider, dass starke Individualisierung längst nicht mehr an große Mengen gekoppelt ist. Wer seine Marke bei Wind und Wetter ins richtige Licht rücken möchte, hat jetzt mehr Spielraum denn je. Mit jeder Schirmbestellung lässt sich außerdem Gutes tun: Unternehmen, die 100 Schirme im FARE Allover Xpress Service bestellen und bereit sind, mindestens 100 Euro an den Kinderschutzbund zu spenden, nehmen automatisch an der Kampagne #SCHUTZschirmfürKINDER teil, die FARE zusammen mit dem Kinderschutzbund ins Leben gerufen hat. Die teilnehmenden Unternehmen erhalten eine digitale Werbeurkunde und ein Paket mit Texten und Bildern für die eigene Kommunikation und die Verbreitung der Kampagne.

PSI 43144
Fare – Guenther Fassbender GmbH
Tel +49 2191 60915-0 • info@fare.de
www.fare.de





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

Lichte Momente

Für die Nachtsicht beim Campen unerlässlich ist die Campinglampe Night Owl von TROIKA: Zugleich ist sie jedoch noch so vieles mehr als nur ein Campinglicht. Sie ist Powerbank mit 4000 mAh, hat 250 Lumen helles, kaltweißes Licht oder warmweißes Stimmungslicht in einer Stärke von 160 Lumen und eine helle Taschenlampe. Die drei verschiedenen Leuchtmodi und die Blinklichtfunktion kommen noch dazu. Außerdem ist sie bei spritzwassergeschützt. Diese praktische Kombination aus Campinglampe und Powerbank ist wiederaufladbar und informiert über den aktuellen Akkustand per LED Anzeige. Ein USB-C Ladekabel ist inklusive. Die einfache Handhabung und das robuste, matte Kunststoffgehäuse in Schwarz sorgen für Langlebigkeit und stilvolles Design. Diese Campinglampe und Powerbank ist leicht und tragbar, ideal für alle Outdoor- Aktivitäten und die perfekte Kombination aus Lichtquelle und Ladegerät für unterwegs.

Zielgerichtete Kundenansprache

Die maßgeschneiderte Branchen- und Themenbox Garten und Handwerk von mbw® bietet Werbemittelhändlern eine sorgfältig zusammengestellte Auswahl an Werbe- und Geschenkartikeln, die speziell auf die Bedürfnisse von Kunden aus den Bereichen Gartencenter, Blumenläden, Baumärkte und Handwerksbetriebe abgestimmt sind. Die zielgruppengerechte Box enthält beliebte Geschenk- und Werbeartikel, die durch umfangreiche Recherchen und Branchenkenntnisse ausgewählt wurden, um den Geschmack der Kunden exakt zu treffen. Zudem lässt sich die Box nutzen, um Kunden kostengünstig und mühelos passende Muster zu präsentieren und so neue Umsätze zu generieren. Die Boxen können auch direkt und neutral an die Kunden versendet werden.



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

PSI 46850 • ADV PAX Lutech GmbH
Tel: +49 7123 38007-0 • info@adv-pax.de
www.adv-pax.de



Weihnachtlich präsentiert

Die verschiedenen Weihnachtsdosen der ADV PAX Lutech GmbH, erhältlich in den Varianten Weihnachtsbaum Merry Christmas, Jingle Baum small, Jingle Baum big, little Bear und Mini car green, verbinden außergewöhnliche Sonderformen mit festlichem Design. Besondere Highlights sind die beiden drehenden Jingle Bäume mit integriertem Musikspielwerk und der Melodie „Jingle Bells“. Die langlebigen Metalldosen eignen sich ideal für die Aufbewahrung von Süßwaren, Gebäck, Tee und kleinen Präsenten und lassen sich dekorativ weiterverwenden. Ideal für saisonale Verkaufsaktionen, als Geschenksets sowie aufmerksamkeitsstarke Kunden- und Mitarbeiterpräsentate.



PSI 47105 • Medical Promotion by
Gramm medical healthcare GmbH
Tel +49 7151 250250
info@medical-promotion.de
www.medical-promotion.de

Bedruckbare Erste-Hilfe-Sets

Mit den Doypacks bietet Medical Promotion eine moderne, vielseitige und individuell bedruckbare Verpackungslösung für Erste Hilfe Produkte. Die leichten, robusten Doypacks sind mit einem wiederverschließbaren Druckverschluss ausgestattet und ideal für aufmerksamkeitsstarke Werbeaktionen oder als hochwertiges Kundengeschenk. Die kompakten Pflastermäppchen sind wahlweise mit Standardpflastern, Kinderpflastern oder individuell bedruckten Pflastern erhältlich und bieten so vielfältige Möglichkeiten für einen nachhaltigen Werbeauftritt. Die größeren Doypacks enthalten die bewährte Mediboy-Füllung, die in verschiedenen Varianten erhältlich ist, beispielsweise als Reise Erste Hilfe-Set, Zecken-Set oder mit wasserabweisenden Pflastern. So entstehen individuelle Werbeartikel mit hohem Nutzwert, die Kunden und Mitarbeitende lange begleiten. Durch kurze Lieferzeiten ist auch die zuverlässige Umsetzung kurzfristiger Promotion- und Kampagnenprojekte möglich.

Stylisches Equipment für draußen

Das neue Multitool BIKE Art.Nr. 8545 von Hepla ist der ideale Begleiter für jeden Fahrrad- und Wanderfreund sowie für Werkzeugliebhaber. Das kompakte Klappdesign ist leicht, handlich und funktional – perfekt für unterwegs, es passt in jede Tasche. Mit der edlen Holzoptik verbindet es hochwertige Funktionalität mit einem modernen, natürlichen Design. Das Multitool bietet eine Vielzahl an nützlichen Werkzeugen z.B. Schraubendreher, Innensechskant, Steckschlüssel mit Nüssen in verschiedenen Größen, die platzsparend integriert und einfach ausklappbar sind. So ist schnelle Hilfe bei kleinen Reparaturen immer griffbereit. Das Multitool BIKE vereint alles, was man auf Tour zu Rad oder zu Fuß braucht: durchdachtes Design, solide Handhabung und ein Look, der sich von herkömmlichen Werkzeugen abhebt. Für unterwegs ist man bestens gerüstet. Auf Wunsch kann der Artikel in der hauseigenen Druckerei per Tampondruck veredelt werden.

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



PSI 60835 • Fairwerk - Inntal-Werkstätten
Tel +49 8071 102226 • info@fairwerk.de
www.fairwerk.de



Würzige Mischung

Ordnung, die mit auf Reisen kommt, gewährleistet die in zwei Größen erhältliche Fairwerk Gewürzkiste: Sie bringt Salz, Pfeffer, Öl, Essig, Gewürze und Saucen stilvoll an einen gemeinsamen Platz. Dank des praktischen Griffs lässt sich alles bequem vom Küchenbereich auf den Tisch oder nach draußen transportieren. Gerade im Camping- und Outdoorbereich sorgt sie dafür, dass beim gemeinsamen Essen alles griffbereit und ordentlich verstaut ist. In zwei Größen erhältlich, verbindet sie hochwertige, geölzte Eiche mit pflanzlichem Filz. Damit ist sie nicht nur für Gastronomie und Hotellerie interessant, sondern auch als hochwertiges Übergabegeschenk bei der Auslieferung von Campingmobilen. Ein funktionales Designprodukt, das unterwegs ebenso überzeugt wie zu Hause und Alltagstauglichkeit mit natürlichen Materialien verbindet.

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



Für passionierte Explorer

Ideal für Stadt, Waldweg oder einen schnellen Abstecher an den See ist der Rucksack Explore von Halfar: kompakt, robust und mit einem praktischen Rolltop-Verschlusssystem, das sich dem Inhalt flexibel anpasst. Die verschweißten Nähte und das appretierte Obermaterial schützen das Gepäck bei wechselnden Wetterbedingungen vor Schmutz und Feuchtigkeit. Elastische Netz-Seitentaschen nehmen Trinkflasche oder Kleinteile schnell und sicher auf. Und das Schlaufenband auf der Front bietet zusätzliche Möglichkeiten zum Befestigen. Innen sorgt das hängende Reißverschlussfach dafür, dass Wichtiges nicht untergeht. Denn mit seinen 22 Litern Fassungsvermögen ist der Explore groß genug für ausgedehnte Tagesausflüge. Damit es auch beim Tragen angenehm bleibt, verfügt der leichte Allrounder über ein gepolstertes Tragesystem mit individuell einstellbarem Brustgurt sowie über einen praktischen Handgriff. Das praktische Produkt ist in Beige und Schwarz verfügbar, kann individuell per Sieb- und Transferdruck veredelt werden und macht Marken unterwegs dauerhaft sichtbar.





NaM6_04
PSI 42332 • PRODIR
Tel +41 91 9355555 • sales@prodir.ch
www.prodir.com



Connector für den mobilen Alltag

Mit dem MC01 präsentiert Prodir einen Aluminium-Connector, der als funktionales Alltagswerkzeug konzipiert ist und zugleich neue Impulse in der Markenkommunikation setzt. Anders als klassische Karabiner, die für extreme Belastungen entwickelt wurden, richtet sich der MC01 gezielt an den täglichen Einsatz zwischen Büro, Event und unterwegs, indem er Schlüssel, Badges und andere wichtige Gegenstände zuverlässig zusammenhält. Gefertigt aus eloxiertem Aluminium vereint das Produkt ein geringes Gewicht mit hoher Stabilität und einer langlebigen, widerstandsfähigen Oberfläche. Aluminium als Material steht dabei nicht nur für Robustheit, sondern auch für Nachhaltigkeit, da es unbegrenzt recycelbar ist und somit langfristig Ressourcen schont. Der aus drei präzise gefertigten Teilen bestehende Connector überzeugt durch seine sorgfältige Verarbeitung und bietet gleichzeitig eine großzügige Fläche für individuelle Markenbotschaften, die sich mittels Mehrfarbdruck oder Lasergravur umsetzen lassen. Verschiedene Farbvarianten sowie Optionen zur Veredelung erlauben eine differenzierte Anpassung an Corporate Designs und verleihen dem Produkt zusätzlichen Wiedererkennungswert. Als Erweiterung des bestehenden Sortiments an Schreibgeräten und Notizbüchern eröffnet der MC01 neue Wege, Marken im Alltag sichtbar zu machen, da er kontinuierlich genutzt, getragen und wahrgenommen wird.

Allrounder für jeden Einsatz

24 durchdachte Funktionen – vom geschmiedeten Drahtschneider über die Säge bis zum Glasbrecher – machen das EXOTOOL 24+ zum vielseitigen Begleiter für Werkstatt, Handwerk und Alltag. Besonders praktisch: Viele Funktionen sind direkt am geschlossenen Tool einsatzbereit. Entwickelt von RICHARTZ in Solingen und ausgezeichnet mit dem Red Dot Design Award 2025, verbindet es über 125 Jahre Erfahrung mit prämiertem Design und hoher Funktionalität. Als hochwertiger Markenbotschafter bleibt das EXOTOOL 24+ über Jahre im Einsatz und schafft bei jeder Anwendung positive Markenkontakte. So wird aus einem praktischen Werkzeug ein Werbemittel mit echtem Mehrwert – zuverlässig, langlebig, sichtbar und immer griffbereit.



PSI 40884 • Richartz GmbH
Tel +49 212 232310 • info@richartz.com
www.richartz.com



Einprägsame Mützen

Ideal für den Einsatz im Herbst sind die Mützen mit Prägung aus dem Sortiment von Bosscher, die Komfort und Design vereinen. Anstatt das Logo aufzudrucken oder aufzusticken, wird es mithilfe einer speziellen Technik direkt in den Strickstoff eingepreßt. Der Ton-in-Ton-Effekt verleiht dem Logo eine ungewöhnliche Tiefe. Die attraktive Kopfbedeckung, erhältlich wahlweise aus 100 Prozent Acryl oder 100 Prozent Baumwolle, fühlt sich weich an, ist formstabil und ideal für kältere Tage im Freien. Vollständig nach Maß in der Wunschfarbe des Kunden gefertigt und ab 100 Stück erhältlich, ist sie eine großartige Wahl für Herbstkampagnen, Werbegeschenke, Outdoor-Veranstaltungen und Einzelhandelskollektionen. Optional zu haben sind ein gewebtes Etikett, Anhängetikett und eine individuelle Verpackung.

PSI 44755 • Bosscher International
Tel +31 10 265 11 68
sales@bosscher-international.com
www.bosscher-international.com



PSI 41836
meterex - Karl Kuntze GmbH & Co.
Tel +49 2173 9988690
meterex@meterex.com
www.meterex.com

Elegant – präzise – langlebig

Mit dem kompakten Qualitäts-Bandmaß Reflection stellt meterex ein neues Produkt in elegantem Design vor. Es wird in den Längen 3m und 5m angeboten und besitzt eine automatische Stopp-Technik. Diese Funktion ermöglicht ein komfortables Messen, da das Stahlband an jedem Punkt automatisch stehen bleibt. Daneben verfügt das Bandmaß über doppelseitig bedruckte, nylonbeschichtete Stahlbänder mit großen schwarz/roten Zahlen, die die Ablesbarkeit der Ziffern deutlich verbessert. Die hochwertige Stahlband-Beschichtung gewährleistet eine hohe Langlebigkeit, da die Bänder auch nach langem Gebrauch nicht zerkratzen. Der hochwertige Carbonstahl ermöglicht einen stabilen Bandauszug bis zu einer Länge von 2m. Ein praktischer Gürtelclip und Handschlaufe runden das anwenderfreundliche Produkt ab. Die Werbung kommt auf der glänzenden Plakette in blau und bronzefarben hervorragend zur Geltung.

Der Berg ruft

Bei Tageswanderung oder im Rahmen einer mehrtägigen Bergtour sind gut gepflegte Wanderschuhe die beste Voraussetzung für jedes Outdoor-Abenteuer. Mit dem Wandersäckle bietet Frank Bürsten ein durchdachtes Schuhpflege-Set, das alles enthält, was Wanderfreunde für die Reinigung und Pflege ihrer Schuhe benötigen. Praktisch verstaut in einem hochwertigen Baumwollbeutel mit Kordelzug, beinhaltet das Set eine Schmutzbürste und einen Reinigungsgummi zur gründlichen Entfernung von Schmutz und Flecken. Eine neutrale Schuhcreme, eine Cremebürste und ein Poliertuch pflegen das Leder, unterstützen seine wasserabweisenden Eigenschaften und verlängern die Lebensdauer der Schuhe. Ein Schuhanzieher ergänzt das Set und erleichtert das Anziehen der Wanderschuhe. Dank seiner kompakten Größe findet das Wandersäckle in jedem Rucksack problemlos Platz. Auf Wunsch lässt sich das Wandersäckle individuell mit Firmen- oder Werbelogos auf Bürsten oder Baumwollbeutel gestalten.



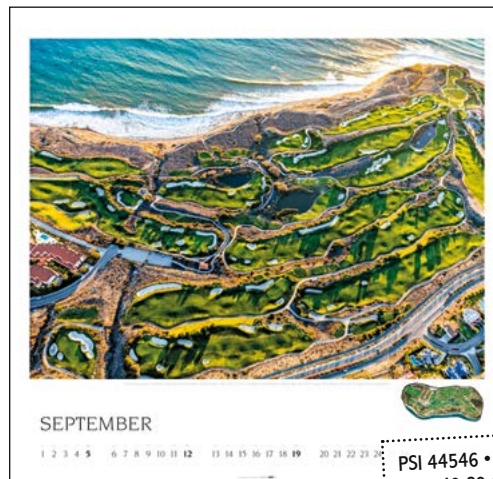
PSI 41853 • Frank Bürsten GmbH
Tel +49 7673 88865-0
info@frank-brushes.de
www.frank-brushes.de

Individuelle Hygienetücher

Eine Tissue-Box von Tonki aus der Produktlinie Tomodo, die Mobilität in den Mittelpunkt rückt, gibt es in Form eines LKWs gestaltet und vollständig individuell anpassbar. Damit ist dieser auffällige Werbeatikel ideal für Logistik-, Transport- und Mobilitätskampagnen sowie für Messen, Büros und Firmenveranstaltungen. Die großzügige bedruckbare Fläche bietet reichlich Platz für Logos, Kampagnenbotschaften und individuelle Grafiken, während das dreidimensionale Lkw-Design einen unmittelbaren visuellen Bezug zur Straße und zur Transportbranche herstellt. Ein praktischer Werbeatikel mit starker Präsenz im Regal und auf dem Schreibtisch, der ein Alltagsprodukt in ein unvergessliches Markenerlebnis verwandelt.



PSI 60579 • Tonki Srl
Tel.: +49 174 1541001
info@todomodo.com
www.todomodo.com



SEPTEMBER

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

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

Zeit auf dem Green

Golfanlagen mit besonderer Atmosphäre: ein Jahres-Wandkalender für alle, die gerne ihre Zeit auf dem Green verbringen. Internationale Golfplätze in imposanten Aufnahmen in Spitzenqualität sowie detaillierten Bildunterschriften zu den jeweiligen Golfplätzen. Ein Outdoorsport-Kalender im extra großen Format 48 × 46 cm. Die Werbeanbringung ist ab 50 Stück möglich und passende Einzelversandverpackungen sind ebenso erhältlich. – Werbekalender gehören zu den absoluten Klassikern unter den haptischen Werbebotschaftern und erfreuen sich Jahr für Jahr größter Beliebtheit. Mit einem hochwertigen Marken Kalender von ATHESIA bleibt der werbende Kunde 365 Tage im Jahr im Blickfeld.



Bequemes Trocknen

Trocken, hygienisch frisch und vorgewärmt: Der elektrische Schuhtrockner von TFA Dostmann sorgt für Schuhkomfort für Menschen, die bei jedem Wetter im Freien arbeiten, joggen, Ski fahren oder gerne wandern. Damit gehört das Problem nasser, unangenehm riechender Schuhe, die auch noch einen idealen Nährboden für Mikroorganismen bieten, der Vergangenheit an. Statt die feuchten Stiefel oder Sportschuhe mit Zeitungspapier auszustopfen oder auf die Heizung zu legen, steckt man einfach die Heizelemente in die Schuhe und sie werden schonend und gleichmäßig bei zirka 55° Celsius getrocknet. Denn unsachgemäßes Trocknen schadet dem Leder, das wie die Sohlen brüchig wird. Die empfohlene Trockenzeit variiert je nach Schuhart und wird automatisch über einen Timer gesteuert. Drei Modi stehen zur Wahl: drei Stunden für Lederschuhe, sechs Stunden für Sportschuhe sowie neun Stunden für gefütterte Schuhe und Stiefel. Die Energieversorgung erfolgt per Netzstecker. Zwei Farbvarianten sind erhältlich: weiß und petrol.



PSI 41875 • TFA Dostmann GmbH & Co. KG
 Tel +49 9342 3080 • info@tfa-dostmann.de
 www.tfa-dostmann.de



Boompods EU Sp. z o.o
Tel +44 780 1865849
info@boompods.com
www.boompods.com



Energiegeladen

Mit Obi, der Neutron UltraPower-Solar-Powerbank, stellt Boompods ein Kraftpaket im Taschenformat mit 10.000 mAh Leistung vor. Ausgerüstet mit einem USB-C- und zwei USB-A-Anschlüssen, bleibt der Anwender auch unterwegs immer aufgeladen. Das Design ist angenehm schlank und dank des Solarbetriebs steht das Produkt für die ultimative tragbare Energielösung. So bleibt der Nutzer überall in Verbindung, wohin auch immer das Abenteuer hinführt.

Kompaktes Rettungstool

Das hochwertige Heyco Sicherheits-Rettungsmesser vereint wichtige Funktionen in einem kompakten Design. Der robuste Messerstahl wird durch einen praktischen Gürtelclip ergänzt. Für Notfallsituationen stehen ein Gurtschneider und ein Scheibenzertrümmerer zur Verfügung. Die Klinge verfügt über einen Wellenschliff mit Sägeverzahnung. Genarbte Kunststoffeinslagen sorgen für eine griffige Oberfläche, während Edelstahlschrauben die hochwertige Ausstattung abrunden.



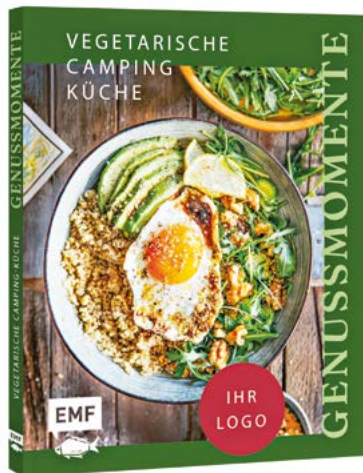
PSI 47249
Heyco Qualitätswerkzeuge GmbH & Co.KG
Tel +49 2191 2050 • info@heyco.de
www.heyco.de

Stilvoll genießen

Mit dem neuen Kaffeebecher To-Go Wave von Hepla wird jeder Kaffee- oder Teemoment zum stilvollen Erlebnis. Der hochwertige Mehrwegbecher verbindet modernes Design mit praktischer Funktionalität und steht für umweltbewussten Genuss von Heißgetränken unterwegs. Der auslaufsichere Deckel sorgt für sorgenfreies Trinken und durch die Wiederverwendbarkeit wird Einwegmüll reduziert. Im Standard erhältlich in klassischem Weiß, gedecktem Schwarz und modernem Silber, fügt sich der Becher perfekt in jeden Lifestyle ein. Die sanfte Wellenstruktur wirkt optisch sehr ansprechend und bietet eine angenehme Haptik und einen sicheren, rutschfesten Griff. Der Kaffeebecher vereint Ästhetik, Funktion und Umweltbewusstsein und ist ideal für alle, die ihren Kaffee oder Tee mit Stil genießen wollen. Auf Wunsch lässt sich das Produkt in der hauseigenen Druckerei im Tampondruck oder mit einer hochwertigen Lasergravur veredeln.



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



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

Vegetarischer Outdoor-Genuss

Ob mit dem Van durch Europa, beim Zelten am See oder auf dem Wochenendtrip im Wohnmobil: Mit diesen unkomplizierten, vegetarischen Vanlife-Rezepten der Edition Michael Fischer muss niemand mehr unterwegs auf Genuss verzichten. Die Rezepte sind perfekt für Outdoor-Küche und Vanlife-Abenteuer. Auf Wunsch integriert der EMF-Verlag Produkte und Dienstleistungen des Kunden in den Rezepttexten. Zudem kann ein Logo auf dem Cover platziert und das Corporate Design berücksichtigt werden. So entsteht ein individuelles Buch, das perfekt zum Unternehmen und der Marke passt.

Präzise markieren

Der Hauser H4000 All-in-One Tieflochmarker ist die praktische Markierlösung für Handwerk und Baustelle. Dank seiner extra langen Spitze lassen sich auch tiefe Bohrlöcher und schwer zugängliche Stellen präzise markieren. Die robuste Graphitmüne schreibt auf zahlreichen Oberflächen wie Holz, Beton, Ziegel, Metall, Kunststoff, Glas und Fliesen. Der Marker verfügt über eine nachfüllbare Druckmechanik für eine lange Nutzungsdauer. Praktisch ist der integrierte Anspitzer unter dem Clip, mit dem die Mine jederzeit einsatzbereit bleibt. Das Holster mit Spezialclip ermöglicht eine komfortable einhändige Bedienung und schnellen Zugriff im Arbeitsalltag. Als hochwertiges Werbemittel sorgt er für nachhaltige Markenpräsenz im Handwerk.



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

Optimale Sichtbarkeit

In der dunklen Jahreszeit respektive bei schlechten Sichtverhältnissen ist es besonders wichtig, auch in der Freizeit gut sichtbar zu sein. Reflektierende Accessoires aus dem Sortiment von Reflaktive können dabei helfen, die eigene Sichtbarkeit deutlich zu verbessern. Dazu gehören zum Beispiel reflektierende Armbänder, Anhänger, Aufkleber, Westen oder reflektierende Elemente an Kleidung und Rucksäcken. Sie werfen das Licht von Autoscheinwerfern zurück und machen Personen für andere Verkehrsteilnehmer früher erkennbar. Die reflektierenden Accessoires sind idealerweise an Stellen zu tragen, die sich bewegen, beispielsweise an Armen oder Beinen. Dadurch können Autofahrer und andere Verkehrsteilnehmer schneller erkennen, dass sich eine Person am Straßenrand oder auf einem Weg befindet.



PSI 46970
reflAktive – Eine Marke der safeReflex GmbH
Tel +49 4971 9233-12 • info@reflaktive.de
www.reflaktive.de



PSI 46850 • ADV PAX Lutech GmbH
Tel: +49 7123 38007-0 • info@adv-pax.de
www.adv-pax.de



Gutes bestens verstaut

Das Lunchbox Set von ADV PAX Lutech verbindet eine hochwertige Edelstahl-Lunchbox mit einer dazu passenden Trinkflasche zu einem praktischen Begleiter für unterwegs. Das langlebige Set eignet sich ideal für Schule, Büro, Freizeit oder den täglichen Einsatz und bietet eine nachhaltige Alternative zu Einwegverpackungen. Die robuste Verarbeitung sowie das kompakte Format sorgen für eine sichere und komfortable Nutzung. Individuelle Veredelungen ermöglichen eine markengerechte Gestaltung. Das Set ist somit ideal als hochwertiges Mitarbeitergeschenk, Werbeartikel oder für aufmerksamkeitsstarke Promotion- und Kundenaktionen.

Messbarer Werbeerfolg

Ein gutes Werkzeug ist zur Hand, wenn es gebraucht wird. Und genau darin liegt die Stärke eines individuell gefertigten Rissbreitenmessers, erhältlich bei marcolor. Als praktisches Werbemittel für Baugewerbe, Handwerk, Ingenieure oder Sachverständige verbindet es präzises Messen mit dauerhafter Markenpräsenz. Für die Gestaltung stehen drei Standardformen inklusive passender Messskalen zur Verfügung. Logo, Kontaktdaten und weitere Informationen lassen sich individuell integrieren. Wer es noch persönlicher möchte, kann auch eine eigene Wunschform realisieren lassen. Gefertigt aus robustem Kunststoff, ist das Rissbreitenmesser ein langlebiger Begleiter im beruflichen Alltag. Die Mindestmenge beläuft sich auf 500 Stück. Die Herstellung erfolgt komplett in Deutschland.



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

Kompakt und funktional

Egal ob unterwegs, bei einer Fahrradtour oder einfach um ein zuverlässiges Tool zur Hand zu haben: Das kompakte, in mattem Grau ausgeführte Mini-Werkzeug Keytool von Troika verfügt über elf clevere Funktionen, darunter Messer, Fadenschneider, Flaschenöffner und Sechskantschlüssel in vier Größen. Der perfekte Helfer wird aus robustem 420 Edelstahl und matt eloxiertem Aluminium hergestellt und bleibt stets stylisch und widerstandsfähig. Mit der praktischen Drahtschleife ist das Werkzeug jederzeit griffbereit. Perfekt für unterwegs, ideal für Fahrradtouren oder Abenteuer.



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





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



Vielseitige Outdoor-Welt

Mit GardenVita hat Global Innovations Germany eine neue Premium-Marke für exklusives Outdoor Living geschaffen. Neben hochwertigen Designmöbeln und Outdoor-Produkten vertreibt der innovative Werbeartikelspezialist als offizieller Miele Outdoor Master Partner nun auch die neue Miele Outdoor Küchenwelt. Damit eröffnen sich auch für Marketing- und Promotionaktionen neue Möglichkeiten: vom hochwertigen Gewinnspiel über Kunden- und Mitarbeiteraktionen bis hin zu individuellen Kampagnen im gesamten DACH-Raum. Ob einzelne Miele Outdoor Produkte oder komplette Küchenlösungen: Global Innovations Germany entwickelt gemeinsam mit dem Kunden die passende Idee und übernimmt auf Wunsch die komplette Umsetzung.

– Anzeige –

Besondere Geschenkideen für die Weihnachtszeit.

Machen Sie Ihre diesjährigen Weihnachtsgeschenke und Werbekampagnen zu etwas Besonderem – mit kreativen Geschenkideen von elasto.



elasto 
PROMOTION FOR LIFE

Jetzt den neuen Weihnachtskatalog 2026 durchblättern!

elasto.de/kataloge



Generationenwechsel eingeleitet

Bereits seit 2025 verstärkt Leon Kuntze das Vertriebsteam der meterex Karl Kuntze (GmbH & Co.). In der Historie des über 100 Jahre alten Familienunternehmens ist er der erste Vertreter der vierten Generation. Mit seinem Unternehmenseinstieg wird ein Generationenwechsel eingeleitet werden, der für die Kunden und Mitarbeiter gleitend über eine längere Anpassungsphase erfolgen soll. In seinem dualen BWL-Studium mit den Schwerpunkten „International Business“ und „Digitales Management“ arbeitete er vorher parallel im IT-Bereich eines Verlages und bei einem Schweizer Unternehmen für Sicherheitstechnik. Leon Kuntze soll mit seinen Erfahrungen und Kenntnissen im IT-Bereich neben der Vertriebsarbeit zukünftig auch die Bereiche Webseitengestaltung, Datenbanken, Social Media und KI verantworten.

Oliver Kuntze, der das Unternehmen seit über 30 Jahren, leitet freut sich über den Einstieg seines Sohnes und ist davon überzeugt, „dass er wichtige Impulse zur erfolgreichen Weiterentwicklung des Messwerkzeugspezialisten liefern wird. Im vergangenen Jahr unterstützte er das Vertriebsteam bereits auf einigen nationalen und internationalen Messen und konnte dadurch schon wertvolle Kontakte zu der breiten Kundschaft im In- und Ausland knüpfen.“

Über Treffen bei den GWJ Young Professionals erweiterte Leon Kuntze bereits sein Netzwerk in der Branche und konnte sich dabei über aktuelle Branchenentwicklungen austauschen. „Bei den ständig wachsenden Anforderungen und Herausforderungen des Marktes soll Leon mit seinem Engagement dazu beitragen, das Traditionsunternehmen in eine erfolgreiche Zukunft zu führen“, so Oliver Kuntze. **www.meterex.com**



Zwei Generationen an einem Stand:
Oliver und Leon Kuntze. Bild: meterex

MYRIX baut Vertrieb weiter aus



Giuseppe Disco

Die MYRIX GmbH setzt ihren Wachstumskurs fort und baut ihre Vertriebsaktivitäten in Deutschland weiter aus. Mit Giuseppe Disco gewinnt das Unternehmen einen langjährig erfahrenen und bekannten Experten der Werbemittelbranche als Sales Manager für die Regionen Deutschland Mitte und Nord. Insbesondere im Segment hochwertiger Notizbücher und Kalender verfügt er über eine ausgeprägte Markt- und Produktkompetenz. Durch seine langjährige Tätigkeit kennt er die Anforderungen von Werbeartikelhändlern und Markenunternehmen ebenso wie die aktuellen Entwicklungen im Markt und bringt ein gewachsenes Netzwerk sowie umfassende Beratungserfahrung mit. Sein Fokus liegt auf einer partnerschaftlichen Beratung sowie der Entwicklung individueller Lösungen rund um das Sortiment von MYRIX.

Mit der personellen Verstärkung unterstreicht MYRIX zugleich seine strategische Ausrichtung auf weiteres und beständiges Wachstum. Das Unternehmen entwickelt und vertreibt hochwertige, individuell gestaltbare Werbemittel mit einem besonderen Schwerpunkt auf Notizbüchern, Kalendern und weiteren Papiersortimenten wie Taschen, Sticker und Malbüchern für eine nachhaltige Markenkommunikation. Dabei stehen Qualität, Design und langlebige Werbewirkung im Mittelpunkt.

„Wir freuen uns sehr, Giuseppe Disco für unser Team und unser weiteres Wachstum gewonnen zu haben. Er verfügt nicht nur über eine außergewöhnliche Marktkenntnis und hohe Fachkompetenz, sondern ist durch seine Erfahrung und seiner kundenorientierten Arbeitsweise eine echte Bereicherung für unser Unternehmen“, so MYRIX-Geschäftsführer Patrick Döring. **www.myrix.de**

Festliches Flair im Spätsommer verbreitete der „1. Weihnachtsmarkt im Münsterland“, mit dem die Werbemittelprofis der Geiger GmbH einen erfolgreichen Auftakt ins Jahresendgeschäft begehen konnte. Das Wetter stimmte, die Besucher strömten und es gab jede Menge neuer haptischer Highlights zu entdecken.

„1. Weihnachtsmarkt im Münsterland“

Haptische Highlights in festlichem Flair

Unten: Im Innern der Kapelle, einem jetzigen Veranstaltungsraum, tummelten sich die Besucher um die Stände der Aussteller.



Nicht nur in etlichen Discountern stimmt man schon seit Ende August die Konsumenten mit süßen Genussartikeln auf die Advents- und Weihnachtszeit ein. Auch in der Werbeartikelbranche fixiert man bereits bei noch warmer Witterung bereits das Jahresendgeschäft. So auch die Promotionsprofis der Geiger GmbH am 2. September mit dem „1. Weihnachtsmarkt im Münsterland“, dem mutmaßlich ersten seiner Art.

Bewährte Location – lebhaftes Treiben

Auch diesmal setzte das Geiger-Team mit seiner Fachmesse für haptische Werbemittel auf die bewährte Location: In und um die Friedenskapelle am Friedenspark in Münster, einem ehemaligen, nun als Veranstaltungsort genutzten Garnisonskirchlein, gruppierten sich 34 Lieferantenpartner des Sendener Unternehmens mit ihren neuesten haptischen Highlights. 400 Kunden zahlreicher Branchensparten hatten sich im Vorfeld angemeldet und verwandelten das Gelände in einen lebhaften wie kommunikativen Umschlagplatz für (nicht nur) weihnachtliche Werbegaben. Fachkundig geleitet, beraten und kulinarisch be-

Bewährtes Messe-Ambiente: die Friedenskapelle am Friedenspark in Münster.

treut durch das fachkundige Geiger-Team hatten genossen die Gäste allen Komfort, im breitgefächerten Sortiment wirksamer Werbeideen die passenden Artikel für ihre Marketingzwecke zu finden.

Rundum gelungener Messeevent

Weitere Anreize boten mehrere Gewinnspiele, darunter die Chancen auf einen exklusiven Kochevent bei GEFU oder einen Workshop in der koziol „GLÜCKsFABRIK“. Ein eigens von Geiger zum Messetermin gestaltetes „Mini-Book“ lieferte zusätzliche Anreize mit ausgesuchten Produktideen für die Weihnachts-saison. Auch eine Tombola zugunsten des Herzenswünsche e.V., einem Verein für schwer erkrankte Kinder, fand regen Zuspruch. Zudem spielte auch das Wetter mit und durften Aussteller, Besucher und Ausrichter sich über eine erneut gelungene und erfolgversprechende Messe freuen. <

Regen Betrieb und reges Interesse bestimmten den Messerverlauf. Produkt wider.



<https://geigerpromo.de>

Tobias Müller wechselt von FARE zu HALFAR

Die JCK Holding stärkt den gruppenweiten Austausch und die Vernetzung ihrer Unternehmen: Tobias Müller, bislang Marketingleiter beim Remscheider Schirmspezialisten FARE, übernimmt zum 1. September 2026 beim Taschenspezialisten HALFAR, Bielefeld, die Marketingleitung. Mit dem Wechsel nutzt die JCK Holding gezielt die Möglichkeiten, Know-how und Erfahrungen über Unternehmensgrenzen hinweg einzusetzen. So bleibt der Marketingmanager der Unternehmensgruppe erhalten und deren Zusammenarbeit soll weiter intensiviert werden. Insbesondere zwischen FARE und HALFAR sollen Marketing-Know-how und Erfahrungen künftig noch stärker geteilt und gemeinsame strategische Themen vorangetrieben werden.

„Der Austausch innerhalb der JCK Holding ist äußerst wertvoll. Gerade die Partnerschaft der fünf Werbeartikel-Spezialisten der CHOICE-Gruppe bietet zahlreiche Möglichkeiten für Synergien und schafft Vorteile für alle Beteiligten“, sagt Kathrin Stühmeyer-Halfar, Geschäftsführerin von HALFAR. „Mit Tobias Müller gewinnen wir einen erfahrenen Marketingexperten, der nicht nur bei HALFAR neue Impulse setzen, sondern auch die strategische Kooperation mit den Schwesterunternehmen weiter stärken wird.“

Für Tobias Müller selbst ist der Wechsel eine spannende neue Herausforderung: „Ich freue mich sehr auf meine neue Aufgabe bei HALFAR. Das Unternehmen als Spezialist für Taschen, Rucksäcke und technische Textilien bietet mit seinen beiden Geschäftsbereichen ein vielseitiges Umfeld. Auf der einen Seite stehen Markentaschen für Merchandising, auf der anderen technische Taschen für Spezialanwendungen. Beide Bereiche haben ganz eigene Anforderungen und Herausforderungen – genau diese Vielfalt finde ich besonders reizvoll“, so Müller. Auch der dynamische Wandel im Marketing spielt für ihn eine wichtige Rolle: „Künstliche Intelligenz und andere technologische Neuerungen verändern Rahmenbedingungen, Anforderungen und Möglichkeiten im Marketing in immer kürzeren Abständen. Ich freue mich darauf, diese Entwicklungen gemeinsam mit dem Team von HALFAR zu nutzen, neue Ideen zu entwickeln und das Marketing strategisch weiter voranzubringen.“

Müller war mehrere Jahre für die Marketingaktivitäten von FARE verantwortlich und hat in dieser Zeit den Marken- und Unternehmensauftritt maßgeblich geprägt. Bei FARE wird zum 1. Oktober 2026 eine neue Marketingleitung die Verantwortung übernehmen. www.halfar.com · www.fare.de



Fare | Halfar

Für Tobias Müller (hier mit dem Shopper MONO) stehen in den ersten Wochen die Produkte und das Team von Halfar im Mittelpunkt. Bild: Halfar

Erfahrene Verstärkung

Seit dem 1. August ist Uwe Horstmann bei Promonotes als Key Account Manager für die Betreuung von Kunden in Norddeutschland zuständig. In seine neue Position bringt Horstmann mehr als 20 Jahre Erfahrung und fundiertes Fachwissen ein. In den ersten Wochen wird er noch von Dirk Mroczek begleitet, der bis Ende September Teil des Teams bleiben und sich danach in den Ruhestand verabschieden wird.

„Uwe Horstmann passt mit seiner Erfahrung und seiner sympathischen Art hervorragend zu uns. Genau solche Persönlichkeiten machen ein starkes Team aus. Gleichzeitig freuen wir uns, dass Dirk Mroczek uns bis Ende September noch bei der Übergabe begleitet und weiterhin an Bord bleibt“, so Gerrit Bruns, Geschäftsführer, und Mattheus Kondraciewicz, Vertriebsleiter bei Promonotes. www.promonotes.de



Bild: Promonotes

Seit 25 Jahren entwickelt micx media aus Bielefeld Werbeartikel, die mehr können, als Markenbotschaften lediglich sichtbar zu machen. Aus dem einstigen Spezialisten für individuell produzierte CDs und DVDs ist ein Anbieter qualitativ hochwertiger technischer Werbeträger geworden. Entscheidend dabei: die Verbindung von Produkt, Technik und Erlebnis.

25 Jahre micx - media in concept

Von Medien zu Markenerlebnissen



Senn bei micx media im September das 25-jährige Bestehen gefeiert wird, dürfte es an Erinnerungen nicht mangeln: von außergewöhnlichen Messeaktionen und Ski-Events über Cocktails aus einem VW-Bus bis zu Kundenprojekten und gemeinsamen Branchenerlebnissen. Hinter den Anekdoten steht zugleich eine Unternehmensgeschichte, die vor allem von Veränderungsbereitschaft geprägt ist.

Von CD und DVD zu neuen Trends

2001 startete micx – media in concept – als Spezialist für individuell produzierte Medien. CDs und DVDs wurden in großen Stückzahlen nach Kundenwunsch realisiert. Doch der technologische Wandel ließ das einstige Kerngeschäft zunehmend schrumpfen. Statt am Bewährten festzuhalten, richtete das Bielefelder Unternehmen seinen Blick früh auf neue technische Produkttrends und entwickelte sein Portfolio konsequent weiter.

Technik, Gestaltung und Haptik

Heute stehen bei micx media vor allem die Produktbereiche SOUND, VOICE, VIDEO und ENERGY im Mittelpunkt. Das Spektrum reicht von technisch geprägten Werbeträgern bis zu individuellen Sonderlösungen. Dabei versteht sich micx nicht allein als Produkthanbieter: Entscheidend ist das Zusammenspiel von Technik, Gestaltung und Haptik. Ob eine Videobox beim Öffnen automatisch startet, ein Ladegerät durch seine Veredelung zum Markenbotschafter wird oder Sound und Licht für einen überraschenden Moment sorgen – Ziel sind Produkte, die Marken erlebbar machen.



Individuell und qualitätsbewusst

„Wir wollen nicht einfach Produkte anbieten, sondern Ideen umsetzen, die beim Empfänger einen bleibenden Eindruck hinterlassen“, beschreibt Geschäftsführer Ingo Kaemper den Anspruch. Dabei setzt das Unternehmen auf individuelle Konzepte und hohe Qualitätsansprüche. Die Entwicklung vom Medien- zum Technik-Spezialisten zeigt sich auch in der langjährigen Branchenpräsenz: Bereits zum zehnjährigen Bestehen wurde micx als unabhängige Konzept- und Produktionsagentur für Music und Media Special Products vorgestellt. Ein wichtiger Teil dieser Entwicklung ist das Team. Sarah Reker ist seit 15 Jahren bei micx tätig und verbindet ihre Erfahrung aus Vertrieb und Produktion mit der täglichen Umsetzung von Kundenprojekten. „25 Jahre micx bedeuten für mich vor allem viele Begegnungen, gemeinsame Ideen und die Erfahrung, dass Veränderung immer auch neue Chancen eröffnet“, sagt sie. Und Stillstand ist auch zum Jubiläum nicht vorgesehen. Neue Produkthighlights stehen bereits bereit und sollen auf den kommenden Branchenterminen wie GWW Trend und A&O Adventstour präsentiert werden. Der Anspruch für die nächsten Jahre bleibt dabei unverändert: Trends früh erkennen, neue Ideen entwickeln und daraus individuelle Lösungen machen, die Marken einen besonderen Moment verschaffen.

Geschäftsführer Ingo Kaemper und Sarah Reker, Sales und Produktion am Messestand.

oben: Einige Highlights aus den Produktkategorien SOUND, VOICE, VIDEO und ENERGY.

Persönlich, inspirierend, erfolgreich

Die Welcome Home Tour 2026 steht für Nähe, Qualität und Inspiration – und für Werbeartikel, die man am besten live erlebt. Die etablierte Eventreihe blickt auf eine gelungene Frühjahr-/Sommeretappe zurück. An den Standorten Herbolzheim, Bielefeld und Erbach nutzten zahlreiche Besucherinnen und Besucher die Gelegenheit, aktuelle Werbeartikel, neue Trends und inspirierende Produktwelten unmittelbar zu erleben. „Die Welcome Home ist jedes Jahr ein Highlight – ohne Messehektik, dafür mit echter Nähe zu Produkten und Experten“, so das Fazit einer Besucherin.

Die besondere Mischung aus persönlichem Austausch, hochwertigen Marken und spannenden Einblicken hinter die Kulissen machte die Veranstaltung von 16 renommierten Lieferanten-Partnern erneut zu einem starken Format. Im Mittelpunkt standen intensive Gespräche, innovative Produkte und wertvolle Impulse für den Werbemittelhandel.

Nach dem erfolgreichen Frühjahr und Sommer setzt die Welcome Home Tour im Herbst und Winter 2026 sich weiter fort:

- 08.10.2026 | Stuttgart – Mercedes-Benz Museum und Cannstatter Wasen

- 25.11.2026 | Hamburg – Altona Kaispeicher

- 02.12.2026 | München – Jochen Schweizer Arena

Der Anmeldungslink ist geöffnet unter:

www.welcome-home-tour.de

**WELCOME
HOME**

Das Beste. Zuhause.

Innovationskraft mit dem TOP 100-Siegel ausgezeichnet

Großer Erfolg für RASTAL. Das familien-geführte Traditionsunternehmen aus Höhr-Grenzhausen wurde mit dem TOP 100-Siegel 2026 ausgezeichnet und gehört damit offiziell zu den innovativsten Mittelständlern Deutschlands. Die renommierte Auszeichnung würdigt die außergewöhnlich hohe Innovationskraft und die erfolgreiche Entwicklung neuer Lösungen für internationale Märkte. Im Rahmen des Deutschen Mittelstands-Summit in Heidelberg gratulierte der ehemalige Bundespräsident Christian Wulff persönlich zu diesem bedeutenden Meilenstein.

RASTAL steht seit jeher für herausragendes Trinkglasdesign, wegweisende Veredelungstechnologien und innovative Lösungen für die Marken-inszenierung der internationalen Getränke-Industrie. Das in vierter Generation inhaber-geführte Unternehmen zählt dabei zu den weltweit führenden Anbietern seiner Branche.

„Diese Auszeichnung bestätigt unseren Anspruch, Innovationen konsequent voranzutreiben und neue Maßstäbe im internationalen Markt zu setzen“, sagt Maximilian Sahn, Geschäftsführender Gesellschafter. „Wir nehmen diese Ehrung mit großer Freude entgegen. Unser Erfolg basiert auf dem Mut, Bewährtes neu zu denken und Trinkgläser als sensorisch optimierte Botschafter von Markenidentitäten mit Mehrwert zu gestalten.“

Die Innovationskraft von RASTAL zeigt sich insbesondere in maßgeschneiderten Lösungen wie der Technologie RASTAL LivingBrands®. Das neu entwickelte Verfahren verstärkt optisch eindrucksvoll die natürliche Perlage von Getränken wie Bier, Sekt oder Champagner gezielt an der markierten Stelle im Glas. Durch das innovative Verfahren wird die CO²-Entfaltung gezielt auf die Marke bzw. auf das Logo an der Seite des Glases gelenkt. Hierdurch entsteht ein visuell beeindruckender Effekt, der sowohl Marke als auch Getränk ideal inszeniert. Die Technologie lässt sich in bestehende Glasdesigns integrieren und erfordert keine Veränderung in der Handhabung.

„Das TOP 100-Siegel bestätigt eindrucksvoll die Innovationsführerschaft von RASTAL und unterstreicht den Anspruch, die Zukunft der globalen Getränke-Inszenierung auch im zweiten Jahrhundert seiner Geschichte aktiv mitzugestalten und entscheidend zu prägen“, so Maximilian Sahn. **www.rastal.com**



Im Bild (v.l.): Carsten Kehrein (Chef-designer RASTAL) Christian Wulff, Maximilian Sahn, Marco Weißer (Bürgermeister der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen).

Foto: KD Busch/compamedia

Mit den erstmals veranstalteten Premium Partner Days hat cyber-Wear ein neues Format für die Zusammenarbeit mit Lieferanten vorgestellt. Statt klassischer Produktpräsentationen standen persönlicher Austausch, Co-Creation und intensive Fachgespräche im Mittelpunkt. Das Pilotprojekt soll künftig weiter ausgebaut werden.

cyber-Wear launcht mit den PPD neues Format

Partnerschaft neu gedacht

Mit den erstmals veranstalteten Premium Partner Days (PPD) hat die cyber-Wear Heidelberg GmbH Ende Juni ein neues Veranstaltungsformat vorgestellt. Drei Tage lang kamen im Seehotel Ketsch rund 30 Premium-Partner aus Europa mit mehr als 80 Mitarbeitenden des Unternehmens zusammen. Im Mittelpunkt standen persönlicher Austausch, intensive Fachgespräche und die gemeinsame Entwicklung neuer Ideen – statt klassischer Produktpräsentationen. Für die Veranstaltung stellte cyber-Wear nahezu das gesamte Unternehmen in den Dienst seiner Partner. Mitarbeitende aus Vertrieb, Customer Service, Design, Qualitätsmanagement und weiteren Fachbereichen standen für Gespräche bereit. Das operative Tagesgeschäft wurde bewusst auf das Notwendigste reduziert.

„Garden Walk“ und „Deep Dive Sessions“

Nach einem gemeinsamen Auftakt mit Welcome BBQ und kurzen Elevator Pitches der Partner prägten zwei eigens entwickelte Formate das Programm. Beim „Garden Walk“ präsentierten sich die Unternehmen an verschiedenen Stationen im Hotel. Kleine Teams aus cyber-Wear-Mitarbeitenden besuchten alle Aussteller anhand vorbereiteter Gesprächspläne und diskutierten unter anderem über Produktideen, Materialien, Nachhaltigkeit, Markenentwicklung und Kundenprojekte. Ergänzt wurde das Konzept durch die „Deep Dive Sessions“, in denen ausgewählte Partner ihre Innovationen und Strategien in kleinen Gesprächsrunden vertiefen konnten. Die Kombination aus offener Inspiration und fokussiertem Austausch wurde von den Teilnehmern als besonderes Merkmal des Formats hervorgehoben. Auch hochsommerliche Temperaturen von über 35 Grad taten der positiven Atmosphäre in Ketsch keinen Abbruch. Gemeinsame Abendveranstaltungen sowie der nahtlose Übergang zum traditionellen BeachCup boten zusätzliche Möglichkeiten zum Netzwerken.



Schauplatz des Pilotprojekts war das Seehotel Ketsch.

Feedback und Ausblick

Für CEO Steven Baumgärtner war die Premiere ein voller Erfolg. Man habe bewusst ein Format schaffen wollen, das echte Partnerschaft fördere – mit mehr Dialog und gemeinsamer Entwicklung statt einer weiteren Hausmesse. Dass cyber-Wear dafür nahezu das gesamte Unternehmen zwei Tage lang den Partnern gewidmet habe, unterstreiche den Stellenwert dieser Zusammenarbeit. Auch bei den Lieferanten kam das Konzept gut an. Reflects-Geschäftsführer Meinhard Mombauer hob insbesondere die intensive Einbindung der Mitarbeitenden hervor. Dadurch sei eine Qualität des Austauschs entstanden, die klassische Lieferantenveranstaltungen kaum bieten könnten. Die Premium Partner Days waren als Pilotprojekt angelegt, das Dialog, Innovation und gemeinsame Produktentwicklung in den Fokus rückt. Nach dem erfolgreichen Debut soll das Format in den kommenden Jahren weiterentwickelt und als feste Plattform für Innovation und partnerschaftliche Zusammenarbeit innerhalb der europäischen Werbeartikelbranche etabliert werden. <

Die Supplierdays in Houten sind die Messe für den Benelux-Raum. Unter den Fachbesucherinnen und Fachbesuchern herrschte durchweg eine positive Stimmung.

Supplierdays 2026

Branchentreff für Benelux

Branche



Fachbesucherinnen und Fachbesuchern sehr gutes Feedback erhalten. Wir sind mit dem Verlauf der Supplierdays zufrieden. In den Gesprächen wurde deutlich, dass Nachhaltigkeit ein wichtiges Trendthema der Branche ist. Brandowner wünschen sich zunehmend, ihre Marken naturnah und nachhaltig zu präsentieren. Dabei geht es nicht mehr um einmal nutzbare Werbeartikel, sondern um langfristig verwendbare und ökologisch sinnvolle Lösungen.“

Am 2. und 3. September 2026 präsentierten rund 256 Aussteller aus den Niederlanden, Deutschland, Belgien, Polen, der Türkei, Spanien, England, Schweden, Österreich und Tschechien ihre Portfolios. Die Stimmung unter den Fachbesucherinnen und Fachbesuchern aus 20 Ländern war durchweg positiv. Neben etablierten Standardsortimenten standen vor allem die neuen Herbstkollektionen der Lieferanten im Fokus, die für das anziehende Jahresendgeschäft von zentraler Bedeutung sind.

Das Publikum spiegelte die zunehmende Internationalisierung wider: Auf den Gängen waren neben regionalen Besucherinnen und Besuchern auch zahlreiche Branchenvertreterinnen und Branchenvertreter aus Deutschland, Österreich, Frankreich, Polen, Skandinavien sowie von den britischen Inseln vertreten.

Nachhaltigkeit und neue Geschäftsmodelle

Auch das Thema Nachhaltigkeit prägte die Gespräche auf der Messe. Theo Huntink, Owner von Cortho Green, zieht ein positives Fazit: „Über zwei Tage haben wir von den

Wie vielfältig die Geschäftsmodelle der Branche inzwischen sind, zeigte auch Escape Tours. Das Unternehmen importiert oder produziert keine klassischen Werbeartikel, sondern bietet digitale und App-basierte Erlebnisse über Giftcards oder Voucher an. Die Spiele ermöglichen es Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kundinnen und Kunden sowie Familien, mehr als 200 Städte spielerisch zu erkunden und kennenzulernen. Nach Angaben von Erik Kro-



„Die Supplierdays sind wie immer gut organisiert. Zudem sind wir bei der Night of the PromZ als Supplier of the Year ausgezeichnet worden. Ein gelungenes Event für xd connects.“

Matthieu Vermorken, xd connects



„Wir sind mit dem Verlauf der Supplierdays zufrieden. In den zahlreichen Gesprächen wurde deutlich, dass Nachhaltigkeit ein wichtiges Trendthema der Branche ist.“

Theo Huntink, Cortho Green

on, CEO von Escape Tours, haben in den vergangenen fünf Jahren bereits über 900.000 Personen die Spiele genutzt. Neben dem Business-to-Consumer-Kanal (B2C) bietet Escape Tours auch einen Business-to-Business-Kanal (B2B) für Reseller und Distributoren an. Kroon zieht ein positives Fazit: „Wir sind zum ersten Mal hier und sind schlichtweg überwältigt von dem Interesse und den zahlreichen Leads.“

Herbstkollektion und Auszeichnungen

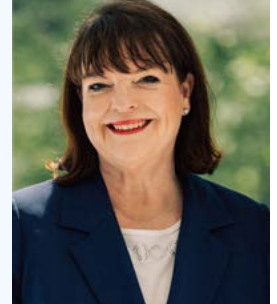
Auch für xd connects boten die Supplierdays eine wichtige Gelegenheit, vor der Hauptsaison mit Kunden ins Gespräch zu kommen und die neue Herbstkollektion vorzustellen. Diese umfasst mehr als 400 Artikel. Matthieu Vermorken, Sales bei xd connects, lobt zudem die Organisation der Veranstaltung: „Die Supplierdays sind wie immer gut organisiert. Das macht als Aussteller Spaß.“ Besonders erfreulich sei, dass xd connects in diesem Jahr bereits zum vierten Mal innerhalb der vergangenen fünf Jahre von PromZ als „Supplier of the Year“ ausgezeichnet wurde. „Das ist eine schöne Anerkennung für unsere Arbeit im Sinne unserer Kunden. Dass unsere Kunden dies offenbar honorieren, gibt uns ein gutes Gefühl“, so Vermorken.

Fusion und Branchen-Talk

Abseits der Produktinnovationen dominierte ein strategisches Thema die Gespräche in den Messe-Cafés: die angekündigte Fusion der beiden Lieferantenschwergewichte Solo Midocean und xd connects. Beide Unternehmen äußerten sich nicht zu der Fusion. Die Fachbesucher diskutierten jedoch die potenziellen Auswirkungen auf den europäischen Werbeartikelmarkt intensiv.

Drei Fragen, drei Antworten

Petra Lassahn, Director PSI, über den Austausch auf den Supplierdays, aktuelle Branchenthemen und die Bedeutung von Kooperationen.



Warum ist das PSI auf den Supplierdays in Houten präsent?

Petra Lassahn: Der direkte Kontakt zur Werbeartikelbranche und zu den Mitgliedern unseres PSI Netzwerks ist uns sehr wichtig. Die Supplierdays bieten dafür eine gute Gelegenheit. Insbesondere die zahlreichen Mitglieder aus den Niederlanden und Belgien sind wichtige Akteure im PSI Netzwerk.

Was hat Ihnen an der Messe gefallen?

Petra Lassahn: Die Branche zeichnet sich durch ihre vielen engagierten und interessanten Menschen aus. Ich freue mich immer über den direkten Austausch – über die Werbeartikelwirtschaft, allgemeine oder auch private Themen.

Welche Themen und Trends sind Ihnen begegnet?

Petra Lassahn: Auffällig ist zunächst die Schnelligkeit der Branche. Die ausgestellten Herbstkollektionen waren beeindruckend und lassen mit Blick auf den Jahresauftakt 2027 auf der PSI in Köln viel erwarten. Ein wiederkehrendes Gesprächsthema war außerdem die Frage, wie wir als Messen – oder besser noch als gesamte Branche – Werbeartikel interessanter und im Businessalltag präsenter machen können. Das sind wichtige Gespräche. Und eines zeigt sich für mich ganz deutlich: Kooperationen sind der Schlüssel, gerade in nicht einfachen Zeiten. Das beobachte ich hier auf der Messe zwischen Fachbesucherinnen, Fachbesuchern und Ausstellenden. Es gilt aber ebenso für die Messe- und Medienmacher PSI und PromZ.

PromZ Awards verliehen

Den emotionalen und feierlichen Höhepunkt der Veranstaltung bildete das Galadinner „Night of the PromZ“. Im Rahmen der feierlichen Gala wurden die begehrten PromZ Awards an die besten Werbeartikellieferanten und -händler aus den Niederlanden und Belgien verliehen. Insgesamt 15 sichtlich gerührte Preisträgerinnen und Preisträger nahmen die Auszeichnungen entgegen. Prämiert wurden Lieferanten in den Kategorien Generalisten, Multi-Spezialisten und Spezialisten sowie Werbeartikelhändler aus den Niederlanden und Belgien.

<



Nach dem ersten Messetag feierte die Branche bei der Night of the PromZ und ehrte die 15 Preisträgerinnen und Preisträger der PromZ Awards. QR-Code scannen und die Preisträgerinnen und Preisträger herausfinden.

Incentives und durchdachte Onboarding-Produkte gewinnen weiter an Bedeutung. Sie schaffen einen **wertschätzenden ersten Eindruck**, fördern die Identifikation mit dem Unternehmen und machen Marken erlebbar.





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



Namensschild mit Wechsellprinzip

Ein Namensschild muss bei einem Personalwechsel nicht zwangsläufig ausgetauscht werden. Beim Timbertag bleibt der Träger aus FSC®-zertifiziertem Birkenpersperrholz im Unternehmen, während nur der Namensaufkleber erneuert wird. Die tobra GmbH & Co. KG fertigt das Schild in Deutschland und versieht den oberen Bereich wahlweise per Lasergravur oder Digitaldruck mit dem Firmenlogo. Namen lassen sich auf austauschbare Etiketten drucken; unbeschriftete Bögen gehören zum Lieferumfang, Nachschub ist in Standardgröße erhältlich. Die Gestaltung kann online vorbereitet und eigenen Drucker umgesetzt werden. Für die Befestigung stehen ein stoffschonender Neodym-Magnet oder eine klassische Sicherheitsnadel zur Wahl. Diese Kombination reduziert den Aufwand bei wechselnden Teams und hält die Markenkennzeichnung dauerhaft im Einsatz.

Textile Geschenksets für den Alltag

Küchentextilien lassen sich als Werbeträger nutzen, ohne ihren alltäglichen Zweck in den Hintergrund zu rücken. Die Geschenksets kombinieren Schwammtuch und Küchentuch; alternativ können Sets ausschließlich mit einer der beiden Produktarten zusammengestellt werden. TEKOTRYCK AB bedruckt die wiederverwendbaren Artikel in Schweden und setzt je nach Motiv und Stückzahl Siebdruck oder Digitaldruck ein. Ergänzend kann eine personalisierte Papierbanderole die Gestaltung aufnehmen und beide Bestandteile optisch zusammenführen. Da Schwammtuch und Küchentuch aus natürlichen Materialien bestehen, eignen sie sich für länger nutzbare Geschenkideen in Küche, Büro oder Gemeinschaftsbereichen. Die variable Zusammenstellung erlaubt es, Umfang und Motiv an Anlass und Zielgruppe anzupassen, während die tägliche Verwendung für wiederkehrenden Kontakt mit der aufgedruckten Unternehmensgestaltung sorgt.



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



PSI 41108 • STAEDTLER SE
Tel +49 911 93650
promotional.products@staedtler.com
www.staedtler-promotional.de

Schreibset für den ersten Arbeitstag

Der Einstieg in einen neuen Arbeitsplatz beginnt oft mit den kleinen Dingen, die sofort gebraucht werden. Das triplus mobile office bündelt vier Schreibgeräte in einer aufstellbaren Stiftebox und verbindet Arbeitsmittel mit einer kompakten Präsentationsform. STAEDTLER SE kann die Box mit unterschiedlichen Schreibgeräten aus der triplus-Linie bestücken, sodass sich die Zusammenstellung an den Einsatz anpassen lässt. Für die Kennzeichnung stehen eine Etikettierung der Box und Tampondruck auf den Schreibgeräten zur Verfügung. Ergänzt wird das Set durch ein ausziehbares Lineal, das sich in einem Ordner einheften lässt. Damit eignet sich die Lösung für den Schreibtisch, Welcome-Pakete und mobile Arbeitssituationen. Neue Mitarbeitende erhalten mehrere unmittelbar nutzbare Werkzeuge in einer gemeinsamen Einheit, während das Corporate Design über Verpackung und Schreibgeräte sichtbar eingebunden werden kann.



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

Welcome-Kits mit System

Onboarding-Pakete gewinnen an Wert, wenn ihre Bestandteile im Arbeitsalltag weitergenutzt werden. Die Onboarding- und Incentive-Lösungen von Stickerei Klam umfassen Welcome-Kits, Corporate Fashion und funktionale Begleiter. Die Auswahl lässt sich auf Marke, Anlass und Zielgruppe abstimmen. Stick- und Druckverfahren übertragen die Corporate Identity auf Textilien und weitere Bestandteile. Die Konzepte eignen sich für neue Mitarbeitende, Incentives oder interne Programme. Ein abgestimmtes Set schafft eine gemeinsame Linie: Kleidung, Zubehör und praktische Alltagsartikel bilden eine zusammengehörige Ausstattung. Neben klassischen Einzelartikeln spielen individuell zusammengestellte Sets und Sonderlösungen eine zunehmende Rolle. Für Werbeartikelhändler entsteht damit Spielraum, Umfang und Produktauswahl an den Einsatzzweck anzupassen. So verteilt sich die Markenpräsenz auf mehrere im Alltag nutzbare Bestandteile.

Zwei Tees für den Jahresausklang

Saisonale Präsente können über Geschmack und Gestaltung zugleich einen Bezug zum Jahresende herstellen. Das Teegenuss-Duett kombiniert zwei kleine Gläser mit je rund zehn Gramm Tee: Schwarztee Advent mit Apfel, Zimt, Aroma, gehackten Mandeln und Bourbon-Vanille-Extrakt sowie den Früchtetee Gebrannte Mandel mit Apfel, Zimt, Mandeln, Roter Bete und Aroma. Multiflower GmbH fasst beide Mischungen in einem kompakten Format von 60 × 40 × 120 Millimetern zusammen. Der Einleger lässt sich ab 100 Stück auf einer Fläche von 50 × 25 Millimetern mit einer Werbebotschaft versehen oder alternativ auf 57 × 157 Millimetern vollständig individuell gestalten. Das Set eignet sich für Weihnachtsaktionen, Jahresend-Mailings, Kundenpräsente oder interne Aufmerksamkeiten, bei denen ein konsumierbares Produkt mit Markenkommunikation verbunden werden soll.

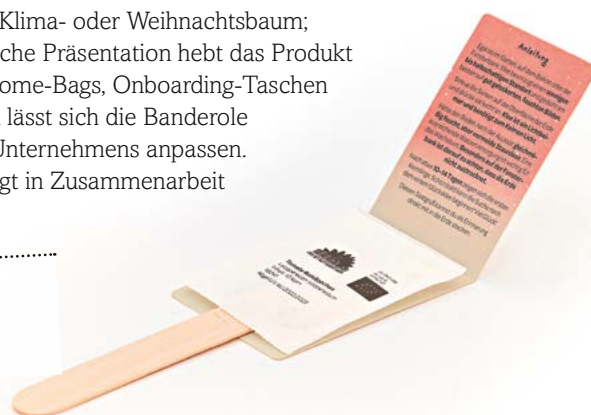
PSI 45974 • Multiflower GmbH
Tel +49 6226 9279811
m.vargel@multiflower.de
www.multiflower.de



Saatgruß zum Start

Ein kleiner Pflanzenimpuls kann den Einstieg ins Unternehmen mit einer bleibenden Geste verbinden. Der Saatgruß – Saatgut am Stiel der TDJ Stadtgärtner GmbH kombiniert ein Saatgut-Tütchen mit einem Holzspatel und einer individualisierbaren Banderole. Zur Auswahl stehen Blumen, Gemüse und Kräuter sowie Varianten wie Klima- oder Weihnachtsbaum; Sonderwünsche sind auf Anfrage möglich. Die ungewöhnliche Präsentation hebt das Produkt vom klassischen Saatguttütchen ab und macht es für Welcome-Bags, Onboarding-Taschen oder Begrüßungsgeschenke geeignet. Bereits ab 200 Stück lässt sich die Banderole individuell bedrucken und an das Erscheinungsbild eines Unternehmens anpassen. Produziert wird in Deutschland, die Konfektionierung erfolgt in Zusammenarbeit mit geschützten Werkstätten und in Handarbeit.

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



PSI 45829 • Goldstar Europe
Tel +353 42 9320331
vertrieb@simplygoldstar.com
www.simplygoldstar.com



Glasflasche mit Profil

Klare Formensprache und eine markante Oberflächenwirkung prägen die Linea Glasflasche mit Rillen und Farbakzenten – 620 ml von Goldstar Europe. Gefertigt aus Borosilikatglas, ist sie auf kalte Getränke im Büro, bei Veranstaltungen oder unterwegs ausgelegt. Das Material gibt keine Geschmacksstoffe an den Inhalt ab und unterstützt einen neutralen Trinkgenuss. Charakteristisch sind die innenliegenden Rillen, die dem transparenten Flaschenkörper Struktur verleihen. Ein farbiger Schraubverschluss aus Edelstahl setzt einen sichtbaren Akzent und bietet zugleich eine Fläche für unterschiedliche Markenauftritte. Mit 620 Millilitern Volumen eignet sich die Flasche für Onboarding-Sets, Mitarbeiterpakete, Tagungen oder als wiederverwendbarer Werbeartikel im täglichen Einsatz.

Süßes im Schubser

Individuelle Botschaften stehen beim Duplo-Werbeschuber von Kalfany Süße Werbung – Eine Marke der Bären Company International GmbH im Mittelpunkt. Das Gestaltungskonzept nutzt die ausgesparte Buchstabenfolge „du“ des bekannten Riegels als sprachlichen Ansatzpunkt und schafft Raum für personalisierte Aussagen in deutscher, englischer oder französischer Sprache. Je nach Anlass kann der Schubser etwa für Onboarding, Teamkommunikation, Kundenmailings oder Veranstaltungen eingesetzt werden. Zur Auswahl stehen Ausführungen für ein, drei oder vier Riegel; bei den größeren Varianten lässt sich die Füllung neben klassischem Duplo auch mit Duplo White und Kinder Riegel kombinieren. So verbindet das Werbemittel eine vertraute Süßwarenmarke mit einer entwickelbaren Verpackungsbotschaft. Nach der Druckfreigabe nennt der Anbieter eine Lieferzeit von rund 20 Arbeitstagen.



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

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

Drei Funktionen auf einer Fläche

Drei Funktionen auf einer dünnen Fläche: Der LapKoser® lässt sich als Mousepad, Reinigungstuch und Displayschutz verwenden. POLYCLEAN International GmbH kombiniert dafür eine P-9000® Microfaser-Oberfläche mit einer RDX-Anti-Slip-Beschichtung, die auf dem Schreibtisch Halt geben soll. Das Material ist so flach ausgelegt, dass der Artikel am Arbeitsplatz, im Homeoffice oder in der Laptopasche eingesetzt werden kann. Beim Reinigen unterstützt die Mikrofaser ein streifenfreies Display, während dieselbe Fläche zugleich eine gleitfähige Unterlage für die Maus bildet. Individuell mit Logo oder Corporate Design bedruckt, eignet sich der LapKoser® für Welcome-Pakete und andere Onboarding-Ausstattungen, bei denen ein kompakter Gegenstand mehrere Alltagsaufgaben übernehmen soll. Die Markenfläche bleibt über die wiederholte Nutzung regelmäßig im Blick.



PSI 47249
Heyco-Werk Heynen GmbH & Co. KG
Tel +49 2191 2050 • info@heyco.de
www.heyco.de

Werkzeugset für technische Teams

Werkzeug im Onboarding richtet sich vor allem an Arbeitsplätze, an denen Montage, Wartung oder technische Aufgaben zum Alltag gehören. Die HEYTEC Steckschlüssel- und Bits-Garnitur, 44-tlg. 1/4“, bündelt dafür ein breites Sortiment in einer Kunststoffbox mit 2-K-Schaumstoffeinlage. HEYCO Qualitätswerkzeuge GmbH & Co. KG setzt bei den Werkzeugen auf verchromtes Chrom-Vanadium. Zur Ausstattung zählen eine 115-Millimeter lange Knarre, ein 85-Millimeter-Bit-Adapter, ein 110-Millimeter-Einmaulschlüssel, ein Adapter für 1/4“-Bits, ein 115-Millimeter-Steckgriff und eine 50-Millimeter-Verlängerung. Hinzu kommen Einsätze mit Schonprofil von 6 bis 13 Millimetern sowie Bits für PZ, PH, Innensechskant, Schlitz und TT. Die geordnete Einlage erleichtert Übersicht und Transport. Als Einstiegsausstattung eignet sich das Set für Werkstatt, Servicefahrzeug oder technischen Außendienst.

Ohrhörer für den mobilen Alltag

Kabellose Ohrhörer gehören im mobilen Alltag zur Kommunikation und Mediennutzung. Die Echowave ANC-Ohrhörer von Boompods verbinden aktives Noise Cancelling mit einem kompakten True-Wireless-Design für wechselnde Situationen. Das Gehäusematerial besteht laut Anbieter aus Kunststoff, der aus dem Meer geborgen wurde. Wasserabweisende und sturzsichere Eigenschaften helfen unterwegs, während eine stabile Verbindung und lange Akkulaufzeit den Einsatz erleichtern. Der kurze Stiel sorgt für eine zurückhaltende Form; zugleich liegen die ANC-Mikrofone näher am Mund, was Telefongespräche klarer übertragen soll. Damit eignet sich Echowave ANC für Pendelwege, Büroarbeit, Reisen, mobile Meetings oder Freizeit. Als Onboarding-Produkt verbindet das Modell einen Technikartikel mit Funktionen für hybride Arbeitsumgebungen. Telefonie, Audiowiedergabe und Geräuschunterdrückung decken mehrere typische Nutzungsszenarien mit einem Gerät ab. Ein sicherer Sitz ergänzt die mobile Nutzung.



PSI 60920 • Boompods EU Sp. z o.o.
Tel +44 7801865849
info@boompods.com
www.boompods.com





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

Urbane Gestaltung – funktionale Details

Zur mobilen Arbeitsausrüstung gehört ein Rucksack, der Technik schützt und Kleinteile übersichtlich erreichbar hält. Der Laptop-Rucksack PURE setzt auf eine reduzierte, urbane Gestaltung und kombiniert sie mit mehreren funktionalen Details. HALFAR® stattet das Hauptfach mit einem gepolsterten Notebookfach samt Gummilasche aus; ein flaches Reißverschlussfach und eine Vortasche nehmen kleinere Gegenstände auf. Der verstärkte Boden erhöht die Standfestigkeit, während wasserabweisendes Obermaterial und wasserabweisende Reißverschlüsse den Einsatz bei wechselnden Bedingungen unterstützen. Für längere Wege ist ein gepolstertes Tragesystem vorgesehen, ergänzt durch einen Handgriff für kurze Transportwege. PURE eignet sich damit für Büro, Pendelstrecke und Geschäftsreise ebenso wie als Bestandteil eines Onboarding-Pakets für mobile Mitarbeitende.

Softgrip für den Schreiballtag

Bei Schreibgeräten prägt die Oberfläche den täglichen Gebrauch. Jona und Cobra in der Softgrip-Ausführung von Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG besitzen eine matte, leicht raue und weich wirkende Beschichtung. Erhältlich sind die Modelle in Schwarz, Hellgrau und Dunkelblau. Gefertigt werden die Kugelschreiber in Wolfach. Die ebenfalls dort produzierte Silktech L Mine erreicht bis zu 3.000 Meter Schreibleistung. Griffige Oberfläche und lange Mine machen Jona und Cobra für Büro, Veranstaltungen, Kundentermine oder Onboarding-Sets geeignet. Die Haptik kann die regelmäßige Nutzung eines Werbeschreibgeräts fördern. Die zurückhaltenden Farben unterstützen einen sachlichen Auftritt, während die Softgrip-Beschichtung sich fühlbar von glatten Kunststoffoberflächen unterscheidet. Damit entsteht ein Gebrauchsartikel, der nicht allein über die Optik wirkt. Schreibgerät und Mine stammen vom selben deutschen Produktionsstandort.



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

Rundumdruck für Porzellan

Gestaltung auf Porzellan muss nicht auf einfache Logos oder kleine Motive begrenzt bleiben. Der Mahlwerck Digitaldruck 360 erweitert die Möglichkeiten rund um Tassen und andere Formen um großflächige, individuell angelegte Designs. Mahlwerck Porzellan GmbH beschreibt das Verfahren als bis zu dreimal schneller als klassischen Transferdruck; zugleich soll es geringere Kosten verursachen und weniger Energie benötigen. Die Druckqualität bleibt nach Unternehmensangaben konstant, während sich die Technik mit weiteren Veredelungen wie Gravur oder Hydroglasur kombinieren lässt. Nahezu alle Formen des Anbieters können auf diese Weise gestaltet werden. Bereits ab 100 Stück sind individuelle Umsetzungen möglich, was den Einsatz für Markenauftritte, Events, Merchandising oder interne Geschenkserien erleichtert. Der Vorteil liegt vor allem in der Verbindung von hoher Gestaltungsfreiheit, vergleichsweise kleinen Mindestmengen und zusätzlichen Veredelungsoptionen.



PSI 44833 • Mahlwerck Porzellan GmbH
Tel +49 8031 27470
anfragen@mahlwerck.de
www.mahlwerck.de/digitaldruck



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

Massive Eiche als Incentive

Ein massiver Küchenhelfer kann als Incentive über Jahre im Einsatz bleiben. Der Premium-Hackblock der Holz Frank GmbH & Co. KG besteht aus massiver Eiche und misst 40 × 25 × 4 Zentimeter. Seine Stirnholzkonstruktion bietet eine robuste, messerschonende Fläche; eine Safrille fängt Flüssigkeit auf, Griffmulden erleichtern das Tragen. Für die Individualisierung kann das Holz per Lasergravur mit Logo, Name oder Botschaft versehen werden. Damit eignet sich der Hackblock als Onboarding-Geschenk, Jubiläumspresent, Incentive oder Auszeichnung für Mitarbeitende oder Geschäftspartner. Die Gravur ist direkt in den Gebrauchsgegenstand integriert, ohne zusätzliche Werbefläche. Der Block kann beim Schneiden, Vorbereiten und Servieren eingesetzt werden. Vier Zentimeter Materialstärke unterstreichen den Charakter als dauerhaftes Küchenwerkzeug.

Laptop höher, Arbeitsplatz flexibler

Mobiles Arbeiten stellt an die Ausstattung andere Anforderungen als ein fester Schreibtisch. Der FAIRWERK Laptophalter hebt das Notebook in eine günstigere Arbeitsposition und unterstützt zugleich die Luftzirkulation unter dem Gerät. FAIRWERK // Inntal-Werkstätten fertigt die Konstruktion aus Eschenholz, Wollfilz und Neodym-Magneten. Nach Gebrauch lässt sich der Halter zusammenklappen und platzsparend verstauen, sodass er im Büro, im Homeoffice oder unterwegs eingesetzt werden kann. Die Kombination aus festem Holz und weicher Filzauflage schafft eine stabile Basis, ohne den mobilen Charakter aufzugeben. Als personalisierbares Onboarding-Produkt kann der Laptophalter mit einer unternehmensbezogenen Gestaltung versehen und in Welcome-Pakete oder Arbeitsplatzsets integriert werden.



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



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

Lanyard mit Funktion

Ein Lanyard gehört zu den unscheinbaren Helfern, die beim Einstieg in ein Unternehmen schnell praktische Bedeutung gewinnen. Die individuell gestaltbaren Lanyards der Pins & mehr GmbH & Co. KG halten Mitarbeiterausweise oder Zutrittskarten griffbereit und verbinden diese Funktion mit sichtbarer Markenpräsenz. Für die Ausführung stehen unter anderem Baumwolle und rPET zur Wahl; Druck- und Webvarianten eröffnen zusätzliche Möglichkeiten für das Corporate Design. Unterschiedliche Ausstattungsoptionen erlauben eine Anpassung an den jeweiligen Einsatzbereich. Damit eignet sich das Lanyard nicht nur für den ersten Arbeitstag, sondern auch für den dauerhaften Einsatz im Büro, auf dem Betriebsgelände oder bei internen Veranstaltungen. Im Onboarding kann ein solches Arbeitsmittel Orientierung schaffen, weil Zugangsmedien von Beginn an ihren festen Platz erhalten.

Kompakte Kühlung für unterwegs

Für mobile Pausen, Teamtage oder Veranstaltungen verbindet die Lund - 600D rPET Kühltasche von Goldstar Europe kompakte Maße mit alltagstauglicher Ausstattung. Das Außenmaterial besteht aus 100 Prozent recyceltem PET-Polyester mit PU-Beschichtung, innen unterstützt eine PEVA-Auskleidung das Temperieren von Speisen und Getränken. Ein Reißverschluss sichert das Hauptfach, während zwei Fronttaschen und ein seitliches Netzfach zusätzlichen Platz für Zubehör schaffen. Griffdetails mit PU-Akzenten und ein verstellbarer Schultergurt erleichtern den Transport. Die Tasche umfasst sieben Liter und ist für bis zu fünf Kilogramm Inhalt ausgelegt. Damit eignet sie sich etwa für Onboarding-Pakete, interne Veranstaltungen, Ausflüge oder als funktionaler Markenbegleiter im Arbeitsalltag. Ein außen aufgenähtes Jacquard-Etikett mit Blattmotiv und dem Hinweis „recycled rPET“ macht den Materialbezug sichtbar und unterstützt eine sachliche Nachhaltigkeitskommunikation.

PSI 45829 • Goldstar Europe
Tel +353 42 9320331
vertrieb@simplygoldstar.com
www.simplygoldstar.com



Grünes Glück im Mini-Format

Ein Willkommensgeschenk muss nicht groß sein, um eine Idee zu vermitteln. Die „6 grünen Murmeln im Mini-Eierkarton“ der TDJ Stadtgärtner GmbH verbinden eine kompakte Verpackung mit Saatgut und einer individualisierbaren Botschaft. Jede Schachtel enthält sechs etwa 21 Millimeter große Blumenmurmeln aus Bio-Erde, Ton und ungiftigem Wildblumensaatgut. Die Kugeln lassen sich farblich mischen oder vollständig in Grün ausführen; alternativ ist eine Variante mit Glücksklee-Saatgut vorgesehen. Eine Papierbanderole bietet ab 200 Stück Raum für eine eigene Gestaltung. Das handliche Format eignet sich für Onboarding-Taschen ebenso wie als Aufmerksamkeit auf dem Schreibtisch. Hergestellt werden die Blumenmurmeln in Deutschland und in Zusammenarbeit mit geschützten Werkstätten von Hand verpackt.



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



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



Anzuchtsets mit Wachstumsidee

Wachstum wird bei MerryGrow und MerryStick zum Bestandteil der Werbebotschaft. Beide Weihnachtsbaum-Anzuchtsets arbeiten mit Fichtensamen und einer kompakten Kraftpapierhülle, setzen jedoch unterschiedliche Schwerpunkte. MerryGrow enthält zusätzlich eine Torfscheibe und einen Papiertopf und bringt damit die nötigen Bestandteile für den Start der Anzucht mit. MerryStick ergänzt die Samen um einen weihnachtsbaumförmigen Pflanzenstecker aus Birken-Sperrholz, der während des Wachstums sichtbar bleibt. ANDA Present Ltd. bietet für beide Varianten Flächen zur Individualisierung: Die Hüllen können per vollfarbigem Vinylaufkleber oder bis zu vierfarbigem Tampondruck gestaltet werden; bei MerryStick lässt sich auch das Holzschild bedrucken oder gravieren, einschließlich Namen.

Persönliche Zeichen im Onboarding

Beim Onboarding zählt nicht nur die technische Ausstattung, sondern auch die persönliche Geste. Unter dem Begriff „Smile-Garanten“ führt das Unternehmen mbw® eine breite Palette an Sympathieträgern, die sich als Begrüßung, Anerkennung oder Begleiter im Recruiting einsetzen lassen. Zum Spektrum gehören Herr Bert® Figuren, kuschelige Plüschtiere, Displayreiniger und Schnabels® Enten. Je nach Produkt können Unternehmenslogo oder Slogan die Gestaltung ergänzen und so einen Bezug zum Arbeitgeber herstellen. Die Artikel eignen sich für Welcome-Pakete, Geburtstage, Jubiläen sowie für Jobmessen und Recruitingveranstaltungen, bei denen kleine, leicht verständliche Produkte den Kontakt unterstützen sollen. Neben der dekorativen Wirkung steht bei einzelnen Varianten auch ein praktischer Nutzen im Vordergrund, etwa beim Reinigen von Displays. Die Bandbreite ermöglicht es, Motiv und Funktion auf Branche, Anlass und Zielgruppe abzustimmen, ohne das Onboarding auf rein digitale Informationen zu beschränken.



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





PSI 48917 • Promo-House
Tel +48 12 411 42 42
biuro@promohouse.pl
www.promohouse.pl

Socken als Teamzeichen

Textile Details können den Einstieg ins Unternehmen anders markieren als klassische Büroartikel. Individuell gestaltete Logo-Socken verbinden tragbaren Alltagsnutzen mit einer sichtbaren Markenreferenz und lassen sich am ersten Arbeitstag oder als Teil eines Welcome-Pakets überreichen. Promo-House kann Firmenlogo, Unternehmensfarben und Elemente der visuellen Identität in das Muster integrieren. So entsteht ein Produkt, das nicht auf den Schreibtisch beschränkt bleibt, sondern auch außerhalb des Arbeitsplatzes genutzt werden kann. Für Onboarding-Konzepte bieten die Socken eine Möglichkeit, Zugehörigkeit und Teambezug über ein funktionales Kleidungsstück aufzugreifen. Zugleich eignen sie sich als Ergänzung zu weiteren Markenartikeln, sodass sich Begrüßungssets thematisch und gestalterisch zusammenstellen lassen.

Genuss als Anerkennung

Anerkennung im geschäftlichen Umfeld lässt sich über Produkte vermitteln, die Genuss und bleibenden Nutzwert verbinden. Der XXL Geschenkkorb von Römer Präsente kombiniert 14 Spezialitäten zu einem umfangreichen Präsent, darunter Champagner, Grappa, Rotwein, Schwarzwälder Schinken und Pralinen sowie weitere süße und herzhaftes Lebensmittel. Inhalt und Umfang machen den Korb vor allem für Jubiläen, besondere Leistungen oder Anlässe geeignet, bei denen ein Standardgeschenk zu wenig individuell wirkt. Die Auswahl verschiedener Geschmacksrichtungen schafft Spielraum für unterschiedliche Vorlieben. Nach dem Verzehr bleibt der stabile Einkaufskorb mit Tragegriffen als nutzbarer Alltagsgegenstand erhalten.



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

EINFACH DABEI.

Der faltbare Wetterschutz in Neon mit Reflexstreifen.



REGENHÜLLE
REFLEX
1816512



-Anzeige-



HALFAR

STARKE TASCHEN



Funktion am Schlüsselbund

Ein Schlüsselbund wird hier um eine Funktion erweitert, die unterwegs schnell ihren Nutzen zeigt: Der 2in1-Schlüsselanhänger mit Flaschenöffner von ants & friends GmbH verbindet ein textil wirkendes Tau mit einem Metallöffner für Kronkorken. Das verwendete Material stammt aus recycelten PET-Flaschen und ist auf eine langlebige Nutzung ausgelegt. Für die Anpassung an unterschiedliche Corporate Designs lässt sich das Tau nahe Pantone einfärben und mit bis zu vier Farben umsetzen. Auf dem Metallteil kann eine Lasergravur das Markenmotiv dauerhaft sichtbar machen; auch eine umlaufende Gravur ist vorgesehen. Seine Kombination aus Schlüsselanhänger und Öffner macht das kompakte Accessoire für Camping, Wandern, Sportveranstaltungen, Festivals, Open-Air-Formate und Reisen ebenso einsetzbar wie für Gastro-Events, Messen oder Mitarbeitergeschenke.

Persönliche Tasse zum Einstieg

Ein persönlicher Gegenstand am Arbeitsplatz kann den Einstieg in ein neues Unternehmen sichtbar begleiten. Bella Tea von Mart Ceramic sp. z o.o. ist ein Porzellanset aus Tasse, Deckel und Tee-Ei aus Metall, das als Bestandteil eines Willkommenspakets konzipiert ist. Die Tasse lässt sich mit dem Firmenlogo bedrucken und zusätzlich mit dem Vornamen, Nachnamen oder Spitznamen personalisieren. Damit erhält jede Person ein eigenes Gefäß für den täglichen Gebrauch, während die Unternehmenskennzeichnung in den Arbeitsalltag eingebunden wird. Das Set verbindet eine praktische Teezubereitung mit individueller Zuordnung und eignet sich vor allem für Onboarding-Maßnahmen und interne Willkommensgeschenke. Die Mindestbestellmenge von 50 Sets macht die Umsetzung auch für überschaubare Einstellungsgruppen planbar.





PSI 46470 • B&B Promotions Sweets
Tel +48 22 7246165
office@promotionalsweets.pl
www.promotionalsweets.pl

Genuss für Pause und Willkommen

Eine Pause lässt sich zugleich als Anlass für ein gebündeltes Präsent nutzen. Das Geschenkset „Machen Sie eine Pause“ von B&B Promotions Sweets kombiniert Tee, Kaffee, Mehrblütenhonig und Marmelade in einer Verpackung. Vorgesehen ist es nicht nur für Weihnachten, sondern ebenso als Gruß-, Willkommens- oder Einführungsgeschenk für Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeitende. Beim Tee besteht Spielraum: Anstelle der Weihnachtsmischung können aromatisierter Grün- oder Schwarztee eingesetzt werden. Sämtliche Bestandteile lassen sich über bedruckte Aufkleber oder Etiketten im Vollfarbdruck kennzeichnen; außen übernimmt eine um die Schachtel gelegte Kartenhülle die Markenpräsentation. Das Set ist in Varianten mit 195 oder 420 Gramm erhältlich, misst 180 × 125 × 80 Millimeter und weist eine Haltbarkeit von zwölf Monaten auf. Die Mindestbestellmenge beträgt 50 Stück.

Schneiden und Servieren

Holz verbindet bei Küchenartikeln Gebrauchswert mit einer Fläche für individuelle Veredelung. Das Schneide- und Servierbrett Sund von Goldstar Europe besteht aus FSC-zertifiziertem Akazienholz und misst 400 × 220 × 15 Millimeter. Die Fläche dient zum Schneiden, Anrichten und Servieren. Eine Lasergravur nimmt Logo, Namen oder Motiv auf und nutzt die natürliche Maserung als gestalterisches Umfeld. Geliefert wird das Brett in einer recycelbaren Geschenkbox und eignet sich damit für Firmenpräsentate, Einzugs Geschenke oder Werbeaktionen. Durch das stabile Format kann Sund regelmäßig in Küche, Haushalt oder bei Grillveranstaltungen zum Einsatz kommen. Schneid- und Servierfunktion sorgen für wiederkehrenden Nutzen. Zugleich rückt die FSC-Zertifizierung die Herkunft des eingesetzten Holzes als nachvollziehbares Produktelement in den Vordergrund. Das Format bietet eine großzügige Arbeits- und Präsentationsfläche. Die Geschenkbox unterstützt die Übergabe als Präsent.



PSI 45829 • Goldstar Europe
Tel +353 42 9320331
vertrieb@simplygoldstar.com
www.simplygoldstar.com

Notizblock mit zweitem Leben

Notizen, Ideen und erste Aufgaben erhalten mit dem Wachsenden Notizblock eine zweite Nutzungsperspektive: Nach dem Beschreiben lässt sich sein Umschlag aus Samenpapier einpflanzen. TDJ Stadtgärtner GmbH kombiniert dafür ein handliches DIN-A6-Format mit stabiler Ringbindung und 40 Blatt beziehungsweise 80 Seiten aus FSC-Papier. Im Cover und auf der Rückseite stecken Samen von Klatschmohn, Gänseblümchen und Vergissmeinnicht. Sind die Seiten gefüllt, kann das Papier mit einer dünnen Erdschicht bedeckt und angegossen werden; aus dem bisherigen Arbeitsmittel entsteht eine kleine Wildblumenfläche. Das Konzept eignet sich für Onboarding-Taschen, Schreibtischpakete oder andere Begrüßungssituationen, in denen ein nützlicher Gegenstand mit einem weiterführenden Impuls verbunden werden soll. Der Notizblock wird im vorhandenen „Die Stadtgärtner“-Design angeboten, ist nicht individualisierbar und bereits in kleinen Mengen bestellbar.



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



PSI 61141 • dothat
Tel +48 667 832547 • biuro@dothat.pl
<https://dothat.pl>

Markendetail am Notizbuch

Markenidentität kann sich auch an einem kleinen Detail eines vertrauten Arbeitsmittels zeigen. Notebook Charms von dothat ergänzen Notizbücher um individuell gestaltbare Anhänger am Gummiband. Form und Farbe lassen sich an die visuelle Identität eines Unternehmens anpassen; vorgesehen sind Firmenlogos, Icons oder Markensymbole. An einem Notizbuch können ein einzelner oder mehrere Charms kombiniert werden. Zusätzlich lässt sich das Buch selbst passend zum Erscheinungsbild der Marke personalisieren. Für den Einsatz im Onboarding werden die Anhänger bereits am Notizbuch befestigt geliefert, sodass das Produkt ohne weitere Montage in ein Welcome Pack aufgenommen werden kann. Der funktionale Kern des Notizbuchs bleibt erhalten, während die Charms eine zusätzliche Fläche für Wiedererkennung schaffen.

Acht Funktionen für den Alltag

Kleine Alltagshelfer können im Onboarding mehr leisten als reine Dekoration. karl von Richartz GmbH vereint acht praktische Funktionen im Schlüsselbund-Format und ist in mehr als 64 Designs erhältlich. Eine zentrale Anwendung ist das Lösen von Einkaufswagen, wodurch das Produkt regelmäßig im Alltag eingesetzt werden kann und wiederkehrende Markenkontakte ermöglicht. Für HR-Maßnahmen, Incentives und Kundenbindung lässt sich die Gestaltung an Branche, Team oder Anlass anpassen. Zusätzlichen Nutzwert schafft ein QR-Code: Er kann direkt zu digitalen Angeboten führen, etwa zu einer aktuellen Stellenausschreibung. So verbindet karl eine physische Funktion mit einem digitalen Informationsweg. Durch die Platzierung am Schlüsselbund bleibt der Markenbezug nicht auf den Moment der Übergabe beschränkt.

PSI 40884 • Richartz GmbH
Tel +49 212 232310 • info@richartz.com
www.richartz.com





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



Für strukturierte Starts

Struktur im Arbeitsalltag beginnt häufig auf Papier: Das Bullet Journal bietet mit 224 Seiten Raum für Termine, Aufgaben, Ideen und persönliche Notizen. Im DIN-A5-Format bleibt es handlich genug für Schreibtisch, Besprechung und mobiles Arbeiten. Edition Michael Fischer GmbH kann sowohl das Cover als auch die Innenseiten an Corporate Design und gewünschte Inhalte anpassen. Ein Firmenlogo lässt sich auf dem Umschlag platzieren, zusätzlich können eigene Texte wie ein Vorwort integriert werden. Auch Umfang und Ausstattung sind variabel; genannt werden Lösungen vom flexiblen Softcover bis zum Hardcover mit Lesebändchen. Damit eignet sich das Bullet Journal als Onboarding-Produkt, das nicht nur bei der Begrüßung wirkt, sondern über Wochen und Monate in der täglichen Organisation präsent bleibt.

Sichtbare Präsenz

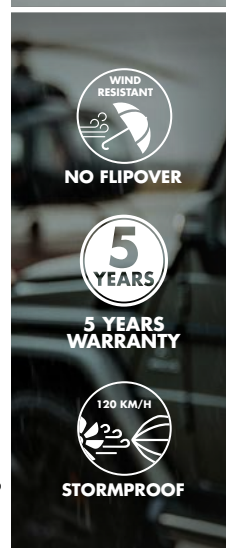
Auf gemeinsam genutzten Flächen bleibt eine Tissue-Box länger sichtbar und verbindet Verbrauchsnutzen mit wiederkehrender Markenpräsenz. Die quadratische Tissue-Box aus der Tonki Produktlinie „Tomodo“ bietet dafür eine großflächig gestaltbare Papierverpackung. Tonki Srl kann die Außenflächen an die visuelle Identität eines Unternehmens anpassen, von Firmengrafiken bis zu farbigen Kampagnenmotiven oder Begrüßungsbotschaften. Das Produkt eignet sich für Büros, Empfangsbereiche, Hotels, Besprechungsräume und Zonen, in denen neue Mitarbeitende willkommen geheißen werden. Anders als ein kurz eingesetztes Give-away bleibt die Box am Schreibtisch oder auf Gemeinschaftsflächen präsent, solange die Tissues genutzt werden.

PSI 60579 • Tonki Srl
Tel +49 174 1541001
info@todomodo.com
www.todomodo.com



THE STRONGEST OF THEIR KIND
SUPERSTRONG

ab 48 Stück bedruckbar



-Anzeige-

DOPPLERSCHIRME.COM
INDIVIDUAL@DOPPLERSCHIRME.COM



PSI 41615 • Geiger-Notes AG
Tel +49 6134 1880 • info@geiger-notes.ag
www.geiger-notes.ag

Organisation auf kleinem Format

Zwischen ersten Terminen, Ansprechpartnern und To-dos hilft eine kompakte Papierlösung, Informationen schnell zu ordnen. Das Kombi-Set Oslo vereint zwei Haftnotiz-Blöcke in unterschiedlichen Größen mit farbigen Haftmarkern und stellt damit mehrere Organisationshilfen in einem Format bereit. Geiger-Notes AG gestaltet den Softcover-Umschlag individuell; auch die Haftnotizen können bedruckt werden. So lassen sich Corporate Design, Willkommensgruß oder interne Hinweise direkt in das Arbeitsmittel integrieren. Auf dem Schreibtisch benötigt Oslo wenig Platz und bleibt für kurze Notizen, Markierungen in Unterlagen oder das Kennzeichnen wichtiger Aufgaben griffbereit. Für Onboarding-Pakete verbindet das Set einen unmittelbar verständlichen Nutzen mit wiederkehrender Markenpräsenz, ohne zusätzliche Technik vorauszusetzen. Auch bei Schulungen, internen Workshops oder Projektstarts kann die Kombination als handliches Organisationswerkzeug eingesetzt werden.

Farbe als Markenfläche

Das Umfeld hochwertiger Geschenk- und Verkaufsverpackungen lebt durch Farbe mit klaren Akzenten. Die ADV PAX Lutec GmbH führt mit Premiumdose Pink (Art. 2262), Premiumdose Grün (Art. 2263) und Premiumdose Mini Black (Art. 2268) drei Metallverpackungen für unterschiedliche Inhalte. Neben Schokolade, Tee, Kaffee, Gebäck und Pralinen kommen auch Schmuck, Gutscheine oder kleinere Präsente als Füllung infrage. Die Dose übernimmt damit nicht nur die Verpackungsaufgabe, sondern schafft zugleich eine sichtbare Fläche für Markenauftritte. Für die Anpassung an Unternehmen, Kampagnen oder Anlässe stehen Druck, Prägung und individuell gewählte Sonderfarben zur Verfügung. Das erweitert die Einsatzmöglichkeiten vom klassischen Geschenk bis zur Verkaufsförderung. Die drei Varianten eignen sich für Präsente an Geschäftspartner oder Beschäftigte ebenso wie für Promotionmaßnahmen und Aktionen im Handel, bei denen Verpackung, Inhalt und Markenbild gestalterisch aufeinander abgestimmt werden.

PSI 61159 • ADV PAX Lutec GmbH
Tel +49 7123 380070 • info@adv-pax.de
www.adv-pax.de



Bleistifte nach Markenmaß

Ein Bleistift wird zum individuellen Werbemittel, wenn Form, Veredelung und Gestaltung auf Marke und Anlass abgestimmt werden. Personalisierte Bleistifte stehen bei Reidinger deshalb nicht nur für einen aufgedruckten Namen oder ein Logo, sondern können als maßgeschneiderte Lösung entwickelt werden. Der Schreibgerätespezialist bietet Personalisierungen, Veredelungen und Sonderanfertigungen an und richtet die Umsetzung an Zielgruppe und Einsatzzweck aus. Im Sortiment finden sich nach Unternehmensangaben nachhaltige Werbeartikel, die mit finanziellem Klimabeitrag produziert werden. Neben Bürohelfern gehören Produkte für den Bau sowie Geschenkideen mit Verpackung zum Angebot. Ein Online-Konfigurator unterstützt die Auswahl, wenn Bleistifte oder verwandte Schreibprodukte in ein bestehendes Corporate Design eingebunden werden sollen.

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





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

Süßer Gruß fürs Team

Kleine Süßwaren können im Onboarding Begrüßung und direkt nutzbares Geschenk verbinden. Das Unternehmen Der Zuckerbäcker GmbH setzt dafür auf wiederverwendbare Bügelgläser mit passenden Botschaften. Das Bügelglas „Zusammen wachsen“ richtet sich an neue Teammitglieder und verknüpft den Inhalt mit dem Gedanken eines gemeinsamen Starts. Für hybride Arbeitsmodelle steht mit „Happy Homeoffice“ eine zweite Variante, die eine süße Pause am heimischen Arbeitsplatz aufgreift. Beide Gläser lassen sich individuell branden und an die Unternehmenskultur anpassen. Neben der Begrüßung neuer Mitarbeitender kommen sie als kleines Dankeschön für bestehende Teams oder als Incentive infrage. Der Nutzwert endet nicht mit dem Verzehr des Inhalts, denn das Glas kann weiterverwendet werden. Die Botschaft entsteht aus dem Zusammenspiel von Inhalt, Bedruckung und Anlass.

Goldener Akzent

Goldpartikel im Getränk setzen bei den Golden Flakes einen auffälligen visuellen Akzent, ohne die Funktion als individualisierbares Präsent aus dem Blick zu verlieren. Römer Drinks bietet das aromatisierte, schaumweinhaltige Getränk mit lebensmittelechtem 22-karätigem Blattgold in zwei Flaschengrößen an: als 0,75-Liter-Sektflasche und als 0,2-Liter-Piccolo. Für Unternehmen eröffnet das Produkt Einsatzmöglichkeiten bei Incentives, Jubiläen, Kundenaktionen oder Onboarding-Maßnahmen, wenn ein Getränk zugleich als Träger einer Markenbotschaft dienen soll. Die Flaschen können mit Folienetiketten oder per Direktdruck gestaltet werden. Die Individualisierung ist laut Anbieter ab 60 Flaschen bei der größeren und ab 120 Stück bei der kleineren Variante möglich.



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

mbw[®]



AI GENERATED



MITARBEITER FINDEN, BINDEN UND WERTSCHÄTZEN!

Drei starke Anlässe für Ihr nächstes Kundengespräch.

Mit sympathischen, individuell bedruckbaren Werbeartikeln schaffen Ihre Kunden persönliche Momente – vom ersten Kontakt bis zum Dankeschön für das Team.

Jetzt direkt bemustern.

Mit unseren Branchen- und Themenboxen bringen Sie passende Produktideen einfach und greifbar zu Ihren Kunden.



mbw.sh



Die Kaldenbach GmbH feiert ihr 50-jähriges Bestehen – und blickt auf eine außergewöhnliche Entwicklung zurück. Aus einem regionalen Werbemittelhändler wurde ein innovativer Hersteller eigener Markenprodukte mit Fokus auf Design, Nachhaltigkeit und Manufakturqualität. Heute verbindet das Unternehmen Tradition, Innovationskraft und starke Fulfillment-Kompetenz.

Vom Werbemittelhändler zum Hersteller

50 Jahre Wandel mit Weitblick



Ein eingespieltes
Leitungs-Duo: Chris-
toph Bauer (li.) und
Marco Kaldenbach.



Die dritte Generation am Eingangs-
tresen zwischen zwei Ausführungen
des „runnin' display“. Nina Kalden-
bach lernt als Werksstudentin den
väterlichen Betrieb kennen.

Seit wir uns das letzte Mal den Protagonisten der Kaldenbach GmbH in diesem Fachmagazin ausführlich widmeten, sind 16 Jahre vergangen. In dieser Zeit hat sich im Unternehmen – immer noch ansässig im fränkischen Hersbruck nahe Nürnberg und nun fünf Jahrzehnte jung – einiges getan. Bekanntlich ist nichts so beständig wie der Wandel. Und dieser vollzog sich bei Kaldenbach vom Fullservice-Werbemittelberater hin zum Produzenten eigener, origineller Markenartikel mit nachhaltigem Mehrwert.

Der richtige Weg

„Der Wechsel von der Händler- zur Herstellerseite erwies sich letztlich als richtiger Weg für uns“, so Geschäftsführer Marco Kaldenbach. „Denn unter der Marke camarc® hatten wir be-

Ein wichtiges
Arbeitsmittel der
ersten Jahre ...



reits längere Erfahrung in der Entwicklung eigener, designakzentuierter Produkte.“ Die Geburtsstunde dieses Labels und somit auch der von Kaldenbach als Hersteller war ein Großauftrag der Firma LoeweSystems. Marco Kaldenbach gestaltete hierzu eine Uhr im Stile der Loewe-Systems Geräte. Das Unternehmen war vom Entwurf begeistert, was den ersten Großauftrag zur Folge hatte. „Für

mich war das damals wie ein Ritterschlag und ich begann danach mich verstärkt um Produktdesign zu kümmern“, erinnert sich Marco Kaldenbach. Das Portfolio des nun seit 12 Jahren ausschließlich als reiner Hersteller agierenden Unternehmens umfasst heute außergewöhnliche Artikel verschiedener Markenbereiche, wobei das Label camarc® nun bereits seit 26 Jahren existiert und quasi als „Übergangshelfer“ des strukturellen Wandels fungierte. Das aktuelle Sortiment besteht aus un-



Heimat der Kaldenbach GmbH: Das Firmengebäude im fränkischen Hersbruck.

„Wir liefern Werbeartikel und Accessoires mit Leidenschaft: Fair, verantwortungsvoll und in echter Manufakturarbeit.“

Christoph Bauer

verwechselbaren Artikeln, die auf „Langlebigkeit als Kern von Nachhaltigkeit“ setzen, darunter so ausgefallene Kreationen wie der ecoCHARGER oder der ECOflip.

Es begann mit Bauernmalerei

Doch lassen wir die Entwicklung des Unternehmens im nun 50. Jahr seines Bestehens noch einmal kurz Revue passieren: 1976 startete das Unternehmen Kaldenbach mit der Anmeldung einer Einzelunternehmung durch Marcos Mutter Susanne Kaldenbach, der Frau von Vater Klaus Kaldenbach. Die kunsthandwerklich begabte Gattin verkaufte anfangs Gebrauchsartikel im Stil der damals beliebten Bauernmalerei. Klaus Kaldenbach arbeitete zu dieser Zeit noch als Einkaufsleiter einer großen Firma, hatte in seiner Position aber auch schon mit Werbeartikeln zu tun und erhielt dabei Ideen und Impulse, selbst in die Vermarktung der dreidimensionalen Werbeträger mit einzusteigen – was dann 1993 geschah, als er seine Frau in der Unternehmensführung ablöste.

Auf der Erfolgsspur

Das Geschäftsgebiet des Vaters machte Sohn Marco neugierig und so stieg dieser schon 1994 gleichberechtigt mit ins Unternehmen ein. „Das war eine waghalsige Geschichte, denn ich war damals bei einem Spezialverpackungshersteller im Verkauf tätig, der mir in dieser Zeit auch den Posten eines Geschäftsführers anbot“, erinnert sich Marco Kaldenbach. Da er aber schon auf der Berufsschule den Wunsch hatte, selbstständig zu sein, ergriff er trotz anfänglich erheblicher Gehaltseinbußen die Gelegenheit, beim Vater einzusteigen. So verzichtete Marco kurzerhand auf seinen Dienstwagen und teilte sich mit seinem Vater ein Firmenauto. Die Erfahrung des Vaters und die Begeisterungsfähigkeit des Sohnes jedoch verbanden sich zum motivationsfördernden Gemisch, das den Motor der Firma Kaldenbach auf der Erfolgsspur vorantrieb.

Weiteres Wachstum

Man zog anfangs noch „mit dem Köfferchen und den Musterkollektionen“ umher, teilte sich die Kunden und akqui-

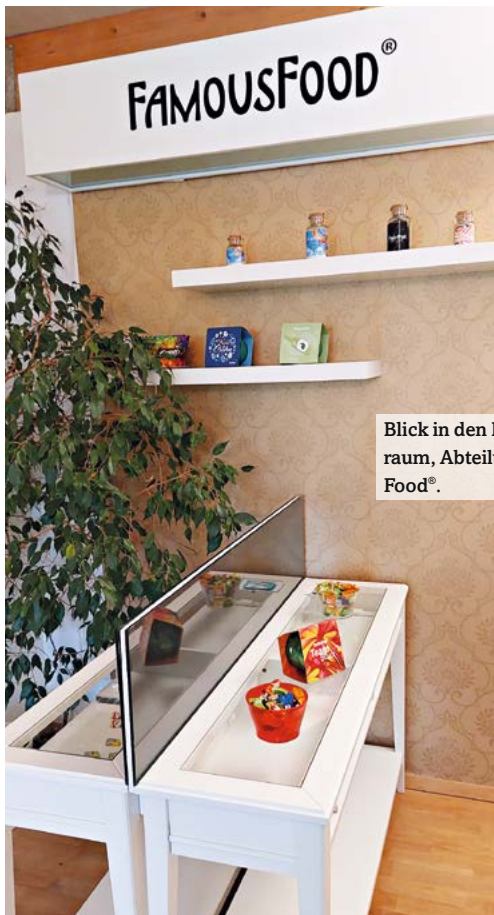


Der ecoCHARGER aus der camarc®-Kollektion: Induktives Laden trifft auf edles, heimisches Holz, regional gefertigt, nachhaltig verpackt, im Wunsch-Design veredelt.

Ebenfalls Mitglied und ein kleiner, aber feiner Renner aus der camarc®-Serie: der ECOflip ist ein praktisches Magnetband aus recycelten PET-Flaschen, hier in einer Mini-Display-Präsentation für einen Messeveranstalter.



rierte stetig neue. Zunächst beschränkte sich der Kundenkreis noch auf die Region. 1997 folgte dann der erste Großauftrag für den damaligen Fernseherhersteller LOEWE, der „den Durchbruch brachte und bewies, dass wir auch die ‚Großen‘ beliefern können“, erinnert sich Marco. Ein eigenes Firmengebäude wurde schließlich am 1. Januar 2001 bezogen und bald zählten viele namhafte, zum Teil weltweit agierende Firmen zu Geschäftspartnern der Kaldenbachs. Bereits vorher hatte man konsequent in die Modernisierung des Betriebs investiert und ließ sich mit Anfang des Jahres 2000 als GmbH eintragen. Das schnelle Wachstum führte 2006 zur Errichtung eines Lagerneubaus und zur Erweiterung der Verwaltungs-



Blick in den Präsentationsraum, Abteilung FamousFood®.



Schnittstelle von gegenständlicher zu digitaler Werbung: das „runnin' display“ gibt es in verschiedenen Varianten.



Die Textilmanufaktur ludwigzapf steht für außergewöhnliche handgefertigte Tisch- und Bettwäsche.

>> fläche. 2007 übergab der Vater dann die Geschäftsführung seinem Sohn, unterstützte den Betrieb aber weitere Jahre tatkräftig und fungiert noch heute als „gute Seele des Hauses“.

Menschliche Werte

Anfang 2019 holte sich Marco Kaldenbach mit Christoph Bauer einen zweiten, in der Branche langjährig erfahrenen Geschäftsführer an seine Seite, der auch als Leiter für den Bereich Fulfillment agiert und den Vertriebsbereich des Unternehmens verantwortet. „Mit Christoph Bauer haben wir einen kompetenten Vertriebsexperten gewonnen, auf dessen Kenntnisse wir vertrauen und von dessen Erfahrungen wir profitieren. Er hat die Philosophie unseres Hauses verinnerlicht und lebt diese in jeder Faser mit“, charakterisiert Marco Kaldenbach den Kompagnon seines Unternehmens, das seinen Kunden nach wie vor nicht nur durch seine „zuverlässige, offene und professionelle Art“, sondern auch und vor allem durch seine menschlichen Werte ein verlässlicher Partner ist. Dies zeigt sich auch im vielfältigen Engagement für regionale Projekte und Vereine oder auch in vielen Fahrten mit Hilfsgütern und Spenden zu Beginn des Ukraine-Krieges.

Tradition als Ausbildungsbetrieb

Derzeit arbeiten im Team der Kaldenbach GmbH 22 Beschäftigte, darunter auch Auszubildende. Dies hat hier gute Tradition, denn seit 25 Jahren bereits bildet Kaldenbach in vielen Bereichen erfolgreich aus. Auch die dritte Generation ist bereits aktiv im Betrieb: Marcos Tochter Nina Kaldenbach absolviert derzeit einen Job als Werkstudentin. Im Studium widmet sie sich der Fachrichtung Management mit dem Schwerpunkt Marketing und strebt den Master-Abschluss an. Eigentlich gute Voraussetzungen für ein späteres Einsteigen im Familienunternehmen. Doch ob sie diesen Weg einschlägt oder sich anders orientiert, hält sie sich noch offen.

„Wir produzieren Lieblingsstücke“

„Wir liefern Werbeartikel und Accessoires mit Leidenschaft: Fair, verantwortungsvoll und in echter Manufakturarbeit“, beschreibt Marco den Kern der jetzigen Kaldenbach Group. Mit FamousFood® und camarc® entstehen Markenprodukte, die Design, Qualität und Nachhaltigkeit vereinen. Der Produktbereich runnin' display bringt Bewegung in Markenwelten. Die patentierten Videowalls



Die FamousFood® Original FAIREGGS haben Platz im Mini-Eierkarton.



Der nachhaltige FairPot L aus dem FamousFood®-Sortiment ist gefüllt mit leckeren, bunten, palmölfreien FairTrade-Nüssen.

und Videocounter werden in Hersbruck entwickelt und produziert: Modern, stilvoll und individuell für Event, Showroom und Eingangsbereich. Die hauseigene Grafikabteilung gestaltet für Kunden Designs für einzelne Produkte oder ganze Merchandise-Kollektionen. Im Geschäftsbereich Fulfillment übernimmt das Unternehmen alle Dienstleistungen rund um die Bereiche Werbeartikel, Accessoires, Print und POS. Neben der Einlagerung, der Verwaltung und dem weltweiten Versand stellt man auch ein modernes Shopsystem zur Verfügung. Über die Produktlinien und das breite Leistungsspektrum von Kaldenbach gibt die Webpräsenz detaillierte Auskunft.

Handwerkliche Qualitäten

Mit der Textilmanufaktur ludwigzapf ist Kaldenbach seit kurzem auch Vorstandsmitglied bei DEUTSCHE MANUFAKTUREN. Der Verein ist Stimme und Plattform für authentische Spitzenprodukte „Handmade in Germany“. Er vertritt, vernetzt und stärkt Manufakturen, fördert Nachwuchs und Innovation und setzt sich ein für Qualität, Nachhaltigkeit und ein echtes Manufaktur-Erlebnis. Die Textilmanufaktur ludwigzapf, 1947 gegründet von sei-

„Der Wechsel von der Händler- zur Herstellerseite erwies sich letztlich als richtiger Weg für uns.“

Marco Kaldenbach



Der erste Großauftrag, eigens von Marco Kaldenbach designte Uhren im Stile der LoeweSystems Geräte im Jahr 1997 – die Geburtsstunde der Marke camarc®.

nem Urgroßvater Ludwig Zapf und wiederbelebt von Marco Kaldenbach, steht für außergewöhnliche handgefertigte Tisch- und Bettwäsche, die mit höchster handwerklicher Sorgfalt und einem ausgeprägten Qualitätsanspruch gefertigt wird.

Für die Zukunft aufgestellt

Marco Kaldenbach wird als Geschäftsführer auch weiterhin die Verantwortung für die Bereiche strategische Ausrichtung des Unternehmens, Produktentwicklung und Gründung von strategischen Allianzen und Kooperationen tragen. Er will mit seinem Team auch weiterhin innovative, auf ökologischer Verantwortung basierende Werbeartikel kreieren und sein Unternehmen durch die schrittweise Implementierung von KI in den Bereichen Vertriebsplanung, Marktanalyse und Controlling in eine weitere erfolgreiche Zukunft führen.

<

Nachhaltigkeit prägt den Werbeartikelmarkt zunehmend. Am Beispiel moderner Schreibgeräte zeigt sich, wie Kreislaufwirtschaft, Materialinnovation und langlebiges Produktdesign zusammenwirken. Recyceltes PET, modulare Konzepte und transparente Produktionsprozesse verbinden ökologische Verantwortung mit wirksamer Markenkommunikation.

Kreislaufwirtschaft im Werbeartikelmarkt

Nachhaltige Schreibgeräte setzen neue Standards



Recyceltes PET (rPET), gewonnen aus gebrauchten PET-Flaschen, bietet für die Kreislaufwirtschaft interessante Optionen.

Nachhaltigkeit hat sich im Werbeartikelmarkt von einem Zusatznutzen zu einem zentralen Entscheidungskriterium entwickelt. Unternehmen erwarten heute Produkte, die nicht nur Markenbotschaften transportieren, sondern auch ökologische Verantwortung sichtbar machen. Gleichzeitig müssen Werbeartikel funktional, langlebig und wirtschaftlich sein. Diese Anforderungen stellen Hersteller vor die Herausforderung, Nachhaltigkeit nicht als Einzelmaßnahme, sondern als ganzheitliches Produktkonzept zu denken.

Anforderungen haben sich stark verändert

Besonders im Bereich der Schreibgeräte zeigt sich, wie stark sich die Anforderungen verändert haben. Während in der Vergangenheit häufig einzelne Materialaspekte im Vordergrund standen, rücken heute die Herkunft der Rohstoffe, die Transparenz der Lieferkette, die Produktionsbedingungen und die Nutzungsdauer eines Produkts gleichermaßen in den Fokus.

rPET bietet interessante Optionen

Ein Ansatz besteht darin, bewährte Alltagsprodukte konsequent nach den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft weiterzuentwickeln. Dabei werden Materialien eingesetzt, die bereits einen Nutzungszyklus durchlaufen haben und wieder in hochwertige Produkte überführt werden können. Recyceltes PET (rPET), ge-

wonnen aus gebrauchten PET-Flaschen, bietet hierfür interessante Möglichkeiten. Durch moderne Aufbereitungsverfahren lässt sich ein Material erzeugen, das den Anforderungen an langlebige Schreibgeräte gerecht wird und gleichzeitig Ressourcen schont.

Nachhaltig heißt auch langlebig

Neben der Materialwahl spielt die Produktgestaltung eine entscheidende Rolle. Nachhaltigkeit entsteht nicht allein durch den Einsatz eines Recyclingmaterials. Ebenso wich-



Ein Beispiel für modulare Produktkonzepte ist der uma RECYCLED PET PEN CORE. Bild: uma Schreibgeräte Ullmann GmbH

Der uma RECYCLED PET PEN CORE wurde mit dem BIG SEE Product Design Award ausgezeichnet. Bild: uma Schreibgeräte Ullmann GmbH



tig sind langlebige Konstruktionen, eine hohe Verarbeitungsqualität und eine Gestaltung, die eine langfristige Nutzung fördert. Produkte, die über einen langen Zeitraum im Einsatz bleiben, leisten einen wesentlichen Beitrag zur Ressourcenschonung und erhöhen gleichzeitig die Werbewirkung für die ausgebende Marke.

Modulare Produktkonzepte

Auch modulare Produktkonzepte gewinnen zunehmend an Bedeutung. Sie ermöglichen eine größere Variantenvielfalt, ohne für jede Ausführung neue Produktplattformen entwickeln zu müssen. Gleichzeitig schaffen sie die Grundlage für eine konsistente Designsprache und effiziente Produktionsprozesse. Für Werbetreibende entsteht dadurch die Möglichkeit, Produkte gezielt an ihre Markenwelt anzupassen, ohne auf standardisierte Massenware zurückgreifen zu müssen.



Schreibgerät aus gesammelten PET-Flaschen

Ein Beispiel für diese Entwicklung ist der uma RECYCLED PET PEN CORE. Das Schreibgerät wird aus recyceltem PET gefertigt, das aus in Europa gesammelten PET-Flaschen stammt und zu einem hochwertigen rPET-Material aufbereitet wird. Die Fertigung erfolgt in europäischen, ClimatePartner-zertifizierten Produktionsstätten und schafft damit einen transparenten und nachvollziehbaren Materialkreislauf. Darüber hinaus folgt das Produkt einem modularen Konzept mit vier Varianten – mit oder ohne Metallspitze sowie mit matter oder gummierter Oberfläche – und einer Farbpalette aus 16 abgestimmten Farbtönen. Die Kombination aus Materialinnovation, funktionaler Gestaltung und flexibler Individualisierung zeigt, wie sich Nachhaltigkeit und Markenkommunikation sinnvoll miteinander verbinden lassen.

Ansatz mit Auszeichnung

Dass dieser Ansatz auch über die Werbeartikelbranche hinaus Aufmerksamkeit erfährt, zeigt die jüngste Auszeichnung des uma RECYCLED PET PEN CORE mit dem BIG SEE Product Design Award. Die international renommierte Auszeichnung würdigt Produkte, die Gestaltung, Innovation und Nachhaltigkeit auf überzeugende Weise miteinander verbinden.

Nachhaltigkeit als fester Bestandteil der Produktentwicklung

Für die Zukunft des Werbeartikelmarktes dürfte entscheidend sein, Nachhaltigkeit nicht als kurzfristigen Trend zu verstehen, sondern als festen Bestandteil der Produktentwicklung. Unternehmen suchen zunehmend nach Lösungen, die ökologische Verantwortung glaubwürdig sichtbar machen und gleichzeitig die hohen Anforderungen an Qualität, Funktionalität und Markenwirkung erfüllen. Nachhaltige Schreibgeräte können dabei beispielhaft zeigen, wie Kreislaufwirtschaft im Alltag praktisch umgesetzt werden kann.



Markenfläche zum Tragen

Tragetaschen übernehmen bei Veranstaltungen und im Handel zugleich Transport- und Kommunikationsaufgaben. Die individuell bedruckten Papiertragetaschen der Geiger-Notes AG sind bereits ab 250 Stück erhältlich und eignen sich damit auch für Aktionen mit überschaubaren Auflagen. **Neun Formate schaffen Spielraum** für unterschiedliche Inhalte, vollflächige Flächen für 4C-Drucke nehmen Logos oder Kampagnenmotive auf. Für Stabilität sorgen ein verstärkter Boden und strapazierfähige Materialien. Bei den Trageelementen stehen PP-Kordeln oder Satinbänder in verschiedenen Farben zur Verfügung; matt oder glänzend kaschierte Oberflächen erweitern die optischen Varianten. Der praktische Vorteil liegt darin, dass die Tasche nach der Ausgabe weiterverwendet werden kann und die aufgedruckte Botschaft unterwegs sichtbar bleibt.

PSI 41615 • Geiger-Notes AG
Tel +49 6134 1880 • info@geiger-notes.ag
www.geiger-notes.ag



Trinkflaschen für den Schulalltag

Im Schulalltag gehören Trinkflaschen zu den Gegenständen, die zwischen Unterricht, Sport und Ausflügen wechseln. Die Tacx-Trinkflaschen von Bottle Promotions / Tacx B.V. lassen sich mit einem Schullogo versehen und verbinden tägliche Nutzung mit klarer Sichtbarkeit. Das Sortiment umfasst mehrere Modelle und Farben; der Druck ist auf dauerhafte Verwendung ausgelegt. Die Flaschen sind **spülmaschinenfest, BPA-frei** und werden in den Niederlanden hergestellt. Für Mannschaftssport oder Gruppenangebote ergänzt der StarLight-Flaschenhalter das Konzept: Er nimmt bis zu acht Flaschen auf und ist mit oder ohne Aufdruck erhältlich. Damit lassen sich Einzelne ebenso wie Teams ausstatten. Neben Unterricht und Sport kommen Klassenfahrten oder schulische Veranstaltungen infrage.

PSI 45767 • Bottle Promotions / Tacx B.V.
Tel +31 717999296 • carl@tacx.nl
www.bottlepromotions.com



Festliche Bretter mit Nutzwert

Festliche Tischgestaltung und funktionales Servieren verbindet CONTINENTA GmbH in der Weihnachtskollektion aus Duracore. Die Servierbretter sind in zwei Größen sowie als Stern, Tannenbaum und Herz erhältlich und lassen sich beidseitig nutzen. Das Material ist spülmaschinenfest, bis 180 Grad Celsius hitzebeständig und für die Aufbewahrung im Kühlschrank geeignet; zugleich beschreibt der Hersteller es als messerschonend und hygienisch. Duracore besteht nach eigenen Aussagen zu 80 Prozent aus recyceltem Material und ist **auf hohe Belastbarkeit ausgelegt**. Auf den Brettern finden Plätzchen, Kuchen und Desserts ebenso Platz wie Fingerfood oder kleine Vorspeisen. Der große Stern kann zusätzlich als Platzteller dienen, während die Herzform über Weihnachten hinaus etwa für Valentins- oder Muttertag einsetzbar bleibt.

PSI 60638 • Continenta GmbH
Tel +49 7615158500 • nicol.sommer@continenta.de
www.continenta.de



Charmant – emotional – persönlich

Kuschelige Plüschtiere setzen in der Markenkommunikation auf Wiedererkennung und Nähe. Die neue MiniFeet®-Serie von mbw® umfasst Husky Hanno, Rentier Rika, Ziege Thilde, Gorilla George und Schlange Shila **für unterschiedliche Themenwelten**. Logo oder Botschaft finden Platz auf Werbefahne, Mini-T-Shirt, Schal oder Dreieckstuch. Die Markenfläche lässt sich passend zu Kampagne oder Anlass wählen. Einsatzfelder reichen von Kundengeschenken und Messeaktionen bis zu saisonalen Promotions, internen Maßnahmen oder Mailings. Husky und Rentier bieten sich etwa für winterliche Themen an, während Ziege, Gorilla oder Schlange ungewöhnliche Akzente setzen. Im Mittelpunkt steht die dauerhafte Präsenz: Als dekorative Begleiter können die MiniFeet® Kuscheltiere auf Schreibtischen oder Regalen verbleiben und die auf Textilien oder Fahne platzierte Botschaft wiederholt sichtbar machen.

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



– Anzeige –



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

**pins
& mehr**
GmbH & Co. KG

Tiermotive im Mini-Format

Gestaltung und Gebrauchswert treffen beim STABILO BOSS MINI Animal Vibes aufeinander. Die **limitierte Sonderedition** erscheint in fünf Neonfarben, die jeweils einem Tiermotiv zugeordnet sind. Der Mini-Textmarker eignet sich für Markierungen im Büro, in Besprechungen oder Kreativbereichen sowie für Promotions, Veranstaltungen oder Kundengeschenke. Zwei Verpackungen bieten Werbeflächen: Bei der 4er Box lässt sich eine Werbefläche bedrucken, während die 4er Karton-Verpackung vollständig individuell gestaltet werden kann. Logo, Claim oder Kampagnenmotiv lassen sich in ein geschlossenes Verpackungskonzept einbinden. STABILO verbindet die bekannte Form des Mini-Textmarkers mit einer verspielten Motivwelt, ohne die Schreibfunktion zu verändern. Die handliche Größe erleichtert die Mitnahme und unterstützt wiederkehrende Nutzung, sodass Produkt und Verpackung über einen einzelnen Anlass hinaus im Arbeitsalltag präsent bleiben können. Die Edition ist limitiert.



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

Gebäckdosen mit zweitem Leben

Zur Weihnachtszeit wird die Verpackung häufig selbst zum Teil des Geschenks. Die Lebkuchendosen der ADV PAX Lutec GmbH greifen diesen Gedanken mit einer Serie unterschiedlicher Metallformen auf. Zum Sortiment gehören unter anderem Star GOLD, Leo-Ginger, Gingerlove, Jingle Bells Haus, Lebkuchendose Winter, Weihnachtsbäckerei, Santas House und die Teelichtdose rot. Sterne, Lebkuchenfiguren, Häuser und klassische Runddosen bieten **passende Formate** für Lebkuchen, Plätzchen und anderes Gebäck. Die visuelle Gestaltung unterstützt den saisonalen Charakter und macht die Dosen auch nach dem Verzehr des Inhalts als dekorative Behälter nutzbar. Der praktische Mehrwert liegt in der Verbindung von Produktverpackung und weiterverwendbarem Behältnis; zugleich lassen sich verschiedene Anlässe und Sortimentsgrößen über Form, Motiv und Dosentyp differenzieren.



PSI 61159 • ADV PAX Lutec GmbH
Tel +49 7123 380070 • info@adv-pax.de
www.adv-pax.de

Backset für die Adventszeit

Saisonale Backsets verbinden Freizeitnutzen mit einer kompakten Markenfläche. Das Set „Zauberhafte Backmomente“, Artikel 4024, der Multiflower GmbH enthält eine etwa 5,5 Zentimeter große Ausstechform in Nikolausgestalt und einen Backpinsel. Beides ist auf einer Karte im Format 230 × 60 Millimeter angeordnet; das Gesamtgewicht liegt bei 20 Gramm. Zur Individualisierung gibt es zwei Wege: Auf dem Standardmotiv kann ab 250 Stück eine Werbefläche von 55 × 65 Millimetern genutzt werden, alternativ lässt sich die gesamte Karte ebenfalls ab 250 Stück individuell gestalten. Die Ausstechform unterstützt die Herstellung passender Kekse, der Pinsel das Auftragen von Glasuren. Beide Bestandteile bleiben **als Küchenhelfer nutzbar**. Die Karte übernimmt Verpackungs- und Kommunikationsfunktion und macht das Set ohne zusätzliche aufwendige Präsentation übergabefähig.



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



Seife schwebend aufbewahrt

Feste Seife benötigt im Alltag eine Ablage, auf der sie gut trocknen kann. Der Soapi der Soapi GmbH löst diese Aufgabe mit einem magnetischen Halter: Ein gewöhnlicher Kronkorken wird in das Seifen- oder Shampoostück gedrückt und haftet anschließend am Magneten an der Wand. Weil die Seife frei hängt, kann Luft von mehreren Seiten an die Oberfläche gelangen; zugleich bleibt das Waschbecken frei von einer dauerhaft feuchten Ablage. Der Halter wird in Berlin gefertigt und besteht laut Anbieter zu rund 90 Prozent aus recycelten Fischernetzen, die in Dänemark zu Granulat verarbeitet werden. Für den Einsatz als Werbeartikel lässt sich der Kronkorken **ab 500 Stück mit einem Logo** bedrucken. Das Produkt eignet sich für Haushalte, Hotels, Büros mit Waschbereichen oder nachhaltigkeitsorientierte Kampagnen, bei denen der praktische Nutzen im Vordergrund steht.

PSI 61174 • Soapi GmbH
Tel +49 15234536720 • info@thesoapi.de
www.thesoapi.de

Drei Funktionen im Stift

Drei Funktionen bündelt der Mini Stamp&Touch 3in1 der Heri-Rigoni GmbH. Der Stempelschreiber kombiniert Kugelschreiber, integrierten Stempel und eine weiche Gummispitze zur Bedienung von Touchscreens. Damit deckt das Modell **Notiz, Kennzeichnung und digitale Eingabe** ab, ohne mehrere Produkte mitzuführen. Das lackierte Metallgehäuse ist auf Wunsch mit Soft-Touch-Oberfläche erhältlich; verchromte Beschläge ergänzen das Design. Im Inneren arbeitet eine Präzisions-Stempelmechanik aus Metall, die auf präzise Abdrücke ausgelegt ist. Die kompakte Bauform macht den Mini Stamp&Touch 3in1 zum Begleiter für Büro, Außendienst, Veranstaltungen oder mobile Arbeitsplätze. Produziert wird am Standort Fischbach im Schwarzwald. Als Werbeartikel verbindet das Produkt ein Schreibgerät mit Stempelfunktion und Eingabehilfe für Displays.

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



Ihr Produzent mit Liebe
für Spielkarten

schnell, günstig und flexibel

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

– Anzeige –

Austausch als Erfolgsfaktor

Unsere Branche lebt von Produkten. Sie lebt aber ebenso von den Menschen, die diese Produkte entwickeln, herstellen, veredeln, vermitteln und einsetzen. Deshalb bin ich überzeugt: Persönlicher Austausch ist für mich kein angenehmer Zusatz zum Geschäft. Er ist Teil des Geschäftsmodells.

Natürlich können wir heute vieles digital erledigen. Informationen lassen sich schnell teilen, Termine unkompliziert koordinieren und Geschäftsanbahnungen auch über große Entfernungen hinweg organisieren. Das spart Zeit und schafft Reichweite. Aber Reichweite ist noch keine Beziehung. Doch gerade in einer komplexen Branche mit individuellen haptischen Produkten, internationalen Lieferketten und hohen Anforderungen an Qualität und Verlässlichkeit reicht der digitale Kontakt nicht immer aus.

Manchmal braucht es das direkte Gespräch, um eine Herausforderung wirklich zu verstehen. Wie fühlt sich ein Material an? Wie wirkt eine Veredelung tatsächlich? Passt ein Produkt zur Marke, zum Anlass und zur Zielgruppe? Und welche Lösung ist unter den Bedingungen einer internationalen Lieferkette wirklich umsetzbar? Dafür braucht es das direkte Gespräch. Und manchmal braucht es den Moment, in dem mehrere Menschen gemeinsam auf ein Problem schauen und sagen: So könnte es funktionieren.

Das erleben wir bei unseren PSI on Tour Terminen. Bei den Supplierdays in den Niederlanden, bei den Mitglieder-Treffen in Paris, Marseille, Barcelona und Madrid sowie bei der Promosyon Show in Istanbul geht es nicht nur um Informationen. Wir wollen zuhören, einordnen und verbinden.

Der persönliche Austausch hilft dabei, unterschiedliche Perspektiven zusammenzubringen. Hersteller kennen andere Herausforderungen als Werbeartikelhändler. Agenturen und Marketing-Spezialisten setzen wiederum andere Schwerpunkte. Erst im Gespräch wird sichtbar, wo Interessen übereinstimmen und wo gemeinsame Lösungen entstehen können.

Persönliche Begegnungen schaffen Vertrauen. Und Vertrauen ist die Grundlage für langfristige Geschäftsbeziehungen. In Zeiten von Veränderung, Kostendruck und technologischen Umbrüchen ist das wichtiger denn je. Ich freue mich deshalb auf jede Begegnung in diesem Herbst. Allen, denen wir in diesem Herbst nicht persönlich begegnen, sage ich: Spätestens vom 12. bis 14. Januar 2027 sehen wir uns auf der PSI in Köln und sprechen dort über Trends, Produkte und Märkte. Vor allem aber sprechen wir miteinander.

Ihre

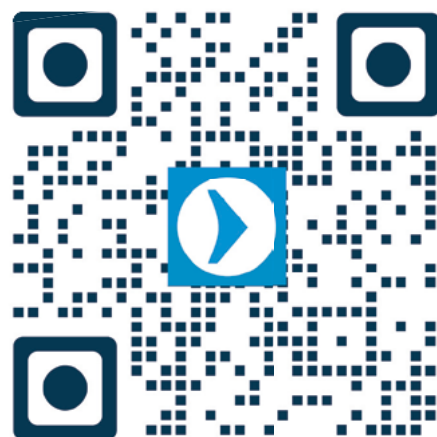


Petra Lassahn
Director PSI



PSI MEDIA GUIDE

➤ PSI



SCAN ME

DOWNLOAD
NOW!



Bewegliche Botschaften

Ob Smartphone, Auto oder Fahrrad: Promotionsprodukte begleiten ihre Nutzer zunehmend durch einen mobilen, digital geprägten Alltag. Elektronische Gadgets und praktische Smartphone-Accessoires verbinden dabei Funktionalität mit sichtbarer Markenpräsenz – vom Ladezubehör über mobile Helfer bis zu nützlichen Begleitern für Büro, Freizeit und unterwegs. Gerade Produkte, die regelmäßig zum Einsatz kommen, schaffen zahlreiche Kontaktpunkte mit der Marke. Auch rund um Auto, Fahrrad und Verkehr eröffnen sich vielfältige Möglichkeiten für aufmerksamkeitsstarke Markenbotschaften. Nützliche Accessoires, clevere Ausstattungsdetails und Produkte für Sicherheit und Sichtbarkeit verbinden praktischen Mehrwert mit Werbewirkung. Ob für den täglichen Arbeitsweg, die Dienstreise, sportliche Touren oder den Einsatz im Straßenverkehr: Promotionsprodukte dieser Kategorien treffen auf konkrete Bedürfnisse und bleiben dadurch nah am Nutzer. Die nächste Ausgabe zeigt, welche Produkte sich besonders eignen, um Marken mobil, digital und im Alltag präsent zu halten.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Dezember 2026 des PSI Journals, die sich den Themengruppen „Marken- und Designprodukte, Fairtrade“ sowie „Made in Europe / Germany, Switzerland, Austria“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens **21. Oktober 2026** an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

Kekse mit Profil



Individuell geprägte Logokekse verbinden Markenbotschaft und Genuss: Seit zehn Jahren produziert Keks-Kreator in Brilon personalisierte Butterkekse, unter anderem auch für die Werbeartikelbranche. Inzwischen gehen jährlich rund vier Millionen Kekse in zahlreiche europäische Länder. Wir stellen das geschmackvolle Unternehmen ausführlich vor.

Eidgenössisches Messedoppel



Das Messedoppel PSF / TOUCH des schweizerischen Branchenverband PromoSwiss hat sich in der eidgenössischen Werbeartikelbranche zu einem zentralen Ereignis entwickelt. Es verbindet Fachforum, Award-Verleihung und Produktmesse nahtlos – und spricht sowohl Händler als auch Hersteller und kreative Entscheider an. Wir waren erneut zu Gast und berichten.

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: Adrian Papke

Cross Media Sales

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

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

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

Regionale Kontakte

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

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

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

Türkei: Istexpo
Sevinc Abdullayeva,
sevinc@istexpo.com

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

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

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

Fotos: Lars Behrendt, Oliver Wachenfeld, Ursula Geppert,
Martin Höchemer, u.a. Titelmotiv: Adobe Stock.
Redaktionelle Beiträge teilweise unter Verwendung
von Fotos von Adobe Stock.

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

Druck: MEO MEDIA – MEINDERS & ELSTERMANN GmbH & Co. KG,
D-49191 Belm

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 55 vom 1. Januar 2026.

ISSN-Nummer 1436-6193

Die mit Namen gekennzeichneten Beiträge geben nur die Auffassung des
Verfassers wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und andere
Unterlagen übernimmt der Verlag keine Haftung. Rücksendung erfolgt nur bei
Rückporto (ebenfalls keine Haftung).

Für Mitglieder des PSI ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten.

RELX produziert gemäß RELX Sustainable Paper Policy

RX Germany

PSI

The Industry's
Who and How.
My PSI. Live.

12 - 14 JAN 2027

SAVE THE DATE

12 JAN 2027

PSI NIGHT

Snacks, Drinks & Talks
Start: 9 p.m.

Built by
RX In the business of
building businesses

LOCATION



Wartesaal am Dom
Johannisstraße 11
50668 Cologne, Germany

NEU!

BIC® 4 Colours®
3+1 Inspire ECO

BIC graphic
Your Brand Ambassador

Entwickelt, um zu inspirieren

*3 Kugelschreiberfarben +
1 Druckbleistift.
Alles in 1 Stift*



SCHAFT
HERGESTELLT AUS
98 % RECYCELTEM
KUNSTSTOFF AUS
AUTOTEILEN



Hergestellt und
bedruckt in
BIC-Fabriken



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



Hergestellt aus
recycltem Kunststoff
aus Autoteilen



@bicgraphic



BIC GRAPHIC

Think BIC
www.bicgraphic.com