

PS1 JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

November 2026

65. Jahrgang

PSI 2027

Messeerfolg jetzt planen

Product Guide

Elektronik, Digitales,
Smartphone-Accessoires
Auto, Fahrrad, Verkehr,
Sicherheit

Branche

Unternehmen, Märkte,
Herbstmessen

TOPO

Neuer Standard
in der Textilveredelung



**Beschränkung
von Mikroplastik
Glänzende
Alternativen**

ONLINE bestellt – rechtzeitig geliefert:

So schmeckt Weihnachten!



Zimtstern
aus feinsten Haselnuss-Mandel-Mischung



Maxi-Lebkuchen-Schmaus
glasiert mit 10 % Zartbitterschokolade und Zuckerglasur



Gefülltes Lebkuchenherz
mit 28 % Aprikosenfruchtfüllung, umhüllt von 21 % Zartbitterschokolade



Mmmhhh ...
das musst du
probiert
haben!



KALFANY
SÜSSE WERBUNG

Eine Marke der BÄREN COMPANY INTERNATIONAL GmbH

www.suesse-werbung.de



Editorial

Durchstarten in Köln

Un rund zwei Monaten beginnt die PSI. Und ab 2027 hat sie mit Köln ein neues Zuhause. Das ist mehr als ein Standortwechsel – es ist eine Entscheidung für bessere Erreichbarkeit und Planungssicherheit, mehr Raum und ein Umfeld, das zur Zukunft unserer Branche passt. Was sich nicht ändert, ist die Identität der PSI. Sie bleibt die Leitmesse und Heimat der haptischen Werbung und vielseitige, lebendige Plattform der internationalen Werbeartikelbranche. Hersteller, Lieferanten und Importeure treffen auf Werbeartikelhändler, Agenturen sowie Promotion- und Marketing-Spezialisten. Das Profil bleibt klar, der Marktplatz bleibt vielfältig. Gleich zu Beginn des neuen Jahres dreht sich alles um innovative Produkte, intelligente Lösungen und kreative Ideen für Kampagnen und Markenauftritte. Die modernen Kölner Messehallen und der hervorragend angebundene, wirtschaftsstarke und medienaffine Standort Köln bietet dafür die besten Bedingungen.

Die PSI soll nicht nur zeigen, was es gibt. Sie soll helfen, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Im Textile Village, bei den Veredelungsformaten, in der Trendschau und im neuen Content-Format Podcast Live stehen Produkte, Technologien und Zukunftsthemen im Mittelpunkt. In der Newcomer Area richten junge, visionäre Unternehmen den Blick nach vorne und präsentieren innovative und ausgefallene Produktideen, die den Markt von morgen bereichern.

Wer die PSI kennt, erlebt es jedes Jahr aufs Neue: Ihr kommunikatives Flair macht sie zu einem Ereignis, das die internationale Branche besonders schätzt. Bei Kundenevents, an den Ständen natürlich bei der PSI Night ebnen spontane Gespräche und neue Begegnungen den Weg zu potenziellen Geschäftspartnern. Mit der neuen PSI Bar schafft PSI in Köln einen zentralen Ort für Kontakte, aus denen Ideen und Partnerschaften entstehen können.

Köln ist deshalb kein Ersatz für Düsseldorf. Köln ist der nächste Entwicklungsschritt der PSI. Die Leitmesse zieht um – ihre Rolle als Trendbarometer und wichtigste Sourcing-Plattform Europas bleibt. Der Ticketshop ist geöffnet. Bestellen Sie jetzt Ihre PSI Tickets und seien Sie dabei, wenn wir gemeinsam die Erfolgsgeschichte der PSI in Köln fortschreiben.

In diesem Sinne

Ursula Geppert, leitende Redakteurin PSI Journal

Ihre Meinung dazu: geppert@edit-line.de

MATERIAL DIFFERENCE

New
MS8



Prodir is a brand of Pagani Pena SA.

prodir®

Prodir Deutschland
T +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich
T +43 7205 69480

www.prodir.com
open.prodir.com

EDITORIAL	1
INHALT	2
TRENDS & BRANDS	4
PSI 2027	
Messeerfolg jetzt planen	8
FOKUS	
Beschränkung von Mikroplastik: Glänzende Alternativen	10
PRODUCT GUIDE	
Elektronik, Digitales, Smartphone-Accessoires	14
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	30
PSF Forum / TOUCH 2026: Zwei Jahrzehnte Schweizer Werbepower	36
GWV Herbst-Trend: Neue Adresse, vertrautes Format	38
PRODUCT GUIDE	
Auto, Fahrrad, Verkehr, Sicherheit	40
UNTERNEHMEN	
TOPO GmbH: Neuer Standard in der Textilveredelung	54
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	56
VORSCHAU – IMPRESSUM	64



MISTER BAGS®

READY FOR YOUR NEXT MOVE.

Dein Joe.

Dein Abenteuer.

JOE NO. 2393



**STANDARD
100**
16.HIN.95321
Hohenstein HTTI



www.misterbags.de



Alternativen zu Mikroplastik 10

Mikroplastik-Partikel schaden Mensch und Umwelt, daher soll ihre Verwendung schrittweise beschränkt werden. Loser Glitter und Mikroperlen sind bereits seit 2023 verboten. Wir erklären die erneute Verschärfung der Anforderungen und stellen wirkungsstarke Alternativprodukte vor – ganz ohne Mikroplastik. Glänzendes Beispiel: Bioglitzer von Birkenspanner.

Bewegliche und bewegende Botschaften 14 + 40

Ob Smartphone, Auto oder Fahrrad: Promotionsprodukte begleiten ihre Nutzer zunehmend durch einen mobilen, digital geprägten Alltag. Promotionsprodukte dieser Kategorien treffen auf konkrete Bedürfnisse und bleiben dadurch nah am Nutzer. Diese Ausgabe zeigt, welche Produkte sich besonders eignen, um Marken mobil, digital und im Alltag präsent zu halten.



Zwei Jahrzehnte Schweizer Werbepower 36

Bewährtes an bewährter Stelle: Die Umweltarena in Spreitenbach (nahe Zürich) war am 9. und 10. September erneut idealer Schauplatz der Doppelmesse PSF Forum / TOUCH des schweizerischen Branchenverbandes PromoSwiss. Neben Aussteller- und Besucherrekorden gab es diesmal auch ein Jubiläum zu feiern, denn das PSF Forum fand heuer zum 20. Mal statt.



Neuer Standard in der Textilveredelung 54

Mit LAIMS hat die TOPO GmbH aus Tirol ein ERP-System entwickelt, das einen differenzierten Ansatz in der Steuerung von Textilveredelungsbetrieben verfolgt. Im Fokus steht die gezielte Neuordnung bestehender Abläufe. Ziel ist es, eine konsistente Datenbasis über alle Unternehmensbereiche hinweg zu schaffen und darauf aufbauend Prozesse strukturiert zu steuern.

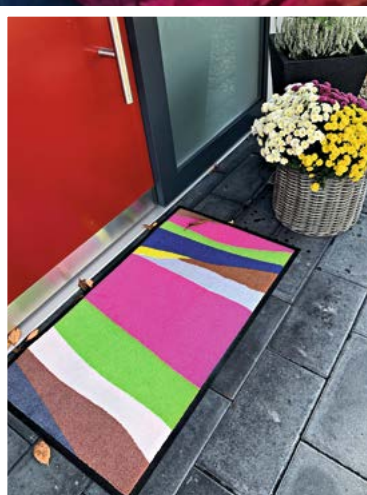


DER „GRAUE HERBST“ DARF BUNT WERDEN

Grau ist es im Herbst oft genug. Wenn draußen Nebel, Nieselregen und frühe Dunkelheit aufkommen, können Werbeartikel gezielt Farbe in den Alltag bringen. Für Unternehmen öffnet die Jahreszeit damit eine attraktive Bühne für aufmerksamkeitsstarke Präsente, die nicht nur praktisch sind, sondern auch emotional funktionieren. Denn was wärmt, schützt, schmeckt oder einfach gute Laune macht, bleibt meist länger im Gedächtnis.

Besonders gut passen jetzt Produkte mit saisonalem Nutzwert. Regenschutz in kräftigen Farben, Thermo-becher, Isolierflaschen, kuschelige Decken oder wetterfeste Taschen verbinden Alltagstauglichkeit mit hoher Markenpräsenz. Auch kleine Helfer wie Taschenlampen, reflektierende Accessoires oder farbenfrohe Schreibwaren setzen in der dunkleren Jahreszeit sichtbare Akzente.

Daneben darf der Genuss nicht fehlen. Tee, Kaffee, Schokolade und saisonale Süßwaren lassen sich individuell verpacken und als sympathische Markenbotschafter inszenieren. Zusätzlichen Mehrwert schaffen nachhaltige Varianten: Trinkgefäße für den dauerhaften Gebrauch, Textilien aus Recyclingmaterialien oder langlebige Produkte aus natürlichen Werkstoffen verbinden Werbewirkung mit einem zeitgemäßen Markenauftritt. So wird der „bunte Herbst“ zur idealen Gelegenheit, Farbe zu zeigen – und beim Empfänger auch dann präsent zu bleiben, wenn draußen alles grau erscheint.



Herbst beginnt an der Tür

Regen, Laub und Schmutz stellen Eingangsbereiche im Herbst täglich auf die Probe. Diese individuell bedruckten Schmutzfangmatten verbinden wirksamen Schmutzschutz mit einem starken Markenauftritt. Sie nehmen Feuchtigkeit und Schmutz zuverlässig auf und sorgen für einen gepflegten ersten Eindruck. Für mehr Nachhaltigkeit sorgt hier Öko-Tex® zertifiziertes ECONYL® Garn, das aus regenerierten Materialien hergestellt wird.

EMCO Tex GmbH
www.emco-tex.com/de
PSI 47306



Bunter Blütengenuss

Herbstliche Blütenfreude schenken Kornblumen und Ringelblumen mit ihren leuchtenden Farben und sorgen sogar für besondere Genussmomente. Denn die bunten, essbaren Blüten sind dekorativ und gleichzeitig ein besonderes Geschmackserlebnis. Der Schubser bietet viel Platz für eine individuelle Gestaltung und herbstliche Grüße für Freunde und Geschäftspartner.

Multiflower GmbH
www.multiflower.de
PSI 45974



So macht Regenwetter gute Laune

Der zertifizierte BIO-Regenponcho schützt nicht nur zuverlässig vor Regen, sondern sorgt auch für ein gutes Gewissen. Er wird aus pflanzlicher Stärke hergestellt und ist nach seiner Nutzphase innerhalb weniger Wochen zu 100 Prozent biologisch abbau- und kompostierbar. Der Poncho ebenso sowie die verwendeten Farben sind gem. DIN EN 13432 mit dem „OK Compost“ Gütesiegel von TÜV

Austria zertifiziert.

SAMOA GmbH
www.samoa-group.com
PSI 47799

A man and a woman are modeling Daiber shirt jackets. The man, on the left, is sitting on a stone step and wearing an olive green shirt jacket over a black t-shirt and dark trousers. The woman, on the right, is standing and wearing a light beige shirt jacket over a black t-shirt and dark trousers. They are both looking towards the camera. The background features a stone wall and a green building with vertical windows.

VON LÄSSIG BIS ELEGANT

Modernes Design trifft Komfort: Kreiere vielseitige Looks mit unserer neuen Shirt Jacket Unisex (JN1400) mit elastischer Strick-Qualität, konfektioniertem Kragen und aufgesetzten Taschen.

www.daiber.de

daiber

Werbewirkung auf der Zunge

Der CreaChew 6 Eco Kaugummi in der handlichen Verpackungsgröße ist ein ideales Give-away im Taschenformat und sorgt für frischen Atem für die werbende Marke. Als Teil der BE CREATIVE-Kollektion bietet er eine vollflächig bedruckbare Verpackung und hohen Wiedererkennungswert. Praktisch, individuell, geschmackvoll – Werbewirkung, die auf der Zunge zergeht.

ANDA Present Ltd.

www.andapresent.com

PSI 45753



Süße Verführungen

Essbare Werbeartikel gehören zu den Klassikern der gegenständlichen Kommunikation – und bleiben dennoch ausgesprochen vielseitig. Unter dem Trendthema „Süße Verführung“ rücken vor allem kleine Genussmomente in den Mittelpunkt, die Marken sympathisch inszenieren und unmittelbar erlebbar machen. Schokolade, Fruchtgummi, Bonbons, Gebäck, Nüsse oder andere Snacks verbinden die Werbebotschaft mit einem positiven Geschmackserlebnis und eignen sich deshalb für unterschiedlichste Kampagnen und Zielgruppen.

Besonders gefragt sind handliche Produkte, die sich unkompliziert verteilen oder versenden lassen. Einzelne Schokobons, Fruchtgummi-Tütchen, Minzpastillen oder kleine Nussmischungen funktionieren als klassische Give-aways auf Messen, Veranstaltungen und Promotion-Aktionen. Mit individuell gestalteten Verpackungen werden selbst kleine Naschereien zum sichtbaren Markenbotschafter.

Auch als Mailingverstärker spielen Food-Werbemittel ihre Stärke aus. Eine süße oder herzhafte Überraschung erhöht die Aufmerksamkeit für postalische Sendungen und kann die Botschaft einer Kampagne kreativ aufgreifen – etwa mit thematisch passenden Formen, Farben oder Verpackungsdesigns. Neben traditionellen Süßwaren gewinnen hochwertige Schokoladen, Nüsse, Trockenfrüchte sowie vegane, zuckerreduzierte oder biologisch produzierte Alternativen an Bedeutung.

**Bärchen gehen immer**

Das Fruchtgummi-Sortiment wurde um weitere Topseller der Bären Company erweitert. Neben den beliebten Fruchtgummi-Cola-Fläschchen überzeugen gerade zu dieser Jahreszeit Lavender Lime Bärchen die Fans. Seit Jahren überzeugen die Produkte durch ihren unverwechselbaren Geschmack und sind ein echter Dauerbrenner für Fruchtgummi-Fans.

Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG

www.suesse-werbung.de

PSI 42706

**Es muss nicht immer Zucker sein**

Schokoriegel ohne Zucker und spezielle Angebote für Veganer haben durch das ganze Jahr hinweg Saison. „Caramel Nuts“ zum Beispiel sind 100 Prozent vegan mit viel Nuss und einer cremigen Karamellschicht umhüllt von knackiger Schokolade. Die Riegel sind alle frei von Palmöl und werden in einem individuell veredelbaren Werbeschuber aus FSC-zertifiziertem Papier angeboten.

MAGNA Sweets GmbH

www.magna-sweets.de

PSI 41617

► **PSI**

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

Messe Gelände
Köln

SAVE THE DATE
12 - 14 JAN 2027

BIS NÄCHSTES JAHR IN KÖLN!

Vom 12. bis 14. Januar 2027 trifft sich die internationale Werbeartikelbranche zur PSI in Köln. An ihrem attraktiven neuen Standort entfaltet Europas Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising ihre volle Power als Trendbarometer und Business-Booster für das neue Jahr. Nutzen auch Sie Ihre Chance – als Aussteller oder Besucher.

PSI 2027 in Köln

Messeerfolg jetzt planen



Messeerfolg will geplant sein: PSI bietet alles für einen professionellen Messeauftritt. Der Ticketshop ist bereits geöffnet.

Unter Ihrem Ruf als Europas führende Sourcing-Plattform wird die PSI auch 2027 in Köln gerecht werden. Denn die Domstadt bietet dem professionellen Branchenereignis mit seinem legendären Charme ein besonders attraktives Umfeld, Terminsicherheit und beste Bedingungen für die künftige Entwicklung. Wer bei der

Premiere in Köln dabei ist, kann den Aufbruch in die Zukunft mitgestalten und seine ganz persönlichen Weichen für ein erfolgreiches Werbeartikeljahr stellen. Der Ticketshop ist bereits geöffnet: Sichern Sie sich frühzeitig Ihr Ticket und informieren Sie sich auf www.psi-messe.com über die große Vielfalt an Angeboten, die die ersten Sourcing-Entscheidungen des Jahres zu Volltreffern machen.

Für den erfolgreichen Auftritt

Aussteller unterstützt das PSI zum Beispiel mit exklusiven Marketing-Paketen, der Lead Manager App oder dem Collect QR-Code, der dafür sorgt, dass kein Kundenkontakt verlorengeht. Neue Sponsoring-Angebote und aufmerksamkeitsstarke Präsentationsformate schaffen optimale Sichtbarkeit und rücken Marken wirkungsvoll in den Fokus. Pakete für Produkt-Sponsoring, Partnerschaften und Werbeflächen sind bereits ab 49 EUR erhältlich, mit Optionen für jedes Budget und jedes Marketingziel. Für Aussteller, die mit minimalem Planungsaufwand einen professionellen Messeauftritt realisieren möchten, sind prominent platzierte Mietstandsysteme buchbar.

Wichtig für die Messeplanung

Bei Anreise mit der Bahn

Trotz der Sperrung des Kölner Hauptbahnhofs während der Messelaufzeit bleibt die Anreise zur PSI 2027 mit der Bahn gewährleistet. Der Bahnhof Köln Messe/Deutz wird während der Sperrung eine noch wichtigere Rolle im Fernverkehr übernehmen und verstärkt von ICE- und weiteren Fernzügen angefahren werden. Weitere Details folgen nach Veröffentlichung der Fahrplandaten.

Frühzeitige Hotelbuchung

Planen Sie frühzeitig Ihren Aufenthalt zur PSI 2027 in Köln und buchen Sie jetzt Ihr Zimmer in einem unserer Partnerhotels. Über das PSI-Hotelbuchungsportal finden Aussteller und Besucher eine große Auswahl an verfügbaren Hotels – teilweise zu vergünstigten Konditionen.

<https://portal.tomas.travel/psi/messe>

Attraktive Trendwelten

Die Trendschau, die themenspezifische Sonderfläche innerhalb der Messe, verbindet eine hochwertige Präsentation mit digitaler Sichtbarkeit. Produkte werden inklusive Produktinformationen, Markenkennzeichnung und Collect QR-Code in einem modernen Präsentationsmodul inszeniert. Über den QR-Code sind Leads möglich, ein Social-Media-Feature mit Produktfoto und Newsletter-Präsenz sorgt für zusätzlichen Content-Boost. Die drei Trendwelten basieren auf globalen Megatrends des Zukunftsinstituts: Health Shift steht für bewusste und gesunde Lebensstile, Safe Future für Vertrauen und Sicherheit, Urban Outdoor für urbane und mobile Zielgruppen. Die Teilnahme ist unkompliziert und bereits ab 200 Euro möglich. <

A matter of facts.

Certified exhibition data is our trademark. For six decades.



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

This makes trade fair success plannable and measurable.

Mikroplastik-Partikel schaden Mensch und Umwelt, daher soll ihre Verwendung schrittweise beschränkt werden. Loser Glitter und Mikroperlen sind bereits seit 2023 verboten. Wir erklären die erneute Verschärfung der Anforderungen und stellen wirkungsstarke Alternativprodukte vor – vielseitig und ganz ohne Mikroplastik.

Beschränkung von Mikroplastik Glänzende Alternativen



Sekundäres Mikroplastik entsteht beim Zerfall von Kunststoffmüll und verbleibt in der Umwelt. Die Regulierung ist mehr als nötig.

Kunststoffe machen unser Leben in vielerlei Hinsicht einfacher, sicherer und bunter und sind zudem oft leichter und billiger als andere Materialien. Wenn sie jedoch nicht ordnungsgemäß entsorgt oder recycelt werden, können sie in die Umwelt gelangen, wo sie jahrhundertlang bleiben und in immer kleinere Partikel zerfallen. In der Regel werden Kunststoffpartikel im Größenbereich unterhalb von 5 Millimeter als Mikroplastik bezeichnet. Dies entspricht auch dem Geltungsbereich der aktuellen Beschränkung unter REACH. Auch mit Kunststoff beschichtete Partikel entsprechender Größe und sowie faserförmige Partikel mit einer Länge bis zu 15 Millimeter sind ebenfalls als Mikroplastik definiert. Wer im Allgemeinen von Mikroplastik spricht, dürfte eher die Endstufe der Verwitterung achtlos weggeworfener Plastikartikel und Pet-Flaschen auf dem Schirm haben, also die Partikel, die beim Zerfall von Kunststoffmüll übrigbleiben (sekundäres Mikroplastik). Dass Mikroplastik in großen Mengen industriell produziert, Produkten zugesetzt und weiterverarbeitet wird, ist dagegen weniger bekannt (primäres Mikroplastik). Die jährlich verwendete Menge von primärem Mikroplastik in der EU liegt geschätzt bei ca. 145 000 Tonnen und ein großer Teil davon gelangt in die Umwelt. Inzwi-

schen ist gesichert, dass Mikroplastik Mensch und Ökosystem schadet, auch wenn noch längst nicht alle Auswirkungen erforscht sind. Bereits seit 2023 gilt daher ein umfassendes Verbot von absichtlich zugesetzten Mikroplastikpartikeln sowie losem Glitter im Rahmen der Chemikalienverordnung REACH (Beschränkungseintrag Nr. 78 im Anhang XVII der REACH-Verordnung). Verboten sind seither alle synthetischen Polymerpartikel unter 5 Millimeter, die unlöslich und schwer abbaubar sind. Ziel ist es, die Emissionen von bewusst verwendetem Mikroplastik aus möglichst vielen Produkten zu verringern.

Beschränkungen von Mikropartikeln jetzt an Nutzungsdauer geknüpft

Mit der Verordnung (EU) 2023/2055 verschärfte die Europäische Union die Anforderungen an absichtlich zugesetzte synthetische Polymermikropartikel, die neue Änderungsverordnung (EU) 2026/1168 vom 1. Juni 2026 konkretisiert eine wichtige Ausnahme der ursprünglichen Regelung: Bislang waren synthetische Polymermikropartikel noch zulässig, wenn sie während der bestimmungsgemäßen Verwendung dauerhaft in eine feste Matrix eingebunden waren. Künftig gilt diese Ausnahme nur noch für Anwendungen mit einer vorgesehenen Lebens- oder Nutzungsdauer von mindestens einem Jahr. Kurzlebige Anwendungen verlieren diese Privilegierung auch dann, wenn die Partikel zunächst fest eingebettet sind. Im Klartext bedeutet das: Zugesetztes Mikroplastik ist nur noch dann erlaubt, wenn es dauerhaft in ein Produkt eingebunden ist, dessen Lebens- oder Nutzungsdauer mindestens ein Jahr beträgt. So soll sichergestellt werden, dass es nicht in die Umwelt gelangen kann. Diese Änderung gilt mit einer zweijährigen Übergangsfrist ab dem 22. Juni 2028. Entscheidend ist demnach künftig nicht nur die Einbettung der Partikel, sondern auch die vorgesehene Nutzungsdauer des Produkts. Regulatorische Anforderungen an Materialbewertung, Nachweisführung und Lieferkettenmanagement müssen also bereits in der Produktentwicklung berücksichtigt werden.

Dokumentation stärker im Fokus

Die neuen Vorgaben betreffen die gesamte Lieferkette. Hersteller müssen Rezepturen und Materialien systematisch bewerten. Importeure tragen Verantwortung dafür, dass Produkte aus Drittländern den europäischen Anforderungen entsprechen. Auch Händler können sich zunehmend nicht mehr allein auf Lieferantenerklärungen verlassen, sondern müssen belastbare Materialdaten, Prüfberichte und Konformitätsnachweise bereithalten. Große Handelsunternehmen verlangen schon heute eine deutlich um-



fangreichere Dokumentation ihrer Lieferanten. Damit rückt die Dokumentation stärker in den Mittelpunkt der Produktentwicklung. Unternehmen müssen nachvollziehbar belegen können, welche Materialien eingesetzt werden, welche Funktion diese erfüllen und weshalb sie etwa nicht unter die Beschränkungen fallen. Anbieter sollten ihre Sortimente frühzeitig auf Produkte mit Glitter oder anderen Effektpartikeln überprüfen und die technische Dokumentation ihrer Lieferanten aktualisieren. Für eine belastbare Bewertung sollten auch Nachweise zur biologischen Abbaubarkeit nach OECD 301 sowie Angaben zur Materialzusammensetzung vorliegen. Wichtig ist auch die Bestätigung, dass der Anteil nicht konformer Polymere unter einem Gewichtsprozent liegt. Wer diese Informationen bereits während der Entwicklung systematisch erfasst, reduziert Risiken und vermeidet aufwendige Nacharbeiten.

Relevanz für die Branche

Inwiefern sind Unternehmen der Werbeartikelbranche betroffen? Aktuell immer dann, wenn sie Deko- und Bastelartikel, Weihnachtsschmuck oder Papierprodukte mit Glitzer- und Farbeffekten anbieten, denn dann können Mikrofasernpartikel im Spiel sein. Auch wer Produkte für Events, Party, Tanzsport oder Karneval verkauft, muss prüfen, ob die verbotenen Partikel enthalten sind und dann entsprechend umdenken. Kinder lieben es bunt und glitzernd, deshalb ist traditionell viel Spielzeug mit funkelnden Oberflächen im Handel. Für alle Produkte gilt: Nur dauerhaft fest eingebundener Glitter auf langlebigen Produkten ist erlaubt. Ein großer Einsatzbereich von Mikroplastik-Zusätzen ist die Kosmetikindustrie. Hier gilt es, die Rezepturen zu überprüfen und von Produzenten glaubwürdige und aussagekräftige Zertifikate einzufordern. Ohnehin gelten für Kosmetika und Körperpflegeprodukte besonders strenge Regeln, deshalb ist gerade in diesem Bereich auf absolute Konformität zu achten.

Die Werbeartikelbranche beweist immer wieder, dass sie erfinderisch ist und sich den Anforderungen anpasst. Nachhaltige Werbeartikel mit Fokus auf Recycling und innovativen Materialien bereichern den Markt. Daneben bietet ein neues Segment ungeahnte Möglichkeiten: Plastikfreier Bioglitter, ein aufmerksamkeitsstarkes, nachhaltiges Promotion-Produkt mit emotionalem Erlebnisfaktor.

<https://www.reach-clp-biozid-helpdesk.de>
<https://environment.ec.europa.eu>
<https://echa.europa.eu>
<https://ec.europa.eu>
www.umweltbundesamt.de
www.produksicherheit.org

oben: Mikroplastik-Partikel sind nicht abbaubar und schaden Mensch und Ökosystemen.

links: Zugesetzte Mikroperlen sind seit 2023 verboten. Sie können durch ebenso wirksame, umweltfreundliche Alternativen ersetzt werden.

>>

Birkenspanner Bioglitzer als nachhaltiger Promotion-Trend

Birkenspanner ist eine innovative Marke, die nachhaltigen Glitzer salonfähig – und werbefähig – gemacht hat. Das Unternehmen entwickelt Bioglitzer und nachhaltige Shimmer- und Glowprodukte, die Freude bringen und gleichzeitig verantwortungsvoll und nachhaltig hergestellt werden. Nachhaltigkeit ist daher für Birkenspanner kein Marketingbegriff, sondern der Kern der Marke.



Alexander Kögel

Im Gespräch mit dem PSI Journal erklärt Geschäftsführer Alexander Kögel, was nachhaltige Glitzerprodukte zu wirkungsstarken Werbeartikeln macht.

Was genau ist Bioglitzer und was ist das Besondere daran?

Unser Bioglitzer besteht aus drei Bestandteilen: Zellulose, einem Naturharz und Mineralien, die für das Funkeln sorgen. Der entscheidende Unterschied zu konventionellem Glitzer ist, dass unser Produkt plastikfrei ist (gemäß EU-Verordnung 2023/55) und sich biologisch abbaut. Außerdem kommt es ohne Aluminium aus. Für Werbemittelhändler und Marken ist das relevant, weil sie damit aufmerksamkeitsstarke Promotions umsetzen können, ohne auf klassischen Kunststoffglitzer zurückzugreifen. Das ist gleichzeitig ein Statement für Nachhaltigkeit.

Warum ist Bioglitzer nachhaltig?

Kommt unser Bioglitzer in der Natur oder im Wasser in Kontakt mit Bakterien, zersetzt er sich einfach in seine natürlichen Bestandteile. Schon nach 56 Tagen sind 90 Prozent abgebaut. Fällt beim Schminken, auf dem Festival oder der Party also etwas Glitzer daneben, hinterlässt er im Unterschied zu konventionellem Kunststoffglitzer kein dauerhaftes Mikroplastikproblem mit allen bekannten Gefahren. Alle unsere Bioglitzer-Produkte werden in Deutschland hergestellt und wir setzen auf Transparenz in der Lieferkette. So vermeiden wir lange Transportwege und eine zusätzliche Belastung für die Umwelt. Unsere Preise sind



Bioglitzer: Perfekter Glow mit gutem Gewissen.

so niedrig wie möglich, während wir zeitgleich keine Kompromisse in Bezug auf Nachhaltigkeit bei der Produktion und Fairness bei den Arbeitsbedingungen eingehen.

Warum sind Glitzerprodukte ideale Werbeartikel?

Wir sind überzeugt, dass der Werbemittelmarkt aktuell an einem spannenden Wendepunkt steht. Viele Unternehmen suchen nach Produkten, die nicht nur individualisierbar und aufmerksamkeitsstark sind, sondern auch glaubwürdig zu einem zeitgemäßen Nachhaltigkeitsverständnis passen. Bioglitzer ist ein emotionales Produkt mit hoher Sichtbarkeit und großem Erlebnisfaktor. Es schafft Interaktion, Gesprächsanlässe und bleibt oft länger in Erinnerung als ein klassischer Streuartikel. Gleichzeitig lässt es sich stark individualisieren – von bedruckten Tütchen über Kartenlösungen bis zu Gläsern oder Nagellack in Markenoptik.

Was kann Birkenspanner der Werbeartikelbranche an Produkten bieten?

Aktuell bieten wir unter anderem Bioglitzer im Pergamin-Tütchen, im Gläsern, auf Visiten- und Postkarten, als Collection mit drei verschiedenen Farben sowie Bio-Nagellack mit individualisierbarer Verpackung an. Darüber hinaus entwickeln wir Co-Creations und Eventformate mit unserem Glitzerkoffer oder Glitzermobil für Veranstaltungen. Wichtig für alle, die eine individuelle Kampagne planen: auch dafür entwickeln wir nach Bedarf maßgeschneiderte Lösungen.

Können Sie uns ein Beispiel für ein realisiertes Projekt nennen?

Besonders spannend sind für uns Kooperationen, bei denen Bioglitzer nicht nur als nettes Extra eingesetzt wird, sondern die Markenbotschaft wirklich unterstützt. Langjährige Partnerschaften mit etablierten Marken wie fritz-kola, die Bioglitzer auf jährlich rund 20 Festivals deutschlandweit einsetzen, zeigen, wie gut das Produkt in einem lebendigen Eventumfeld funktioniert – dort, wo Sichtbarkeit, Erlebnis und Markenbindung unmittelbar zusammenkommen. Von Kinderkrankenhäusern bis zu bekannten Unternehmensberatungen hatten wir hier schon eine große Bandbreite begeisterter Kunden. Unter anderem haben wir auch Pride Paraden begleitet oder bei Festivals unter-

stützt. Langjährige Kooperationen zeigen uns, dass Bioglitzer gerade dort funktioniert, wo Marken sichtbare Erlebnisse schaffen wollen. Für viele Partner ist genau diese Verbindung aus Nachhaltigkeit, Personalisierung und emotionaler Aktivierung entscheidend.

Können Sie dem Werbeartikelhandel einige Argumente an die Hand geben, mit denen er auch potenzielle Kunden überzeugen kann?

Vorab ist wichtig: Bioglitzer ist kein Massenartikel für jede Kampagne. Aber genau das ist auch seine Stärke. Er eignet sich besonders für Marken, die Emotion, Sichtbarkeit, Erlebnis und Haltung miteinander verbinden möchten. Für Agenturen und Werbemittelhändler liegt genau darin der Reiz: Sie können ihren Kunden ein Produkt anbieten, das nicht nur Aufmerksamkeit erzeugt, sondern echte Werbewirkung entfaltet — weil es Menschen aktiviert, wertorientierte, positive Emotionen mit der Marke verknüpft und weit über den Moment der Übergabe hinaus nachhaltig im Gedächtnis bleibt. Gleichzeitig entsteht rund um den Einsatz des Glitzers ein hohes Potenzial für organische Sichtbarkeit: Menschen machen Fotos und Videos, teilen ihre Erlebnisse in sozialen Medien und schaffen so authentischen Content, der die Markenpräsenz auf natürliche Weise verlängert.



Wo ein Birkenspanner-Glitzerkoffer oder das Glitzermobil im Einsatz sind, werden bei Festivals, Markenaktivierungen, POS-Aktionen und Corporate Events positive Emotionen mit der Marke verknüpft und bleiben als Erlebnis lange im Gedächtnis.

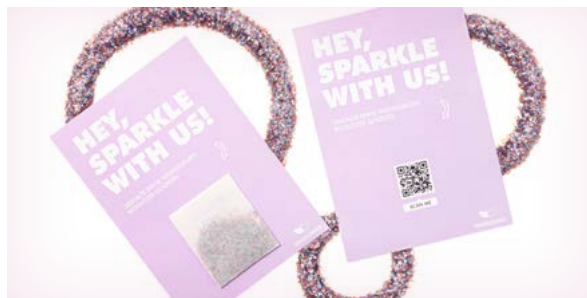


Langjähriger Partner: Die etablierte Marke fritz-kola setzt Bioglitzer auf jährlich rund 20 Festivals deutschlandweit ein.

WIE ENTSTEHT BIRKENSPANNER BIOGLITZER?

1 ZELLULOSE **2 MINERALIEN** **3 NATURHARZ**

Die nachhaltige Alternative zu konventionellem Kunststoff-Glitzer ist biologisch abbaubar und hinterlässt kein Mikroplastik.



Wirksam werben mit Bioglitzer – vor allem Events, Beverage-, Lifestyle- und Festival-Brands profitieren.

FARBPALETTE

Du hast Fragen oder Anmerkungen? Schreib uns gerne an hello@birkenspanner.com

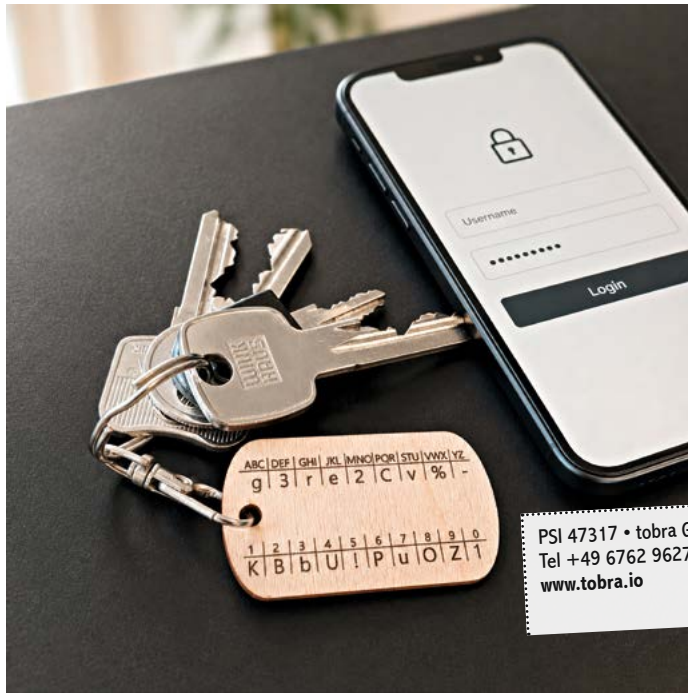


So bunt können Marken funkeln: Bioglitzer gibt es in vielen Farben.





Elektronische Gadgets und praktische Smartphone-Accessoires **verbinden** **Funktionalität mit sichtbarer Markenpräsenz** – vom Ladezubehör über mobile Helfer bis zu nützlichen Begleitern für Büro, Freizeit und unterwegs.



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

Starkes Passwort

Interessant vor allem für IT-Dienstleister, Banken, Versicherungen und Kampagnen zur IT-Sicherheit ist der Schlüsselanhänger Password von tobra: Er macht aus einem leicht zu merkenden Wort ein starkes Passwort, ohne App, Strom oder Internet. Auf der Rückseite ordnet eine Zeichentabelle jeder Buchstabengruppe und jeder Ziffer ein Zeichen zu. Aus dem Merkwort entsteht für jeden Dienst eine eigene Zeichenfolge, die sich jederzeit neu erzeugen lässt. Auf dem Anhänger ist kein Passwort gespeichert. Jede Tabelle entsteht nach dem Zufallsprinzip und ist einzigartig. Der flache Anhänger besteht aus Birkensterrholz, deren Zuschnitt und Druck in eigener Produktion in Deutschland umgesetzt werden. Die Vorderseite trägt das Werbemotiv. Zum Lieferumfang gehören eine Trägerkarte, die das Prinzip erklärt, und ein Schlüsselring mit Karabiner.

Klang, Licht und Ladefunktion

Technikzubehör mit mehreren Funktionen kann vor allem dort punkten, wo wenig Platz und flexible Nutzung gefragt sind. Das Luzfi Ladegerät mit kabellosem Lautsprecher von ANDA Present Ltd. vereint Bluetooth-Klang, Licht und Energieversorgung in einem kompakten Gerät. Die Oberseite aus Bambus dient kompatiblen Smartphones als kabellose 15-W-Schnellladestation, während eine LED-Beleuchtung an der Unterseite zusätzliche Einsatzmöglichkeiten schafft. Das Gehäuse besteht aus recyceltem Polycarbonat und ist mit RPET-Stoff bezogen. Für mobile Nutzung besitzt Luzfi einen Trageriemen aus PU-Leder; eine Freisprechfunktion erweitert den Einsatz im Arbeits- und Freizeitbereich. Die Stromversorgung übernimmt ein austauschbarer, wiederaufladbarer 1200-mAh-Akku, ein USB-Ladekabel gehört zum Lieferumfang.



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

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



Zeitmesser mit Recyclinganteil

Zur Ausstattung von Büros, Besprechungsräumen oder Empfangsbereichen gehört eine Wanduhr zu den funktionellen Basiselementen. Die Rectra RPS Wanduhr von ANDA Present Ltd. setzt auf ein reduziertes Erscheinungsbild und ein Gehäuse aus Polystyrol mit 90 Prozent recyceltem Material. Das klar gegliederte Zifferblatt erleichtert das Ablesen, betrieben wird die Uhr mit einer AA-Batterie, die nicht zum Lieferumfang gehört. Die zurückhaltende Gestaltung schafft zugleich Fläche für individuelles Branding und macht das Modell für Firmenausstattung, Werbekampagnen oder als Geschäftsgeschenk nutzbar. Gerade in dauerhaft genutzten Innenräumen kann eine gebrandete Wanduhr über längere Zeit sichtbar bleiben, ohne die Funktion in den Hintergrund zu drängen. Rectra RPS verbindet damit einen alltäglichen Gebrauchsgegenstand mit einer materialbewussten Ausführung.

Kompakte Ablage

Video-Calls, Streaming oder das Lesen längerer Inhalte machen aus dem Smartphone häufig ein stationär genutztes Display. Der zweiteilige Smartphonehalter 8402 der HEPLA GmbH schafft dafür eine kompakte Ablage, die Geräte sicher positioniert und die Hände freihält. Eine rutschfeste Oberfläche unterstützt den stabilen Stand, die flexible Konstruktion ist für verschiedene Smartphonegrößen ausgelegt. Das Zubehör kann im Büro, zu Hause oder unterwegs eingesetzt werden und lässt sich wegen seines handlichen Formats leicht transportieren. Für Werbeaktionen bietet sich der Halter als Messe-Give-away, Eventartikel oder Bestandteil eines Präsentpakets an. Die verfügbare Druckfläche kann in der hauseigenen Druckerei per Siebdruck oder Digitaldruck veredelt werden und bindet die Markenkennzeichnung an einen regelmäßig genutzten Gegenstand.



PSI 41583 • HEPLA GmbH
Tel +49 5681 9966 • info@hepla.de
www.hepla.de

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

Selfie-Stand-Trinkflasche

Wer hydriert bleiben und den perfekten Moment mit dieser innovativen und technisch ausgereiften Selfie-Stand-Trinkflasche festhalten möchte, darf sich auf diese 750 Milliliter Trinkflasche freuen: Sie ist Teil der Majesty Kollektion von Goldstar Europe, gefertigt mit doppelwandiger Vakuumisolierung aus zu 90 Prozent recyceltem Edelstahl. Getränke können bis zu 15 Stunden lang warm oder kalt gehalten werden. Das innovativste Merkmal ist das Design des Verschlusses, das über eine magnetische Halterung mit Doppelfunktion verfügt, mit dem ein Mobiltelefon zum Fotografieren befestigt werden kann. Damit eignet sich dieser perfekt als Selfie-Ständer und kann gleichzeitig als sicherer Tragegriff verwendet werden. Die pulverbeschichtete Oberfläche und der strukturierte Flaschenhals sorgen für einen zuverlässigen und robusten Stand, sodass die Trinkflasche nicht umkippen kann. Das wasserdichte Produkt ist BPA-frei und bietet eine hochwertige, hochtechnologische Möglichkeit, sein Lieblingsgetränk überallhin mitzunehmen.



Komfortabel, präzise, hochwertig

Der Stylus-Kugelschreiber RAVA Soft & Touch von PENKO GmbH verbindet komfortable, präzise Bedienung von Smartphones, Tablets & Co. mit hochwertigem Schreibkomfort. Der Druckkugelschreiber mit Touch-Funktion setzt mit seiner puristischen Linienführung und der angenehm soften Oberfläche Akzente. Zehn ausdrucksstarke Farben sowie die klare Dekorausstattung im Griffbereich unterstreichen den zeitgemäßen Look. Auch als Werbeträger überzeugt der RAVA: Die großzügige Werbefläche bietet viel Platz für gravierte Logos oder farbige Werbebotschaften. Die Metall-Großraummine mit dokumentenechter Paste sorgt zudem für ein dauerhaft angenehmes Schreibgefühl. Mit diesem Präsent hinterlässt man einen bleibenden Eindruck!



PSI 46450 • Penko GmbH
Tel +49 61 27991290 • info@penko.net
www.penko.net

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



Gadget für Marken

Oft lediglich als Schlüsselaccessoire mit Firmenlogo betrachtet, kann ein Werbeschlüsselanhänger weit mehr bieten: Werbeartikellieferant dothat aus Polen bietet mit der Integration eines NFC-Tags eine besonders praktische Anwendung. Wird der entsprechend ausgestattete Schlüsselanhänger an ein Smartphone gehalten, kann der NFC-Tag direkt zu einer Website, App, Registrierungsseite oder einem Onlineshop weiterleiten. So wird aus einem analogen Produkt ein digitales, funktionales Gadget, das die physische mit der digitalen Welt verbindet. Auch das Design lässt sich vollständig individualisieren, von Form und Farben über die Kennzeichnung bis hin zur Befestigungsart. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig: In Restaurant oder Bar beispielsweise kann die Speisekarte jederzeit griffbereit sein, im Friseursalon ist der Terminplan schnell aufrufbar und über eine digitale Visitenkarte lassen sich die Kontaktdaten einfach hinterlegen.



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

Ladekabel am Schlüsselbund

Ein Ladekabel am Schlüsselbund adressiert ein typisches Problem mobiler Geräte: Zubehör ist oft gerade dann nicht verfügbar, wenn es gebraucht wird. Der Keycab-Schlüsselanhänger mit 60-W-USB-C-Kabel von ANDA Present Ltd. kombiniert deshalb ein kompaktes Format mit technischer Alltagstauglichkeit. Das USB-C-zu-USB-C-Kabel unterstützt Power Delivery mit bis zu 60 Watt und ermöglicht Datenübertragungen bis 240 Mbit/s. Für die Steckergehäuse kommt recyceltes Aluminium zum Einsatz, die Kabelummantelung besteht aus RPET-Polyester. Durch die Befestigung am Schlüsselbund lässt sich Keycab im Arbeitsalltag, auf Reisen oder bei Veranstaltungen leicht mitführen. Der Artikel eignet sich als technisches Give-away, als Bestandteil eines Eventpakets oder als Ergänzung größerer Werbekampagnen. Sein Nutzwert entsteht aus der Kombination von Ladefunktion, Datentransfer und hoher Verfügbarkeit.





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

Eleganter Schreiber

Goldstar Europe lanciert mit seinem Islander Gelschreiber aus Kunststoff in Marmoroptik ein elegantes Give-away im Sektor. Mit seiner Kappe im Marmor-Design und der geschmeidigen Geltinte ist er eine elegante Wahl für den täglichen Gebrauch und besondere Branding-Anlässe. Sein markantes Design kennzeichnet die Verschlusskappe in Marmoroptik mit Chromakzenten für einen eleganten, auffälligen Look. Der integrierte Touchscreen-Stylus sorgt für mehr Vielseitigkeit bei der Gerätenutzung und lässt sich als attraktiver Werbeartikel einsetzen, geradezu ideal als hochwertiges Präsent, für das Corporate Branding im Managementbereich und für exklusive Werbezwecke. Die Produktserie ist wahlweise mit schwarzer und blauer Tinte erhältlich.

Markenbotschafter mit Charakter

Klein im Format, stark in der Erinnerung: Die neuen Schnabels® von mbw® bringen frischen Schwung in jede Kampagne. Mit Darts-Ente, Engel und Teufel, Phishing-Ente, Pokal-Ente, E-Mobilitäts-Ente, Astronauten-Ente und Urlaubs-Ente wächst die Kollektion um sieben Charaktere, die aktuelle Themen charmant aufgreifen. Jede Ente erzählt ihre eigene kleine Geschichte: die Phishing-Ente steht für IT-Sicherheit mit Augenzwinkern, die E-Mobilitäts-Ente für zukunftsweisende Bewegung, die Pokal-Ente für Erfolge und die Astronauten-Ente für große Ziele. So wird aus einem klassischen Give-away ein sympathischer Markenbotschafter, der im Kopf bleibt. Alle Modelle lassen sich individuell mit einem Logo oder einer Botschaft bedrucken und eignen sich für Messen, Aktionen, Mailings oder den POS.



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

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

Einzigartige Fasermischung

Verschmutzte Bildschirme, Brillen und andere empfindliche Oberflächen können während der Arbeit zum echten Ärgernis werden. Vor allem, wenn minderwertige Tücher den Schmutz nur verteilen oder feine Kratzer hinterlassen. Das Reinigungstuch Max wurde speziell für empfindliche Oberflächen entwickelt. Dank seiner einzigartigen Fasermischung ist es weich, äußerst saugfähig und entfernt Schmutz effektiv, ohne die Oberfläche zu beschädigen. Jeder, der eine Brille trägt, weiß um den hohen Nutzen eines guten Reinigungstuchs. Täglicher Gebrauch ist bei diesem Produkt garantiert und bedeutet somit auch tägliche Sichtbarkeit des werbenden Logos.

Werbeträger mit Antenne

Interactive Paper Tap 2.0 ist bedrucktes Papier mit eingedruckter NFC-Antenne: Empfänger halten ihr Smartphone an die Karte und landen ohne App und ohne QR-Code direkt in einer digitalen Anwendung wie Video, Quiz, Formular oder 3D-Ansicht. Jede Nutzung wird erfasst und ist im Dashboard auswertbar: Aufrufe, Interaktionen, Verweildauer und Absprungpunkte. Damit liefert erstmals ein haptischer Werbeträger dieselben Kennzahlen wie ein digitaler Kanal. Neu in der zweiten Generation: Die Antenne ist doppelt so groß, mittig platziert und im Bogen nicht sichtbar. Sie funktioniert auf aktuellen iPhones, ohne dass NFC manuell aktiviert werden muss; die Fehlerrate liegt bei nahezu null. Ein QR-Code als Rückfallebene ist integriert. Für den Vertrieb relevant: Das robuste Trägermaterial über 300 g/m². Die Mindestauflage beträgt 500 Stück, Print-on-Demand ist in rund zwei Wochen umsetzbar. Inhalte lassen sich auch nach dem Druck in Minuten austauschen, womit eine Karte über mehrere Kampagnen nutzbar bleibt. Personalisierung pro Empfänger ist über die Adressliste möglich. Entwickelt und programmiert in Wien, gedruckt in Deutschland.



Interactive Paper GmbH
Tel +43 660 8570804
office@interactivepaper.com
<https://interactivepaper.com>





PSI 45649 • D&K GmbH & Co. KG
Tel. +49 761 8964920 • psi@dk-id.com
www.dk-id.com

Volle Ladung

Optimal für Mitarbeitergeschenke, Messen oder Veranstaltungen eignet sich das Smartphone-Kordellanyard mit Ladefunktion aus dem Sortiment von D&K. Ist der Akku leer und kein Ladekabel zur Hand, steht das Smartphone-Kordellanyard mit Ladefunktion für eine innovative Lösung, die Funktionalität und Bequemlichkeit vereint. Dies ist nicht nur praktisch für das Tragen, sondern bietet auch eine integrierte Möglichkeit das Smartphone aufzuladen. Der Metallkarabiner zum Befestigen ist in Schwarz ausgeführt, wahlweise gibt es die Verbindungsvarianten USB Ladekabel C to C sowie optional auch für Lightning to Lightning. Das Einlegepad ist geeignet für alle gängigen Smartphones und Hüllen, auch als Wristband mit einer Länge von rund 30 Zentimetern verfügbar. Auf Anfrage ist eine Individualisierung des in sechs Farben erhältlichen Produkts möglich.

Pure Organisation

Die Laptop-Hülle Pure aus dem Sortiment von Halfar steht für klare Organisation unterwegs: Mobile Arbeitstage brauchen Lösungen, die leicht mitkommen und trotzdem professionell wirken. Die Laptop-Hülle Pure mit ergonomischem Handgriff auf der Rückseite ist genau dafür gemacht: für den Weg ins Meeting, den Wechsel zwischen Büro und Homeoffice, Geschäftsreisen oder kurze Termine außer Haus. Das hochwertig gepolsterte Hauptfach nimmt den Laptop auf und ist innen besonders weich ausgestattet. So bleibt das Gerät gut eingebettet, ohne dass die Hülle schwer oder aufwendig wirkt. In der großen Reißverschluss-Vortasche finden Kabel, Stifte, Notizen und Co. ihren Platz, alles übersichtlich verstaut und schnell griffbereit. Mit ihrer klaren Optik passt das Produkt zu modernen Arbeitsplätzen, Business-Incentives oder hochwertiger Mitarbeiterausstattung.



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





Funktional und persönlich

Die Schmoozies® von mbw® bekommen frischen Zuwachs mit Helikopter, Schiff, U-Boot, Astronaut und Wolf: Diese neuen Charaktere bringen die Themen Technik, Abenteuer, Mobilität und Entdeckergeist auf sympathische Weise auf den Punkt. Wie alle Schmoozies® verbinden auch die neuen Modelle praktische Funktion mit Persönlichkeit. Die Mikrofaserunterseite reinigt Displays von Smartphone, Tablet oder Bildschirm zuverlässig im Alltag. Zugleich sorgt die bedruckbare Werbefahne mit Platz für Logo, Claim oder kurzer Botschaft dafür, dass Logo und Marke immer wieder sichtbar werden. Ob auf dem Schreibtisch, in der Tasche oder beim nächsten Kundentermin: Schmoozies® werden genutzt, nicht nur verteilt. Und darin liegt ihre Stärke, als kleine Werbeartikel mit Charakter, die Nähe schaffen, im Alltag präsent bleiben und ganz nebenbei für saubere Displays sorgen.

Bestens organisiert

Nie wieder Kabelsalat heißt es beim praktischen 3in1-Ladekabel der Lumitoys-GmbH: Das Produkt lässt nicht nur das Kundenlogo leuchten, sondern auch die Augen der Kunden. Bis zu drei Geräte können hier zeitgleich geladen werden, neben dem normalen USB-Anschluss stehen auch noch Micro-USB, Lighting und USB-C zur Verfügung. Das Gehäuse ist aus Holz gefertigt und leistet hier nicht nur einen besonderen optischen, sondern auch einen ökologischen Beitrag. Das USB-Hauptkabel ist in zwei verschiedenen Längen erhältlich. Auf Wunsch ist die Verpackung in einem Geschenkschuber möglich, der auch individuell bedruckt werden kann.





PSI 41583 • HEPLA GmbH
Tel +49 5681 9966 • info@hepla.de
www.hepla.de



Mehr Halt fürs Smartphone

Wenn das Smartphone unterwegs sicherer in der Hand liegen und dennoch schnell erreichbar bleiben soll, kann eine einfache Halterung den Unterschied machen. Die Smartphone Halterung 8460 der HEPLA GmbH wird in die Handyhülle eingelegt; die Schlaufe führt durch die Ladeöffnung nach außen. Eine zusätzliche Montage ist nicht erforderlich. Das System eignet sich für Reisen, Messen, Veranstaltungen und den täglichen Gebrauch, weil das Gerät griffbereit bleibt und zugleich ein zusätzlicher Halt entsteht. Für den Werbeartikeleinsatz bietet die Halterung eine Druckfläche, die in der hauseigenen Druckerei per Tampondruck individualisiert werden kann. Markenkennzeichen lassen sich damit auf einem Accessoire platzieren, das eng mit einem häufig genutzten Alltagsgerät verbunden ist. Die unkomplizierte Handhabung und das kleine Format machen den Artikel für unterschiedliche Zielgruppen einsetzbar.

Saubere Markenpräsenz

Zu viel genutzten Displays gehören leider auch Fingerabdrücke, die sich jedoch mit dem P-9000® Displaytuch von Polyclean mühelos beseitigen lassen: Das Qualitätstuch sorgt schnell für saubere Smartphones, Tablets und Touchscreens und ist damit ein praktisches Accessoire für den digitalen Alltag. Dank vollflächigem Fotodruck wird das Microfasertuch gleichzeitig zur Bühne für die Marke: Logos, Designs oder Kampagnenmotive lassen sich aufmerksamkeitsstark umsetzen und bleiben bei jeder Anwendung im Blick. Erhältlich ist das Displaytuch wahlweise aus P-9000® Microfaser oder rPET-Microfaser und mit verschiedenen Verpackungsmöglichkeiten, zugeschnitten auf den gewünschten Auftritt. Ob als Giveaway auf Messen, Zugabe zu Smartphones und Elektronikprodukten, Mailingartikel oder Kundengeschenk für IT-, Telekommunikations- und Digitalunternehmen: Das Displaytuch verbindet täglichen Nutzen mit einer Werbebotschaft, die immer wieder sichtbar wird. Made in Germany.

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



Klare Sicht im Taschenformat

Saubere Sicht auf digitalen Oberflächen gehört im Büro ebenso zum Alltag wie unterwegs. Der Displaycleaner der GÖCKENER GMBH kombiniert dafür eine 50-ml-Sprühflasche mit einem Microfasertuch und richtet sich an Brillen, Smartphones, Notebooks, Displays und Cockpits. Der Feinzerstäuber dosiert die Flüssigkeit gezielt, während das Tuch Schmutz und Fingerabdrücke streifenfrei entfernt. Durch das kompakte Format lässt sich das Set leicht in Tasche, Rucksack oder Fahrzeug unterbringen und eignet sich für mobile Einsätze. Für den Werbeartikelbereich bietet die Lösung mehrere Gestaltungsoptionen: Sowohl Displaytuch als auch Etiketten können im 4c-Digitaldruck individualisiert werden. Auf Wunsch ist eine Einzelverpackung möglich. Der in Deutschland gefertigte Displaycleaner verbindet praktischen Nutzwert mit sichtbarer Markenkommunikation.



PSI 43242 • Gockener GmbH
Tel +49 2561 98290 • info@gockener.de
www.gockener.de



Raffinierte Verwandlung

Lanyards gehen über ihre traditionelle funktionale Rolle hinaus und entwickeln sich zunehmend zu Modeaccessoires und wirkungsvollen Branding-Instrumenten. Die Kollektion von Surprise verbindet Funktionalität mit Design und bietet vollständig individualisierbare Lösungen, die mit maßgeschneiderten Metallkomponenten versehen sind, welche die Ästhetik und den wahrgenommenen Wert steigern. Diese Elemente bieten zudem die perfekte Gelegenheit für eine dauerhafte Logo-Gravur und gewährleisten so eine langlebige und elegante Sichtbarkeit der Marke. Für Marken, die sich von der Masse abheben möchten, lassen sich die Schmuck-Lanyards von Surprise vom Alltagsaccessoire in einen raffinierten Werbeartikel verwandeln, den der Träger mit Stolz trägt.



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



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



Digitale Werbeblüte

Die Stadtgärtner verwandeln Ackerflächen in blühende Felder. Die Planung und Aussaat erfolgt in Zusammenarbeit mit Partnern aus Naturschutz und Landwirtschaft. Ein Konzept als nachhaltige Alternative zu physischen Werbegeschenken, ohne Ressourcenverschwendung oder Müllentstehung. Die Empfänger der Patenschaft erhalten über den Zeitraum von einem Jahr insgesamt 18 individuelle E-Mail-Newsletter. Diese dokumentieren die Entwicklung der Wiesen und informieren über die regionalen Ökosysteme. Die Aktivierung erfolgt über eine eigene, individuell gestaltbare Landingpage mittels persönlicher Aktivierungs-codes. Auf Wunsch stehen beidseitig bedruckbare Urkunden zur Übergabe der Codes zur Verfügung. Das System ist innerhalb von ca. 48 Stunden einsatzbereit. Der organisatorische Aufwand auf Anwenderseite beträgt etwa 10 Minuten. Die Landingpage zur Code-Einlösung sowie die physischen oder digitalen Begleitmedien lassen sich im eigenen Corporate Design gestalten.

Süße digitale Welt

Auch in der digitalen Welt darf Werbung ganz analog schmecken: Der Zuckerbäcker verbindet mit dem Naschbeutel Wolken digitale Cloud, Power und Energie mit süßen Werbemomenten und schickt genussvolle Grüße aus der Cloud. Die Mailingkarte Energie liefert den passenden Boost für lange Bildschirmtage und das Bügelglas XS mit Energyballs wird zur kleinen Powerbank zum Vernaschen. Geeignet für den Auftritt im Büro, Homeoffice, auf Messen oder als aufmerksamkeitsstarkes Mailing, werden die drei Artikel individuell gebrandet zu sympathischen Markenbotschaftern für IT, Elektronik, Telekommunikation und digitale Services. So wird aus digitaler Kommunikation ein echter Genussmoment und die Marke landet garantiert nicht im Spam-Ordner.



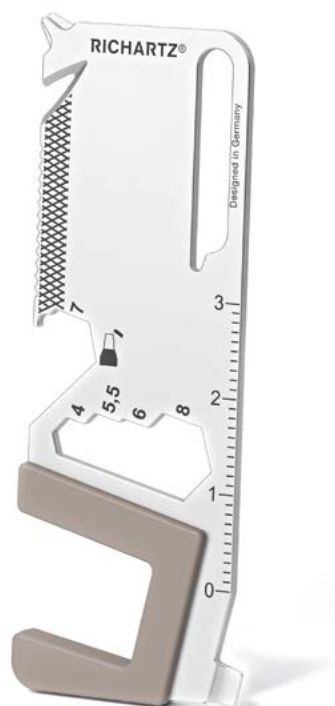
PSI 48449 • Der Zuckerbäcker GmbH
Tel +49 7131 8996146
psi@der-zuckerbaecker.de
www.der-zuckerbaecker.de





Nützliche Stromkonserve

Die Stromkonserve 5 von Troika lädt das Smartphone kabellos, induktiv mit MagSafe oder klassisch per Kabel, und liefert bis zu 24 Stunden Energie, wo keine Steckdose ist. Auch kompatible Smartwatches und Kopfhörer lassen sich durch Auflegen bequem laden. Mit 5000 mAh, LED-Ladestandanzeige, ausklappbarem Handy-Ständer und USB-C/USB-C-Kabel, inklusive und ansteckbar, ist alles dabei, was nötig ist. Dank 20 Watt Power Delivery lässt sie sich auch selbst wieder schnell aufladen. Dank ihrer flachen Ausführung ist sie ideal zum Mitnehmen. Die Powerbank lässt sich individuell an allen gängigen Smartphones befestigen. Hergestellt aus ABS und Aluminium, ausgeführt in Grau-Schwarz.



Starke Markenpräsenz

Richartz bringt mit Key Tool mobile 16 Funktionen an den Schlüsselbund, die niemand missen möchte. Highlight ist der Smartphone-Aufsteller mit Silikon-Auflage: Er hält Smartphone oder Tablet sicher und die Hände beim Videoanruf oder Filmgenuss frei. Das Multitool aus matt gestrahltem Edelstahl bietet außerdem Kapselheber, Schraubendreher, Lineal und Reifenprofiltiefenmesser und viele weitere Funktionen für den Alltag. Dank Schlüsselring-Slot lassen sich die Funktionen nutzen, ohne das Tool vom Bund zu lösen. Lasergravur, individuell bedruckbare Verpackung und eine optionale Silikon-Einlage in Wunschfarbe machen daraus einen vielseitigen Werbeartikel für den mobilen Alltag.

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



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

Blühende Werbebotschaft

Die Schmoozies® Evergreenies® von mbw® bringen frischen Wind und lebendiges Grün in den Arbeitsalltag. Die liebevoll gestalteten Plüschpflanzen mit praktischer Mikrofaserunterseite sind ein Blickfang und reinigen Displays. Dabei setzen die floralen Gute-Laune-Produkte Logos und Unternehmen im Handumdrehen nachhaltig in Szene. Zu den inzwischen 14 Pflanzen des Sortiments gehören Rose, Kaktus, Palme, Sonnenblume oder eines der neuen Modelle Maiskolben und Vergissmeinnicht, jede mit ganz eigenem Charakter. Die bedruckbare Werbefahne bietet Platz für Logos, Claims oder kleine Botschaften und erzeugen eine große Wirkung. Diese immergrünen Werbeartikel brauchen weder Wasser noch Licht und gedeihen auf jedem Schreibtisch, sind robust wie ein Kaktus und sympathisch wie ein Blumenstrauß. Als Give-away auf Messen, Kundenpräsent oder grüner Gruß im Büro wurzeln die Evergreenies® schnell im Herzen der Zielgruppe.



Farbenfrohe Vielfalt

Seit die Ladestecker bei Smartphones und Tablets nicht mehr im Lieferumfang enthalten sind, haben sich diese Produkte zu heißbegehrten Werbeartikeln entwickelt. Damit das Corporate Design des Kunden zur Geltung kommt, hat micx media aus Bielefeld sein Sortiment jetzt um einen echten Hingucker erweitert: Denn der Wally Duo Color mit 20 Watt Ladeleistung bietet zwei Ladeports mit USB-A und USB-C und kann ab einer Menge von 500 Stück individuell nach Pantone eingefärbt werden. Um das eigene Design perfekt abzurunden, wird das Kundelogo zusätzlich mittels Lasergravur oder Druck auf dem Ladestecker angebracht. Jetzt entdecken unter www.shop.micx.media



PSI 45899
micx-media in concept gmbh & co. kg
Tel +49 5205-99 100 • ingo@micx.media
www.micx.media

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



Beste Reinigungsperformance

Hochwertige Technik wie jene von Smartphone, Tablet, Kamera oder Display verdient die richtige Pflege: Das P-9000® Prägetuch von Polyclean verbindet zuverlässige Reinigung mit einem besonders edlen Auftritt. Die samtweiche Microfaser reinigt empfindliche Oberflächen schonend und eignet sich auch ideal für Displays, Touchscreens und weitere empfindliche Oberflächen im Auto-Innenraum. So wird das Tuch zum stilvollen und praktischen Accessoire für den digitalen Alltag. Das Besondere: Statt eines klassischen Werbedrucks wird das Logo als feine Blindprägung in das Tuch eingebracht. So entsteht ein dezentes Branding mit hochwertiger Optik und angenehmer Haptik. Für einen rundum individuellen Markenauftritt kann das Prägetuch auch in einer bedruckbaren Falt-schachtel verpackt werden. Ideal als exklusives Kundengeschenk, Beigabe zu hochwertigen Elektronikprodukten oder für Unternehmen aus den Bereichen Technik, IT, Multimedia und Telekommunikation, verbindet dieser Werbeartikel Funktion und Markenwirkung elegant miteinander.

Schnurloser Blickfang

Den bewährten Wireless Charger aus dem Produktportfolio von Lumitoys gibt es jetzt auch aus Holz oder aus einer Kombination aus Holz und Tempered Glass. Das hintergrundbeleuchtete Logo wird entweder aus der Holzoberfläche ausgefräst oder auf das Glas aufgebracht, je nach Kundenwunsch entweder invers oder vollfarbig. So wird der Wireless Charger zu einem absoluten Eyecatcher, der im Alltag gerne und häufig genutzt wird. Den Charger gibt es sowohl in runder als auch in eckiger Form, außerdem kann zwischen verschiedenen LED-Farben gewählt werden. Er ist tauglich für alle Handyarten und wird auf Wunsch in einer individuellen Geschenkverpackung geliefert.

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





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

Magnetischer Safe

Das MagSafe Kartenetui von Troika bringt Karten, Schlüssel oder Bargeld per magnetischer Befestigung direkt ans Smartphone: also genau dorthin, wo sie gebraucht werden. Bis zu vier Karten finden Platz, während die integrierte Aufstellfunktion das Handy im Hoch- oder Querformat in Position bringt. Dank des zusätzlichen MagSafe Metallrings mit 3M Klebefläche funktioniert das Etui auch an vielen Smartphones, Hüllen oder Notizbüchern. Somit hat der Nutzer mit nur einem Klick alles dabei. Erhältlich in Schwarz, hergestellt aus Kunstleder.



Analoges Dankeschön

Die klassische Postkarte im DIN A6-Format wird durch ein integriertes Saatpapiermotiv ergänzt. Es verleiht der Karte eine besondere Haptik und dient nach der Nutzung als einpflanzbarer Träger für Wildblumensaat. Die Kombination eignet sich als Beileger zu Hardware-Lieferungen, als analoges Dankeschön nach einem Online-Kauf oder für QR-Code-Aktionen. Der aufgedruckte QR-Code führt beispielsweise direkt zu einer digitalen Anleitung oder App, während sich das abnehmbare Motiv in eine Blumenwiese verwandelt. Die Postkarte: Standard-Karton ist beidseitig im 4c-Farbdruck nach CMYK gestaltbar, das Saatpapier selbst ist nicht bedruckbar und in verschiedenen Farben lieferbar. Für den maschinellen Postversand ist die Verwendung eines Umschlags erforderlich. Erhältlich ab einer Mindestbestellmenge von 200 Stück, ist die Postkarte beidseitig vollflächig bedruckbar.



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

Vorweihnachtlicher Branchentreff auf zehn Stationen

Unter dem Motto „Friends meet Friends“ geht die etablierte A&O Adventstour 2026 wieder auf Tour. An zehn Standorten in Deutschland und Österreich präsentieren 24 Lieferanten ihre Produktneuheiten und Ideen für die Werbemittelbranche. Die Tour richtet sich an Fachbesucher und verbindet Produktpräsentationen mit persönlichem Austausch in vorweihnachtlicher Atmosphäre.

Die Ausstellungen sind jeweils von 12:30 bis 18:00 Uhr geöffnet. Der letzte Einlass ist um 15:30 Uhr vorgesehen. Neben den Produktpräsentationen erwartet die Besucher traditionell ein gastronomisches Angebot sowie weitere Überraschungen. Aufgrund der begrenzten Platzkapazität für den Abend bittet das Veranstalterteam um rechtzeitige Anmeldung. Die Registrierung erfolgt zunächst über die Website; anschließend kann in der Bestätigungsmail der gewünschte Veranstaltungstermin ausgewählt werden. Weitere Informationen und Anmeldung unter: www.adventstour.de

Termine:

- 24.11.2026 – Wien
- 25.11.2026 – Linz (A-4052 Ansfelden)
- 26.11.2026 – München (82256 Fürstenfeldbruck)
- 01.12.2026 – Hamburg
- 02.12.2026 – Osnabrück (49324 Melle)
- 03.12.2026 – Essen (45549 Sprockhövel)
- 07.12.2026 – Mainz
- 08.12.2026 – Stuttgart (73066 Uhingen)
- 09.12.2026 – Nürnberg (90768 Fürth)
- 10.12.2026 – Leipzig



DTF Convention: Fachwissen und Austausch

Rund 75 Teilnehmer kamen zur dritten DTF Convention bei FOL International in Kaiserslautern. Fruit of the Loom, Russell Athletic® und JERZEES waren erneut Gastgeber des von der Akademie für Textilveredlung (Aka-tex) organisierten Branchentreffs rund um DTF- und Digitaldruck. Die Veranstaltung stand zugleich im Zeichen des 175-jährigen Bestehens von Fruit of the Loom und des Mottos „175 Years of Fruit. Grown Together“.

Das Fachprogramm widmete sich unter anderem dem Vergleich von DTG und DTF, Farbproduktion, Troubleshooting, Produktionskosten und automatisierten Workflows. Auf besonderes Interesse stieß der Beitrag von Dennis Meyer, FOL International, zur CiCLO®-Technologie. Sie unterstützt den biologischen Abbau synthetischer Fasern und wird bei Fruit of the Loom bereits für die neuen Iconic Premium Sweats und Iconic 250 Sweats eingesetzt.



Volles Haus: Dritte DTF Convention bei der FOL International GmbH in Kaiserslautern am 24.09.2026. Hier bei einem Vortrag von Marcel Rüffer von dtf-express. Bild: Fruit of the Loom

Ergänzt wurde das Programm durch eine Ausstellung mit Technologien und Lösungen verschiedener Anbieter, Führungen durch das Hochregallager von Fruit of the Loom sowie eine Embossing-Aktion. Erstmals gab es zudem drei Sprechstunden, in denen Teilnehmer konkrete Fragen in kleinen Gruppen mit DTF- und Digitaldruckexperten diskutieren konnten. Themen waren unter anderem Farbmanagement und Datenaufbereitung, Farbstoffmigration auf schwierigen Materialien sowie die technische Komplexität des DTF-Drucks. Das neue Format stieß laut Veranstalter auf positive Resonanz. Auch das bisherige Online-Feedback der Teilnehmer fiel durchweg sehr gut aus.

Beim gemeinsamen Grillen wurde der fachliche Austausch in entspannter Atmosphäre fortgesetzt. Günter Söndgerath vom Verband der Textilveredler Deutschland (VTDD), dessen Fördermitglied Fruit of the Loom ist, hob in seinem Fazit für die VTDD-Mitglieder die Verbindung von Fachinformation, direktem Anbieter-Kontakt und Branchenaustausch hervor.

Mit der dritten Ausgabe hat sich die DTF Convention erneut als Branchentreff etabliert und verband aktuelle technologische Entwicklungen mit praktischen Einblicken und persönlicher Begegnung.

Wie groß ist die wirtschaftliche Bedeutung der Werbeartikelbranche tatsächlich? Eine von der Promotional Products Association International (PPAI) beauftragte und von Oxford Economics durchgeführte Studie liefert darauf erstmals eine globale Antwort. Der GWW unterstützte die Untersuchung als deutscher Partner.

Studie beziffert globalen Fußabdruck der Werbeartikelwirtschaft

Mehr als nur bedruckte Produkte



Bild: Adobe Stock - Garun Studios

Nach Angaben der Studie stützte das weltweite Werbeartikel-Ökosystem im Jahr 2025 insgesamt 406,2 Milliarden Euro an Wirtschaftsleistung beziehungsweise am globalen Bruttoinlandsprodukt. Berücksichtigt wurden dabei nicht allein Produktion und Veredelung, sondern auch Beschaffung, Vertrieb, Einzelhandel, E-Commerce, Fulfillment sowie Marketing und Markenaktivierung. Für individualisierte Produkte gaben Kunden weltweit 290,9 Milliarden Euro aus. Davon entfielen 93,4 Milliarden Euro auf haptische Werbung.

Deutschland im internationalen Spitzenfeld

Auch der deutsche Markt erweist sich als gewichtiger Wirtschaftsfaktor. Die Ausgaben für individualisierte Produkte beliefen sich laut Studie auf 12,4 Milliarden Euro. Davon entfielen 5,5 Milliarden Euro auf haptische Werbung und 6,9 Milliarden Euro auf Merchandising-, Lizenz- und personalisierte Produkte. Insgesamt trägt die Branche demnach 14,9 Milliarden Euro zum deutschen BIP bei und sichert rund 171.000 Arbeitsplätze. Damit

liegt Deutschland im weltweiten Vergleich auf Platz vier. Auch beim Steueraufkommen hinterlässt die Branche deutliche Spuren: 6,3 Milliarden Euro an Steuern werden ihr zugerechnet.

Neue Perspektive auf den Markt

Die deutlich über dem bislang vom GWW ausgewiesenen B2B-Branchenumsatz von 3,16 Milliarden Euro liegende Zahl für die Marktausgaben ist vor allem auf die umfassendere Betrachtung zurückzuführen. Oxford Economics berücksichtigt zusätzlich unter anderem individualisierte Produkte aus E-Commerce-Kanälen sowie Direktkäufe und Importe von Herstellern und Lieferanten. Für GWW-Geschäftsführer Ralf Uwe Scheider unterstreichen die Ergebnisse die wirtschaftliche Relevanz der Branche. Er verbindet die Zahlen zugleich mit der Forderung nach weniger Bürokratie und einer klaren steuerlichen Behandlung, um Wachstum und Beschäftigung in Deutschland weiter zu fördern. (Alle Zahlen und Angaben basieren auf einer Pressemitteilung des GWW vom 8. September 2026.) <

Ehrung für 40 Jahre Unternehmensgestaltung

Ein besonderes Jubiläum gab es beim Schreibgeräteproduzenten Klio-Eterna zu begehen: Michael Gleich wurde für 40 Jahre im Unternehmen geehrt. Am 1. Oktober 1986 begann seine Laufbahn als Verfahrensmechaniker für Kunststoff und Kautschuktechnik in der Spritzgussabteilung. Heute ist er Geschäftsführer des Wolfacher Schreibgeräteherstellers.



Klio-Eterna

Nach seiner Weiterbildung zum Industriemeister übernahm Gleich die Leitung der Spritzerei. Es folgten die Produktionsleitung und später die Leitung der Kunststofftechnik. In dieser Zeit gestaltete er auch zahlreiche Kugelschreibermodelle mit. Das Modell Qube stammt komplett aus seiner Feder. Auch die Neuheit, die Klio-Eterna Ende des Jahres vorstellt, hat er entwickelt.

2017 übernahm Gleich die Geschäftsführung und führt das Unternehmen seitdem gemeinsam mit Edeltraud Syllwasschy. Die Verbindung zu Klio-Eterna reicht bei ihm noch weiter zurück: Bereits sein Vater war im Unternehmen tätig. „40 Jahre Klio sind schon eine lange Zeit. Wenn man davon einen großen Teil im Unternehmen verbracht hat, kennt man natürlich jede Menge Geschichten und hat auch viele Veränderungen erlebt“, sagt Michael Gleich.

Edeltraud Syllwasschy würdigt ihn für seinen langjährigen Einsatz: „Michael kennt die Klio wie kaum ein anderer. Wir haben gemeinsam auch schwierige Entscheidungen getroffen und in herausfordernden Zeiten immer im Sinne der Mitarbeiter und der Firma gehandelt. Auch bei der Einführung von EMAS war er maßgeblich beteiligt. Er hat die Entwicklung des Unternehmens über Jahrzehnte mitgeprägt.“ Michael Gleich wird seine Erfahrung auch in den kommenden Jahren als Geschäftsführer einbringen. **www.klio.com**

**Edeltraud Syllwasschy
gratuliert Michael Gleich
zu vier Jahrzehnten
Betriebszugehörigkeit.**

PF Concept baut Vertriebskompetenz aus

PF Concept baut seine Vertriebskompetenz im deutschen Markt weiter aus und begrüßt Janina Irmen als neue Außendienstmitarbeiterin für Deutschland. Janina Irmen verfügt über langjährige Erfahrung im B2B-Vertrieb sowie in der Werbeartikelbranche und wird künftig Kunden und Vertriebspartner bei PF Concept betreuen und weiterentwickeln.



PF Concept

Mit mehr als 20 Jahren Berufserfahrung im Vertrieb, Customer Care und Key Account Management bringt sie umfassende Branchenkenntnisse sowie ein hohes Maß an Kundenorientierung mit. Stationen bei Unternehmen wie MAPROM GmbH, Midocean / SOLO und zuletzt Textet GmbH (New Wave Group) haben ihren beruflichen Werdegang geprägt. Dabei lag ihr Schwerpunkt insbesondere auf der Betreuung strategischer Kunden, dem Ausbau von Geschäftsbeziehungen und der Entwicklung neuer Marktpotenziale.

„Mit Janina gewinnen wir eine erfahrene Vertriebspersönlichkeit, die unsere Kunden, den Markt und die Anforderungen unserer Branche bestens kennt. Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit und wünschen ihr einen erfolgreichen Start bei PF Concept“, sagt Peter Stelter, Country Manager D-A-CH der PF Concept GmbH.

In ihrer neuen Funktion wird Janina Irmen Kunden in Deutschland bei der Entwicklung erfolgreicher Werbeartikel- und Markenlösungen unterstützen und die Marktpräsenz von PF Concept weiter stärken. Zu ihren Schwerpunkten gehören die strategische Kundenbetreuung, die Neukundengewinnung sowie der Ausbau langfristiger Partnerschaften. **www.pfconcept.com**

Janina Irmen

Bei JUNG since 1828 ist der Generationenwechsel langfristig vorbereitet: Dennis Dennig scheidet Ende 2026 aus der operativen Geschäftsführung aus und konzentriert sich künftig auf ein eigenes Unternehmen. Die Leitung übernimmt Peter Neff als alleiniger Geschäftsführer – unterstützt von einem erfahrenen Führungsteam.

Führungswechsel bei JUNG since 1828

JUNG stellt Weichen für die Zukunft

Nach 18 Jahren im Unternehmen, davon sieben als geschäftsführender Gesellschafter, wird Dennis Dennig Ende 2026 aus der operativen Geschäftsführung der JUNG since 1828 GmbH & Co. KG ausscheiden. Dem Unternehmen bleibt er als Gesellschafter der Unternehmerfamilie ebenso verbunden wie sein Vater Jörg Dennig. Künftig wird er sich auf den Aufbau eines eigenen Unternehmens außerhalb der Werbeartikelbranche konzentrieren. Der Schritt sei bewusst langfristig vorbereitet worden, betont das Unternehmen. Dennis Dennig verweist auf ein starkes Führungsteam, klare Verantwortlichkeiten und die in den vergangenen Jahren geschaffenen Voraussetzungen für die weitere Entwicklung. Dazu zählen unter anderem Investitionen in Millionenhöhe in den Ausbau und die Modernisierung des Produktionsstandorts Arnstadt.



Peter Neff (links) wird ab 2027 die Geschäfte bei JUNG alleinig führen; Dennis Dennig bleibt Gesellschafter und widmet sich dem Aufbau seines neuen Unternehmens außerhalb der Werbemittelbranche.

Foto: Mario Brunner

Kontinuität in der Unternehmensführung

Ab 2027 führt Peter Neff, der bereits seit 2020 gemeinsam mit Dennis Dennig die Geschäfte leitet, das Unternehmen als alleiniger Geschäftsführer. Für Kunden, Lieferanten und Mitarbeitende sollen sich dadurch weder an der strategischen Ausrichtung noch an der operativen Leistungsfähigkeit Änderungen ergeben. Bereits im Vorfeld wurden zent-

Sylke Toscan verantwortet als Vertriebsleiterin des Geschäftsbereichs JUNG Promotion die Vertriebsführung. Foto: JUNG

rale Verantwortlichkeiten neu geordnet. So übernahm Sylke Toscan, Vertriebsleiterin des Geschäftsbereichs JUNG Promotion, schrittweise die Gesamtverantwortung für den Werbemittelvertrieb. Gemeinsam mit den Bereichsleitern soll sie Kontinuität in Vertrieb und Kundenbetreuung sicherstellen.

Wachstumskurs wird fortgesetzt

Der Beirat würdigt Dennis Dennigs Beitrag zur Weiterentwicklung des Unternehmens – insbesondere beim Ausbau der Produktionskapazitäten, der Weiterentwicklung des Standorts Arnstadt und dem Aufbau des Geschäftsbereichs Packaging. Gleichzeitig sieht das Gremium JUNG mit Peter Neff und dem bestehenden Führungsteam hervorragend für die Zukunft aufgestellt. Mit der Konzentration der Geschäftsführung auf Peter Neff setzt JUNG nach eigenen Angaben auf Kontinuität, klare Verantwortlichkeiten und die konsequente Fortführung seines Wachstumskurses. Die Eigentümerfamilie wird die Entwicklung des Unternehmens auch künftig als Gesellschafter und über den Beirat aktiv begleiten.

<

FARE stärkt Unternehmensführung

Philipp Oergel, Referent der Geschäftsführung beim Werbeschirmspezialisten FARE – Guenther Fassbender GmbH, ist zum Einzelprokuristen ernannt worden. Der 39-Jährige ist seit dem 1. Juni 2025 bei FARE tätig und hat seitdem insbesondere die Bereiche Marketing, Vertrieb sowie IT und Digitalisierung maßgeblich unterstützt und weiterentwickelt. In seiner Funktion als Referent der Geschäftsführung arbeitet er eng mit Geschäftsführer Volker Griesel zusammen und begleitet zentrale strategische und operative Themen des Unternehmens.

„Auch wenn Philipp erst seit etwas mehr als einem Jahr bei uns ist, hat er sich in dieser vergleichsweise kurzen Zeit durch sein hohes Engagement, seine fachliche Kompetenz und sein ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein um unser Unternehmen verdient gemacht. Die Ernennung zum Einzelprokuristen ist Ausdruck des großen Vertrauens, das ich in ihn und seine weitere Entwicklung bei uns setze“, erklärt FARE-Geschäftsführer Volker Griesel. Mit der Erteilung der Einzelprokura übernimmt Philipp Oergel zusätzliche Verantwortung und erhält weitergehende Vertretungsbefugnisse für das Unternehmen. www.fare.de

FARE



Geschäftsführer Volker Griesel gratuliert Philipp Oergel zur Einzelprokura. Bild: Fare

Goldstar verstärkt Digital-Experience-Team

Goldstar® erweitert sein Digital-Experience-Team: Eric Wingard übernimmt die neu geschaffene Position des Product Owners Digital Experience. Mit der Personalie will der Werbeartikelspezialist seine digitalen Integrationsmöglichkeiten und die Vernetzung mit seinen Vertriebspartnern weiter ausbauen.

Wingard verfügt über acht Jahre Branchenerfahrung und bringt insbesondere Expertise bei End-to-End-API-Integrationen mit. Zu seinen Aufgaben gehören die Weiterentwicklung digitaler Lösungen sowie die Verbesserung der Anbindung von Produktdaten und Bestellungen. Zudem soll er den Integrationssupport für Vertriebspartner weiter strukturieren und als zentrale Anlaufstelle für Zugangsdaten, Fehlermeldungen und technische Fragen etablieren.

„Die Investition in ein stärker vernetztes digitales Erlebnis zeigt ein echtes Engagement für unsere Partner“, erklärt Wingard zu seinem Start. Er freue sich darauf, auf dieser Grundlage aufzubauen. Wingard arbeitet künftig eng mit Cathy Yonek, Global Director of Digital Experience, und dem Digital-Experience-Team zusammen. Yonek hebt insbesondere seine Erfahrung mit komplexen Integrationsprojekten und seine Kenntnisse der Merchandising-Branche hervor: „Seine Expertise wird uns dabei helfen, das digitale Erlebnis bei Goldstar® kontinuierlich zu verbessern.“ Die neue Position steht im Zusammenhang mit der digitalen Weiterentwicklung von Goldstar®, zu der auch die Einführung der neu gestalteten globalen Webseite gehört. www.simplygoldstar.com

Goldstar



Eric Wingard

JETZT
TESTEN



Bild: Magna Sweets GmbH

Werbesüßigkeiten online kalkulieren und bestellen

Seit dem 1. Juli ist der neue Onlineshop der MAGNA sweets GmbH online. Damit bietet das Unternehmen seinen Kunden einen zusätzlichen, komfortablen Bestellweg für ausgewählte Werbesüßigkeiten und Werbeartikel. Kunden können Produkte rund um die Uhr online konfigurieren, Preise direkt kalkulieren und ihre Bestellung bequem mit individuellem Motiv auslösen. Der neue Shop ermöglicht eine schnelle Angebotserstellung und vereinfacht den Bestellprozess – unabhängig von Geschäftszeiten.

Besonders praktisch: Bereits während der Produktauswahl erhalten Nutzer transparente Informationen zu Mengen, Preisen und Veredelungsmöglichkeiten. Zudem entfallen die Drucknebenkosten, wenn die Bestellung direkt über den Onlineshop erfolgt, und viele Artikel haben niedrigere Mindestbestellmengen, als im Katalog. So lassen sich Werbeartikel nicht nur einfach und schnell, sondern auch besonders wirtschaftlich bestellen. www.magna-sweets.de

Mit individuell gestaltbaren Premium-Handfächern erweitert Tie Solution sein Sortiment hochwertiger Markenaccessoires. Die in Spanien handgefertigten und zertifizierten Fächer verbinden europäische Handwerkskunst mit individuellen Gestaltungsmöglichkeiten und richten sich vor allem an Marken, Unternehmen und die gehobene Hotellerie.

Tie Solution erweitert Accessoire-Portfolio

Handwerkskunst trifft Markenkommunikation

Tie Solution erweitert sein Portfolio um individuell gestaltbare Premium-Handfächer, die in traditioneller Handarbeit in Spanien gefertigt werden. Mit der neuen Produktlinie verbindet das Unternehmen aus Wetzlar europäische Handwerkskunst mit hochwertiger Markenkommunikation und erschließt zusätzliche Einsatzfelder im Premium-, Corporate-Fashion- und Hospitality-Bereich.

Vollflächig individualisierbar

Die vollständig individualisierbaren Fächer werden projektbezogen entwickelt und können hinsichtlich Design, Materialien und Veredelungen an die Anforderungen der jeweiligen Marke angepasst werden. Möglich sind unter anderem vollflächige Textildrucke, Logos, Monogramme, Gravuren, Lederdetails oder verschiedene Holzarten sowie individuelle Farbkonzepte im Corporate Design. Damit eignen sich die Produkte für exklusive Marketingkampagnen, Events, Messeauftritte oder als hochwertiges Präsent.

Vertikal integrierte Fertigung

Ein besonderes Merkmal der neuen Produktlinie ist die vertikal integrierte Fertigung: Die textilen Bespannungen aus Seide oder ägyptischer Baumwolle werden von Tie Solution selbst produziert und anschließend an spezialisierte spanische Manufakturen geliefert. Dort entstehen die Fächer in traditioneller Handarbeit. Die handwerkliche Herstellung wird durch ein Zertifikat der spanischen Handelskammer bestätigt und dokumentiert zugleich die regionale Herkunft der Produkte.

Handwerkliche Qualität

Nach Angaben des Unternehmens steigt insbesondere im internationalen Luxus- und Lifestyle-Segment die Nachfrage nach hochwertigen, individualisierten Accessoires mit nachvollziehbarer Herkunft. Die neuen Fächer werden bereits gemeinsam mit internationalen Marken und



Designpartnern eingesetzt, vor allem in den Modemärkten Spanien, Italien und Frankreich. Ein Sprecher der Geschäftsführung betont, dass im Premiumsegment heute neben Funktionalität vor allem Herkunft, Identität und handwerkliche Qualität gefragt seien.

Mehrere manuelle Arbeitsschritte

Jeder Fächer wird einzeln gefertigt und durchläuft mehrere manuelle Arbeitsschritte. Je nach Projekt kommen unterschiedliche Edelhölzer zum Einsatz. Aufgrund der aufwendigen Fertigung variieren die Lieferzeiten zwischen rund vier Wochen und mehreren Monaten. Mit der Portfolioerweiterung reagiert Tie Solution auf den Trend zu hochwertigen physischen Markenbotschaftern, die Markenidentität emotional erlebbar machen. Die Kombination aus eigener Textilproduktion, traditioneller spanischer Handwerkskunst und individueller Gestaltung positioniert die neuen Premium-Handfächer an der Schnittstelle von Mode, Design und Markenkommunikation.

<

Bewährtes an bewährter Stelle: Die Umweltarena in Spreitenbach (nahe Zürich) war am 9. und 10. September erneut idealer Schauplatz der Doppelmesse PSF Forum / TOUCH des schweizerischen Branchenverbandes PromoSwiss. Neben Aussteller- und Besucherrekorden gab es diesmal auch ein Jubiläum zu feiern, denn das PSF Forum fand heuer zum 20. Mal statt.

PSF Forum / TOUCH 2026

Zwei Jahrzehnte Schweizer Werbepower



Erneut idealer Schauplatz des Schweizer Mesседoppels: die Umweltarena in Spreitenbach.



Schon am ersten, mit dem PSF Forum dem eidgenössischen Werbemittelhandel vorbehaltenen, Messetag besuchten die Stände der 83 Aussteller 160 Fachbesucher aus allen Schweizer Regionen – beides (sowohl auf Aussteller- als auch Besucherseite) neue Bestmarken in der Historie dieses Events. Zu entdecken gab es zahlreiche neue Produktideen aus dem vielfältigen Sortimentsspektrum der Lieferanten und Hersteller, darunter auch – zum Austragungsort passend – viele nachhaltige und ökologisch verträgliche Artikel. Traditionell daran an schloss sich die festlich-gesellige, mit dem typisch schweizerischen Apéro eingeleitete „PromoSwissNight“, bei der die rund 200 Teilnehmer in entspannter Lounge-

Atmosphäre reichlich Gelegenheit zu freundschaftlich geprägtem Netzwerken fanden. Verschiedene Food-Stationen versorgten die Feiernden mit kulinarischen Leckereien. Coole Getränke und Musik gab's selbstverständlich ebenfalls dazu.

„Werbeartikel neu gedacht“

Der zweite Messetag mit der TOUCH unter dem Motto „Werbeartikel neu gedacht“ erlebte mit 1112 Gästen aus dem Industriekundenbereich ebenfalls einen Besucherrekord. Ständig herrschte geschäftiges Treiben auf dem Parcours, der an den Countern der einladenden Händler und Agenturen begann und dann an den Ständen der



Die Produkte der TOUCH Awards waren in Vitrinen zu begutachten.



Get-together beim typisch schweizerischen Apéro.



Auch echte Handwerkskunst gab's zu bestaunen: hier werden Formen für typische Schweizer Lebkuchengebäcke, sogenannte „Biber“ geschnitzt.

ausstellenden Lieferantenpartner vorbeiführte. Die große, mit Strom von den Sonnenkollektoren auf dem Arenadach gespeiste Videowand zeigte Szenen aus den bewegten 20 Messejahren. Und auch das Catering ließ nichts zu wünschen übrig.

TOUCH Awards gekürt

Im Laufe des Tages wurden dann auch die mittels Online-Voting ermittelten Gewinner der neuen TOUCH Awards gekürt. Die Trophäe „Nachhaltigster Werbeartikel“ durfte die Kaiser Promotion AG mit einer mundgeblasenen Swiss Made Karaffe mit integriertem 3D-Bergrelief entgegennehmen. Auch der Preis für die „Sonderanfertigung des Jahres 2026“ ging an Kaiser Promotion, hier für Christbaumkugeln in Sonderform. Schließlich konnte sich die bb trading werbeartikel ag mit der „Festivalkollektion Tony Mate“ über den Sieg in der Kategorie „Kollektion des Jahres“ freuen. <

Die Termine fürs nächste Schweizer Messedoppel stehen bereits fest:

- PSF Forum: 8. September 2027
- TOUCH: 9. September 2027

Urs Germann, Präsident PromoSwiss, im Gespräch

20 Jahre PSF Forum und eine erneut bestens frequentierte TOUCH: Wie lautet Dein Fazit?

Jedes Jahr ist es eine Herausforderung, das PSF Forum besser zu frequentieren. Zum einen erleben die Händlermitglieder immer aufs Neue, dass es sich lohnt, vorbeizukommen, da sie ihre Lieferanten antreffen und dort viele Inspirationen erhalten. Zum anderen kommen stets auch Werbemittelhändler, die noch nicht Mitglied im Verband sind, aber die Erfahrung machen, dass diese Messe ein ideales Podium ist, einfach und konzentriert und somit ohne zeitraubende Recherche im Alltagsgeschäft Neuheiten zu generieren.

Mein Fazit zu beiden Messen lautet: Je besser die TOUCH jedes Jahr wird, für umso mehr Lieferanten lohnt es sich auszustellen und desto interessanter ist es für die Händler auch schon beim PSF Forum vorbeizuschauen.



Was gibt es Neues aus dem Verband zu vermelden?

Der Schwerpunkt beim Verband lag im vergangenen Jahr darauf, den Vorstand personell zu stabilisieren, da wir unterbesetzt waren und immer das Risiko besteht, dass jemand die Branche verlässt oder die Geschäftsleitung der im PromoSwiss Aktiven es nicht mehr zulässt, Zeit in den Verband zu investieren. Dies ist uns gelungen mit zwei neuen Besetzungen aus dem Hause SIGG und Reisensthal. Nun geht es nebst dem Verbandtagesgeschäft darum, die neue Konstellation zu festigen und weitere neue Mitglieder zu gewinnen, um das Profil der Schweizer Werbeartikelbranche weiter zu stärken.

Wir leben derzeit in unsicheren, auch die Weltwirtschaft betreffenden Zeiten. Sind hier Auswirkungen auf die eidgenössische Werbeartikelwirtschaft spürbar?

Ja sicher, auch die hiesige Wirtschaft funktioniert nicht mehr reibungslos. Wir stellen fest, dass vermehrt umstrukturiert wird und Mitarbeiter entlassen werden. Die Ansprechpersonen wechseln und man beginnt oftmals wieder von neuem mit dem Verkaufsgespräch. Entscheidungen werden hinausgezögert oder das Budget wird fast ganzheitlich gestrichen, da Werbung die schnellste Einsparungsmöglichkeit bietet.

Man spürt, dass viele Betriebe nur von Geschäftsjahr zu Geschäftsjahr denken und alles viel kurzlebiger wird.

Die 40. Ausgabe GWW-Trend ist auch in neuer Umgebung ihrem Charakter als Branchentreffpunkt treu geblieben. 143 Lieferanten präsentierten am 22. September in der Kölner Xpost ihre Neuheiten. Werbemittelhändler, -berater und -agenturen nutzten die Messe vor allem zum persönlichen Austausch und zur Vorbereitung des Jahresendgeschäfts.

GWW Herbst-Trend bleibt wichtiger Branchentreff

Neue Adresse, vertrautes Format



Die neue Location erwies sich als atmosphärischer Rahmen und funktionaler Messeort.

Zum ersten Mal gastierte die Herbst-Ausgabe der GWW-Trend in der Xpost im Kölner Stadtteil Nippes. Der Wechsel aus der Koelnmesse war für den veranstaltenden Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) im Zuge der für 2027 geplanten Verlagerung der PSI in das Messegelände notwendig geworden. Die neue Location erwies sich als atmosphärischer Rahmen für die Vorabendveranstaltung und als funktionaler Messeort. Zwar gab es Einschränkungen bei der (einem gesperrten Parkdeck geschuldeten) Parksituation sowie beim Transport von Aussteller-Equipment in die Messehalle.

143 Aussteller vor Ort

Auf die Resonanz der Branche hatte der Ortswechsel offenbar nur begrenzten Einfluss. Mit 143 Ausstellern, die einen Großteil des Produktspektrums der Branche reprä-

sentierten, erreichte die Veranstaltung einen ähnlichen Umfang wie in den Vorjahren. Neben Anbietern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz waren auch weitere europäische Hersteller und Lieferanten vertreten. Für sie bietet die GWW-Trend insbesondere die Möglichkeit, Kontakte zum deutschen Werbeartikelhandel zu intensivieren und neue Produkte bei wichtigen Vertriebspartnern zu platzieren.

Geprägt von guten Gesprächen

Der Messebetrieb vermittelte den Eindruck einer guten Frequenz, wenngleich die Besucherzahlen mit 433 leicht hinter den Wert von 2025 gesunken sind. Werbeartikelberater und Händler aus unterschiedlichen Regionen und Unternehmensgrößen nutzten die Veranstaltung traditionsgemäß für Gespräche mit bestehenden Lieferantenpartnern und zur Anbahnung neuer Projekte. Dabei zeigte sich die Stimmung trotz der weiterhin angespannten



Auch diesmal war die Trend geprägt von guten, intensiven Gesprächen zwischen Ausstellern und Besuchern.



Neue KI-gestützte Tools (wie hier bei FARE) machen es den Händlern noch leichter, die passenden Produkte für ihre Kunden zu generieren.



Marktlage sachlich und gelöst. Man kennt und respektiert sich gegenseitig und pflegt ein traditionell überwiegend herzliches Miteinander.

Fester Termin vor dem Jahresendgeschäft

Mit der Entscheidung, 2027 keine Frühjahrs-Trend auszurichten, gewinnt die Herbstveranstaltung als zentrale Kontaktplattform im Vorfeld des Jahresendgeschäfts zusätzlich an Gewicht. Das seit rund vier Jahrzehnten etablierte geschlossene Messeformat bringt Hersteller und Lieferanten auf der einen sowie Händler, Berater und Agenturen auf der anderen Seite zusammen. Das 40-jährige Bestehen der Trend wurde am Vorabend der diesjährigen Veranstaltung im Kreis der GWW-Mitglieder denn auch ausgiebig im stilvollen Basement der Xpost gefeiert. Wo die nächste Herbst-Trend stattfinden wird, war zunächst noch nicht geklärt. Aufgrund eines Besitzerwechsels der Xpost ist man beim GWW noch auf der Suche nach einem neuen Standort.



Ausgelassene Stimmung herrschte am Vorabend zur GWW-Mitglieder-Feier der 40. Trend. Bild: GWW



Stefan Fleischmann (Sanders Imagetools) demonstriert die Funktionsweise der firmeneigenen Augenpads.

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.





PSI 46311 • TROIKA Germany GmbH
Tel +49266295110 • d.geimer@troika.de
www.troika.de/business

Energie für unterwegs

Der TROIKA Autoladestecker Road Charge 48 mit Power Delivery sorgt zuverlässig für Energie unterwegs – für Smartphones, Tablets und kompatible Notebooks. Mit bis zu 30 W Ladeleistung ist er perfekt für schnelle Ladevorgänge während der Fahrt. Dank integriertem Sicherheitsdrehverschluss lässt sich der Stecker schnell entnehmen oder einsetzen. Der USB-C-Anschluss ist universell einsetzbar und mit 12-24 V Bordspannung kompatibel und damit ideal für Auto, Transporter oder LKW. Da er zudem über einen integrierten Gurtschneider und Glasbrecher aus robustem Wolframstahl ist er auch im Notfall ein nützlicher Helfer.

Knöllchen vermeiden

Die Parkscheibe von Hepla ist aus besonders temperaturbeständigem Kunststoff gefertigt und ist mit einer 24-Stunden-Anzeige ausgestattet. Zudem kann sie als Eiskratzer, Eisbrecher und Wasserabstreifer benutzt werden. Auf Wunsch können zudem zwei blaue Einkaufswagenchips integriert werden. Der Werbeträger ist mit weißer und blauer Rückwand lieferbar und kann in der hauseigenen Druckerei in Siebdruck oder wirkungsvollem Digitaldruck veredelt werden.



PSI 41583 • HEPLA GmbH
Tel +4956819966 • info@hepla.de
www.hepla.de



PSI 45720 • Carvame original car perfumes
Tel +48 68 4772232 • invame@invame.eu
<https://carvame.com>

Dufte Werbemittel

Carvame hat speziell für die Automobilwelt einen hochwertigen Duft entwickelt, der elegante Ästhetik, individuelles Branding und alltägliche Funktionalität vereint. Im Auto platziert sorgt er dafür, dass die Marke bei jeder Fahrt sichtbar und präsent bleibt und ist somit ein unvergessliches Werbegeschenk für Automarken, Autohäuser, Werkstätten und Geschäftspartner. Der Duft ist ein Werbemittel, das mehr leistet, als nur ein Logo zu tragen, sondern schafft ein Erlebnis, das auch andere Sinne anspricht.

PSI 46596 • POLYCLEAN International GmbH
 Tel +49256186558300
 psi@polyclean.com
 www.polyclean.com

Immer klare Sicht

Klare Sicht, saubere Displays und Ihre Marke immer im Blick: Der CarKoser 2in1 Scheibenschwamm und DisplayCleaner von POLYCLEAN ist der ideale Werbeartikel für die Herbst- und Wintermonate. Gerade wenn feuchte Witterung und kühle Temperaturen für beschlagene Scheiben sorgen, zeigt er seinen praktischen Mehrwert. Im Handumdrehen sorgt der CarKoser für freie Sicht und entfernt zugleich Fingerabdrücke und Verschmutzungen von Navi, Touchscreen & Co. Individuell bedruckt wird aus dem cleveren Alltagshelfer ein Werbeträger, der nicht in der Schublade verschwindet, sondern regelmäßig zum Einsatz kommt. Damit eignet sich der CarKoser® besonders gut als saisonales Giveaway rund ums Auto – zum Beispiel bei Reifenwechsel-Aktionen, Fahrzeugübergaben, Werkstattterminen, Herbst- und Winterkampagnen oder als praktische Zugabe für Kunden. So verbindet er konkreten Nutzen im richtigen Moment mit einer Markenbotschaft, die dauerhaft sichtbar bleibt. Der CarKoser 2 in 1 ist made in Germany und wahlweise aus Microfaser oder rPET-Microfaser erhältlich.



Trocken und sichtbar

Der hochwertige und stabile Taschenschirm FARE 4Kids ist klein, bunt und hat die perfekte Größe für die Schultasche. Für einen einfachen und sicheren Gebrauch sorgt der federlose Sicherheitsschieber. Selbst die Spitzen sind zum Schutz vor Verletzungen abgerundet und vergrößert. Als Aufmerksamkeit zur Einschulung ist dieser Taschenschirm die ideale Wahl: Kinder kommen damit trocken und sicher zur Schule und auf den Segmenten gut sichtbar aufgebrachte Veredelungen werden vielfach wahrgenommen. Für eine dezentere Veredelung bietet sich ein Domingsticker im Griff an. Neben dem farbenfrohen Regenbogen-Design ist der Schirm auch in den vier Unifarben Pink, Rot, Euroblau und Hellgrün erhältlich – ansprechend für Kinder und gut sichtbar in der Dämmerung. Der Taschenschirm überzeugt außerdem durch ein hochwertiges Windproof-PLUS-System, das auch stärkeren Windböen standhält. Schlägt der Schirm einmal um, kann er unbeschadet und einfach wieder in die richtige Position gebracht werden. Der handsympathische Soft-Feel-Griff liegt gut in der Hand.



PSI 43144 • FARE Guenther Fassbender GmbH
 Tel +492191609150 • info@fare.de
 www.fare.de



PSI 40604 • Ackermann Kunstverlag GmbH
Tel +49894512549273
b2b@ackermann-kalender.de
www.ackermann-kalender.de



Die Schönheit der Welt entdecken

Mit dem Kalender „Wonderful World“ zeigt der Ackermann Kunstverlag die Erde in ihrer ganzen Vielfalt: majestätische Berge, beeindruckende Klippen, gewaltige Canyons und mystische Wälder. Die Fotografien feiern die Schönheit der Welt, wie sie nur die Natur erschaffen kann. Eine visuelle Reise rund um den Globus, die das Fernweh weckt und staunen lässt. Die prägnante Typografie mit ausdrucksstark platzierter Ortsangabe lässt jedes Kalenderblatt wie ein modernes Poster wirken - womöglich die schönste Bucket-List für die Wand. Farbenprächtig, atmosphärisch und voller Anmut: ein Must-have für Weltenbummler und Naturliebhaber. Der Kalender wird ausschließlich aus Papier hergestellt, das aus FSC-zertifizierten und anderen kontrollierten Materialien besteht. Werbeeindrücke sind bereits ab 50 Stück möglich.

Farbenfrohe Botschafter

Die farbenfrohen Badeenten von Römer Wellness greifen die Welt des Verkehrs mit einem Augenzwinkern auf und machen Werbebotschaften zu sympathischen Hinguckern. Radfahrer, Kapitän, Zugführer oder Rennfahrer: Mit zahlreichen passenden Modellen lassen sich unterschiedliche Berufe und Facetten der Mobilität aufmerksamkeitsstark darstellen. Die kleinen Charaktere bringen Bewegung in jede Werbekampagne und machen selbst ernste Themen wie Rücksichtnahme und Sicherheit im Straßenverkehr sympathisch zugänglich. Mit einem individuellen Werbeaufdruck werden die Enten bereits ab 50 Stück zu unverwechselbaren Markenbotschaftern. Ab 2.000 Stück können eigene Sonderformen passend zum Unternehmen Fahrzeug oder Kampagnenmotiv entwickelt werden. Ob als sympathisches Give-away, aufmerksamkeitsstarker Messeartikel oder Begleiter einer Sicherheitsaktion: Das fröhliche Quackscheentchen kommt bei Jung und Alt gut an.



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

Das Kfz Cockpit-Reinigungsspray von Sander Imagetools entfernt Verschmutzungen materialschonend. Es ist bestens geeignet für die schnelle und unkomplizierte Reinigung des gesamten Kfz-Cockpits, insbesondere von Displays und Lenkrad sowie allen anderen Oberflächen. Anwendung ohne Wasser: Aufsprühen, kurz einwirken lassen und mit einem Tuch abwischen. Der Reiniger hinterlässt einen angenehmen, frischen Zitronenduft und einen matten Glanz. Das Spray ist mit kurzer Lieferzeit schon ab 100 Stück (20 ml) oder ab 250 Stück (50-ml-Spray mit oder ohne „Bumper“) erhältlich – natürlich immer mit individuellem Werbeaufdruck.



Klam unterstützt Werbemittelhändler bei der Entwicklung und Umsetzung individueller Sicherheitsausrüstung für den Straßenverkehr. Dazu gehören beispielsweise personalisierte Warnwesten, Fahrradrucksäcke, reflektierende Patches oder Erste-Hilfe-Taschen. Damit die Produkte zum jeweiligen Unternehmen und Einsatzzweck passen, ist die entsprechende Veredelung entscheidend. Diese kann je nach Material durch Bestickung, Näharbeiten oder Druck umgesetzt werden. Darüber hinaus ermöglichen Sonderanfertigungen individuelle Formen, Größen, Farben und Produktlösungen.

PSI 49110 • Klam Stickerei
Tel +497129928690 • mail@klam.de
www.stickerei-klam.com

„Mein Verkehrsegeleht wird kunterbunt“ von Heri-Rigoni macht Kinder im Alter von vier bis acht Jahren auf spielerische Weise mit den Themen Kleidung, Verhalten und weiteren Themen im Straßenverkehr vertraut. Wissenswertes zu diesen Themen wird mit kurzen, kindgerechten Texten vermittelt. Kleine Mitmachaufgaben wie das Ordnen von Verkehrsschildern machen aus dem Malbuch ein abwechslungsreiches Erlebnis. Das Verkehrsmalbuch ist einzeln oder als Mal-Set mit einer 6er-Buntstiftbox und einer bedruckten Mappe erhältlich. Die Standardausführung ist ab Lager ab 100 Stück verfügbar und kann mit einem zusätzlichen Logoeindruck versehen werden. Ab einer Bestellung von 500 Stück sind die Außenseiten individuell gestaltbar.

PSI 41016 • Heri-Rigoni GmbH
Tel +49772593930 • armin.rigoni@heri.de
www.emotion-factory.com



PSI 4566 • Halfar System GmbH
Tel +49521982440 • info@halfar.com
www.halfar.com



Sicher, trocken und sichtbar

Die Regenhülle REFLEX von Halfar ist der clevere Begleiter für alle, die ihren Rucksack bei schlechtem Wetter schützen möchten. Die wasser- und schmutzabweisende Regenhülle mit reflektierendem Aufdruck sorgt für erhöhte Aufmerksamkeit, macht Marken sichtbar und hält Lieblingsrucksäcke länger schön. Dank individuell einstellbarem Kordelzug, Quer- und Längsfixierung sitzt die Hülle sicher und passt auf gängige Rucksäcke bis 26 Liter Packvolumen. Sie ist leicht, faltbar und passt in jede Jackentasche oder das Seitenfach des Rucksacks. Im Nu ist sie bei Regen einsatzbereit: sekundenschnell über den Rucksack gezogen, festgezurt und zusätzlich mit einem Klettverschluss gesichert. Das leuchtende Neongelb und die vertikalen Reflexstreifen setzen die individuelle Kunden-Botschaft sichtbar in Szene. Flach zusammengelegt lässt die Hülle sich perfekt überreichen. Ein funktionaler Werbeträger mit Mehrwert – ideal für Job, Freizeit und Kampagnen.



Brand.it

Protect the ones
you love 



WENN JEDE SEKUNDE ZÄHLT.

**Heartbeat Revivel –
das Werbegeschenk, das im Notfall
mit Ihnen spricht.**

Klare Audio-Anweisungen führen Schritt für Schritt
durch die Reanimation – sofort einsatzbereit,
ohne App, Internet oder Vorkenntnisse.

Mit Kundenlogo wird daraus ein
Markenbotschafter mit echtem Mehrwert!

Jetzt online entdecken.



brandit-protection.com

PSI Nr. 40940
 IGRO Import- und Großhandels GmbH
 Tel +49 643291420 • sales@igro.com
 www.igro.com



Stylisch und sicher

Die neuen reflektierenden Turnbeutel von IGRO verbinden Funktionalität mit hoher Sichtbarkeit: Bei Tag sind sie ein stylisches Accessoire, bei Dunkelheit sind sie durch ihre reflektierende Oberfläche, die bei Anstrahlung durch Scheinwerfer hell aufleuchtet, ideal für Radfahrer und Fußgänger. Die hochwertigen Gymbags sind ab 1.000 Stück in individuellen Größen erhältlich und lassen sich ganz nach Wunsch mit Kundenlogo bedrucken.



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

Kreativer Origamispieß

Mit den einfachen Schritt-für-Schritt-Anleitungen des EMF-Verlags ist Origamifalten bereits für Kinder ab fünf Jahren umsetzbar. So entstehen im Handumdrehen viele großartige Projekte zum Freuen, Bestaunen und Verschenken. Der Block im kindgerechten Format ist mit bunten Papieren ausgestattet. Umfang, Design und Ausstattung des Blocks können an individuelle Vorstellungen angepasst werden. Zudem kann auf Wunsch auf dem Cover das Logo des Unternehmens und/oder des Produkts platziert werden.

Grüner Verkehr

Drei handgefertigte Saatkugeln aus Bio-Erde, Ton und hochwertigem Saatgut werden im wiederverwendbaren Stoffbeutel zum aufmerksamkeitsstarken Werbemittel für Kampagnen rund um Verkehr, Mobilität und Sicherheit. Der Beutel wird aus 100 Prozent recycelten Materialien gefertigt, ist plastikfrei und dauerhaft wiederverwendbar. Auf dem beidseitig bedruckbaren Hangtag im Format 45 × 75 mm können individuelle Werbebotschaften, Sicherheitshinweise oder Tipps für den Straßenverkehr platziert werden. Zur Auswahl stehen Wildblumen oder Kräuter; Sondersorten für spezifische Kampagnen sind auf Anfrage erhältlich. Die Saatkugeln mit einem Durchmesser von ca. 30 mm können auf dem Balkon, im privaten Garten oder in Blumentöpfen angewendet werden: feucht halten, wachsen lassen und erfreuen. Die Konfektionierung erfolgt in Deutschland in Handarbeit in Zusammenarbeit mit geschützten Werkstätten. Ab 200 Stück kann der Hangtag im eigenen Design gestaltet werden.

PSI 49090 • TDJ Stadtgärtner GmbH
 Tel +4959218183497
 werbemittel@diestadtgaertner.de
 www.diestadtgaertner.de





PSI 48849 • Der Zuckerbäcker GmbH
Tel: +4971318996146
werbeartikel@der-zuckerbaecker.de
www.suesses-schenken.de

Werbung, die rund läuft

Ob auf vier oder zwei Rädern – mit den richtigen Werbeideen nimmt jede Marke Fahrt auf. Der Zuckerbäcker bringt süßen Schwung in die Welt von Auto, Fahrrad und Mobilität: Die Naschdose mit Cola-Schlüsseln liefert den Schlüssel zu einer aufmerksamkeitsstarken Werbebotschaft, der Naschbeutel „Einfach durchstarten“ sorgt für einen gelungenen Start und der Flachbeutel mit Apfelringen zeigt, wie lecker es sein kann, wenn alles rund läuft. Individuell gebrandet werden die drei süßen Begleiter zu originellen Give-aways für Autohäuser, Fahrradbranche, Mobilitätsanbieter, Verkehr und Events. Ob Fahrzeugübergabe, Messe oder Kundenaktion: einsteigen, losnaschen und die eigene Marke auf die Überholspur bringen.

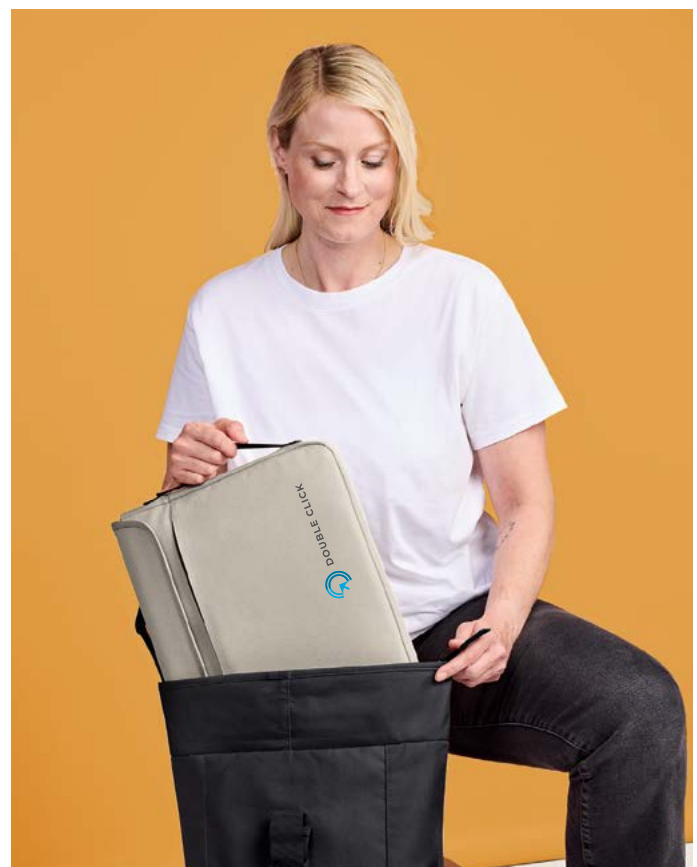


EINFACH DURCHDACHT.

Klares Design, viele Funktionen.



LAPTOP-MAPPE
SHIFT
1818067



–Anzeige–


HALFAR
STARKE TASCHEN



PSI 47879 • TEKO TRYCK AB
Tel +4645613253 • info@tekotryck.se
tekotryck.se

Immer ein trockener Sattel

Das Schwammtuch von TekoTryck ist ein praktischer Begleiter für alle Fahrradfahrer. Es lässt sich einfach unter dem Fahrradsattel verstauen und kann verwendet werden, um Regenwasser vor dem Hinsetzen abzuwischen. Das aus 70 Prozent Zellulose und 30 Prozent Baumwolle bestehende Tuch ist wiederverwendbar, waschbar und kann bis zum 15-Fachen seines Eigengewichts aufnehmen. Es ist in 14 auf Lager liegenden Standardfarben verfügbar und ist sowohl in Siebdruck als auch in Digitaldruck erhältlich. Durch die individuelle Bedruckung mit Design, Logo oder Kampagnenbotschaft ist es ideal für Fahrradkampagnen, Events, Universitäten, Unternehmen und als Werbegeschenk geeignet.

Mitfahrende Werbeflächen

Die Fahrrad-Anhängerkarten von marcolor sind eine auffällige Möglichkeit, Werbung oder Informationen direkt am Fahrrad zu platzieren. Gefertigt aus 0,5 mm starkem, recycelbarem Polypropylen sind sie wasser- und wetterfest und damit ideal für den Einsatz im Außenbereich. Die Bedruckung erfolgt im hochwertigen UV-Digitaldruck und kann beidseitig individuell nach Kundenwunsch gestaltet werden. Neben Standardformen sind auch kundeneigene Wunschformen realisierbar. Ob für Aktionen, Veranstaltungen, lokale Werbung oder Informationskampagnen – BikeCards verbinden individuelle Gestaltung mit einem robusten und vielseitig einsetzbaren Werbeträger.



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

Kompakter Pannenhelfer

Wenn unterwegs eine Schraube locker sitzt oder die Kette Hilfe braucht, ist BIKETOOL 32+ von RICHARTZ zur Stelle. Das mit dem Red Dot Award: Product Design 2025 ausgezeichnete Multitool vereint 32 Funktionen auf kleinstem Raum. Kettennieter, zwei Reifenheber sowie Speichen-, Inbus-, Sechskant- und Torxschlüssel unterstützen bei Reparaturen und Einstellungen am Fahrrad. Die durchdachte Mechanik und die präzise Verarbeitung des rostfreien Edelstahls erleichtern die Handhabung. Kapselheber und Schraubendreher machen das Tool auch im Alltag nützlich und bieten einen echten Mehrwert. Mit individueller Lasergravur und gestaltbarer Verpackung wird daraus ein hochwertiger Werbegeschenk für aktive Zielgruppen.



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



PSI 44546 • Athesia Kalenderverlag GmbH
Tel +4989693378258
katharina.ader@athesia-verlag.de
www.athesia-werbekalender.de

365 Tage Fahrradkunst

Der „I want to ride my bicycle-Kalender von ATHESIA zeigt jeden Tag dekorative Bilder jeglicher Art von Fahrrädern wie Rennrad, Mountainbike, Trekkingrad sowie Citybike. Der moderne Kunst-Kalender lässt damit die Herzen aller höher schlagen, die gerne auf zwei Rädern unterwegs sind. Für den Kalender im Poster-Format 34 × 44 cm ist die Werbeanbringung bereits ab 50 Stück möglich. Auch passende Einzelversandverpackungen sind erhältlich.

Nachhaltigkeit für die Hosentasche

Die neue Kollektion von Rowe Schlüsselanhängern besteht aus „Bonded Leather“, einem Material, das aus der Rückgewinnung von Lederfasern hergestellt wird, die während des Herstellungsprozesses anfallen. Die Fasern werden in einem speziellen Aufbereitungsprozess ausgewählt, verarbeitet und zu einem neuen Material kombiniert, das sowohl das Aussehen als auch die Haptik von Leder bewahrt. Bei den Schlüsselanhängern handelt es sich somit um eine verantwortungsbewusste Lösung, die bestehenden Rohstoffen neuen Wert verleiht, Abfall reduziert und die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft widerspiegelt.



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



PSI 46311 • TROIKA Germany GmbH
Tel +49266295110 • d.geimer@troika.de
www.troika.de/business

Mehr Ordnung im Auto

Der Black Car Organizer von Troika bringt mehr Ordnung ins Fahrzeug und hält alles griffbereit, was unterwegs gebraucht wird. Zehn durchdachte Fächer, Schlaufen und Taschen bieten Platz für Elektronik, Snacks, Trinkflasche, Regenschirm und vieles mehr und macht diese direkt griffbereit. Das robuste, wasserabweisende Tarpaulin ist leicht zu reinigen und schützt gleichzeitig die Rückenlehne vor Schmutz und Schuhabdrücken. Der 41 × 60 cm große Autorücksitz-Organizer ist dank zwei verstellbarer Gurte mit nur wenigen Handgriffen zu befestigen und machen jede Fahrt ein Stück entspannter.

Helfer am Schlüsselbund

RICHARTZ KEY TOOL® bike – Rad- und Alltagshelfer für den Schlüsselbund. Ob auf dem Arbeitsweg oder auf Tour: KEY TOOL bike von RICHARTZ bringt 18 Funktionen direkt an den Schlüsselbund. Das kompakte Multitool aus matt gestrahltem Edelstahl unterstützt mit Speichen-, Ventil- und Inbusschlüssel bei kleinen Handgriffen am Fahrrad. Einkaufswagenlöser, Kapselheber und sechs Sechskantschlüssel ergänzen den Alltagsnutzen und bieten einen echten Mehrwert. Das mit dem Red Dot Award: Product Design 2026 ausgezeichnete Tool überzeugt durch klare Gestaltung und beste Nutzbarkeit in jeder Situation. Eine individuelle Lasergravur und individuell bedruckbare Verpackung machen es zum passenden Werbeartikel für Fahrradaktionen, Mobilitätskampagnen, aktive Teams und jeden, der gerne gut vorbereitet ist.



reddot winner 2026

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

Sichtbarkeit schafft Sicherheit

Die reflektierenden Produkte von reflAktive leisten einen einfachen und wirkungsvollen Beitrag zu mehr Sicherheit im Straßenverkehr. So sorgen sie dafür, dass Radfahrer und Fußgänger bei schlechten Sichtverhältnissen und in der Dunkelheit besser wahrgenommen werden. Gleichzeitig eignen sie sich als kostengünstige und aufmerksamkeitsstarke Werbeträger. Die individuell veredelten Reflektoren vermitteln eine wichtige Botschaft und machen Marken sichtbar. Sie können sowohl für Kampagnen als auch für Veranstaltungen oder einfach als praktische Werbegeschenke verwendet werden.



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



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

Stickerfreude mit Fahrzeugen

Mit den bunten Aufklebern des EMF-Verlags lassen sich vielfältige Hintergründe zum Leben erwecken und neue Welten entstehen. Durch die 250 großflächigen Sticker entstehen lustige Geschichten rund um die Fahrzeuge in der Stadt und auf dem Land. Sie sind für Kinder ab drei Jahren geeignet, die damit selbständig stickern und neue Wörter lernen können. Sowohl die Seitenzahl als auch das Format, der Inhalt und die Gestaltung können individuell angepasst werden. Zudem kann das Logo auf dem Cover platziert werden und das Corporate Design wird berücksichtigt. Der EMF-Verlag erstellt individuelle Bücher mit All-inclusive-Garantie vom Konzept bis zur Auslieferung.



Für den Notfall gerüstet

Die Notfall-Karte-to-Go vereint wichtige Funktionen in einem handlichen Format, das problemlos im Fahrzeug, Portemonnaie oder Reisegepäck aufbewahrt werden kann. Der integrierte Gurtschneider ermöglicht im Notfall das Durchtrennen eines Sicherheitsgurtes. Zusätzlich ist eine Scheiben-Crush-Karte enthalten, mit der eine Fahrzeugscheibe im Notfall gezielt beschädigt werden kann. Die kompakte Bauform macht die Notfall-Karte-to-Go zu einem praktischen Begleiter für Auto, Reise und Alltag. Auf der Karte können zudem wichtige Notfallkontakte und persönliche Informationen hinterlegt werden. Als individuell gestaltbarer Werbeartikel bietet sie Unternehmen eine außergewöhnliche Möglichkeit, ihre Marke mit einem praktischen und sicherheitsorientierten Produkt zu verbinden.



PSI 18124 • EDV-Werbeartikel.de GmbH
Tel +49 7248 9489800
info@edv-werbeartikel.de
www.edv-werbeartikel.de

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



Kleine Tools für große Mobilität

Die multifunktionalen Schlüsselanhänger ROMINOX® Key Tools von Römer Lifestyle greifen das Thema Mobilität und Sicherheit auf und verbinden praktischen Nutzen mit passendem Branchenbezug. Vom Fahrrad über den Pkw und Bus bis zum Flugzeug stehen zahlreiche Modelle für unterschiedliche Bereiche der Verkehrswelt zur Auswahl. Je nach Ausführung verfügen die kompakten Begleiter über praktische Funktionen wie Schraubendreher, Einkaufswagenlöser, Flaschenöffner oder Reifenprofilmesser. Aus gehärtetem Werkzeugstahl gefertigt, wird aus einem originellen Schlüsselanhänger ein nützlicher und langlebiger Alltagshelfer. Damit eignen sich die kompakten Multitools ideal als Werbeartikel für Automobilunternehmen, Fahrradhandel, Logistik, Verkehrsbetriebe, Versicherungen oder Aktionen rund um Verkehrssicherheit und Mobilität. Direkt am Schlüsselbund bleibt die Werbebotschaft dauerhaft präsent. Bereits ab 100 Stück können die Key Tools mit einer individuellen Gravur und auf Wunsch mit einem kundenspezifisch gestalteten Mäppchen versehen werden. Auch kurzfristige Expressproduktionen innerhalb weniger Werkzeuge sind möglich.

Unübersehbar

Einfach in der Anwendung und genial in der Wirkung – mit den Safety Lights „Reflector“ von Lumitoys wird man auf keinen Fall übersehen! Einfach per Magnetverschluss an Kleidung, Cap, (Schul-)Tasche, Rucksack oder wo immer gewünscht befestigen, und die kleinen Helfer mit dem großen Sicherheitsplus lassen niemanden mehr im Dunkeln stehen. Zusätzlich zur Reflektoroberfläche lassen sich die integrierten LEDs durch einfachen Knopfdruck aktivieren. Hier stehen verschiedene Blinkmodi zur Verfügung. Die Safety Lights sind in verschiedenen Farben erhältlich und natürlich ist auch die Anbringung einer Individualisierung möglich. Die Batterien sind selbstverständlich austauschbar.



PSI 41853 • Frank Bürsten GmbH
Tel +497673888650
info@frank-brushes.de
www.frank-brushes.com



Saubere Sache

Die Helmbürste Bau-Profi von Frank Bürsten verbindet eine farbenfrohe Optik mit praktischem Nutzen. In Form eines Bau- und Sicherheitshelms bringt sie das Thema Sicherheit sympathisch und aufmerksamkeitsstark in den Alltag. Die integrierte Kleiderbürste mit strapazierfähigen synthetischen Borsten entfernt schnell und zuverlässig Staub und Fusseln von der Kleidung. Mit ihren kompakten Maßen von 11,5 × 8,5 × 8,0 cm ist die handliche Helmbürste in den Farben Weiß, Schwarz, Gelb, Orange, Rot und Blau erhältlich. Ein passender Präsentkarton sowie die individuelle Veredelung der Helmbürste mit einem Logo oder einer persönlichen Werbebotschaft runden den professionellen Werbeauftritt ab. So wird die originelle Helmbürste zum nützlichen und einprägsamen Werbeartikel für Unternehmen aus den Bereichen Verkehr und Sicherheit.

Werbung radelt mit

Der SuboBike Seat verleiht der täglichen Fahrradausrüstung eine persönliche Note. Diese maßgeschneiderte Fahrradsatteltasche ist aus strapazierfähigem 600D-RPET-Polyester gefertigt und bietet unter dem Sattel einen kompakten Stauraum für kleinere, wichtige Utensilien. Dank ihres leichten Designs eignet sie sich hervorragend für den täglichen Weg zur Arbeit, Freizeitausflüge und Radsportveranstaltungen. Die gesamte Oberfläche lässt sich mittels Sublimationsdruck individuell gestalten, sodass detaillierte Grafiken, farbenfrohe Muster oder Kampagnenmotive die Tasche zieren können. Ein markantes RPET-Etikett rundet das Design ab und hebt das bei der Herstellung verwendete recycelte Material hervor. Mit ihrer starken visuellen Wirkung und ihrem praktischen Format eignet sich die SuboBike Seat ideal für Radsportveranstaltungen, Outdoor-Kampagnen, Sportmarken und Werbeprogramme.



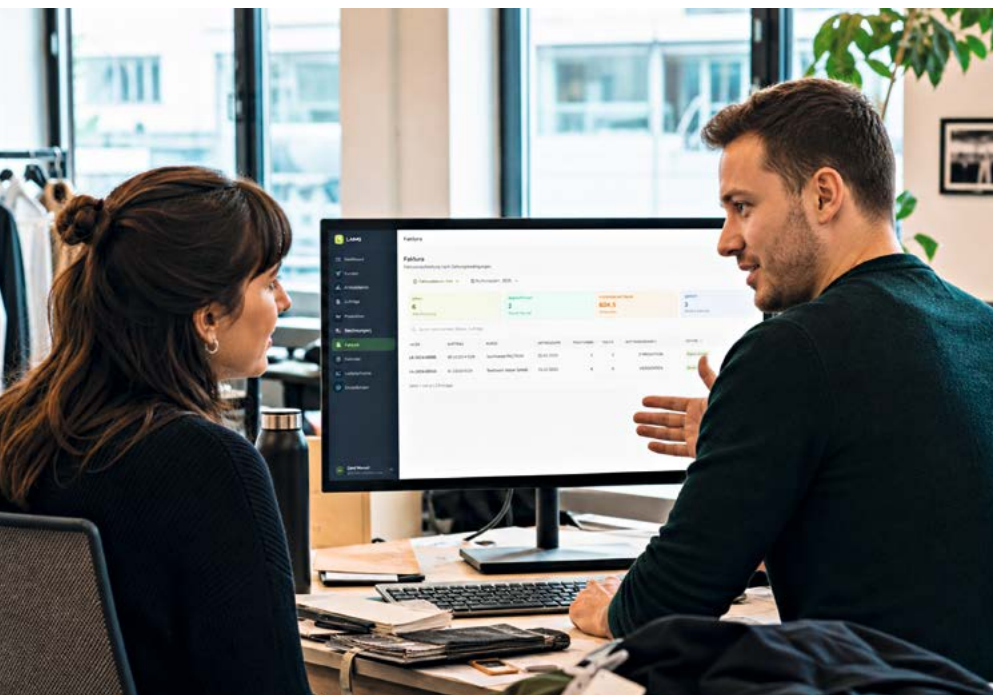
PSI 45753 • ANDA Present Ltd.
Tel +36 1 210 0758
export@andapresent.com
www.andapresent.com



Mit LAIMS hat die TOPO GmbH aus Tirol ein ERP-System entwickelt, das einen differenzierten Ansatz in der Steuerung von Textilveredelungsbetrieben verfolgt. Im Fokus steht nicht die reine Digitalisierung bestehender Abläufe, sondern deren gezielte strukturelle Neuordnung.

ERP-System für branchenspezifische Anforderungen

Neuer Standard in der Textilveredelung



Mit LAIMS positioniert sich die TOPO GmbH als spezialisierter Anbieter innerhalb eines Marktes, der bislang stark durch individuelle Lösungen und gewachsene Strukturen geprägt ist.

Die Textilveredelung ist durch eine hohe operative Komplexität gekennzeichnet. Variantenreiche Produkte, unterschiedliche Veredelungsverfahren sowie parallele Prozessschritte führen in der Praxis häufig zu fragmentierten Systemlandschaften. Informationen werden mehrfach gepflegt, Prozesse verlaufen nicht durchgängig und Transparenz geht verloren. Mateo Leitner und sein Team von TOPO wollen mit LAIMS genau an dieser Stelle ansetzen. Dabei verfolgen sie einen integrativen Systemansatz. Ziel ist es, eine konsistente Datenbasis über alle Unternehmensbereiche hinweg zu schaffen

und darauf aufbauend Prozesse strukturiert zu steuern. Vertrieb, Produktion, Logistik und Faktura werden nicht isoliert betrachtet, sondern als miteinander verknüpfte Domänen modelliert.

Fehlerquellen reduzieren, Entscheidungsgrundlagen verbessern

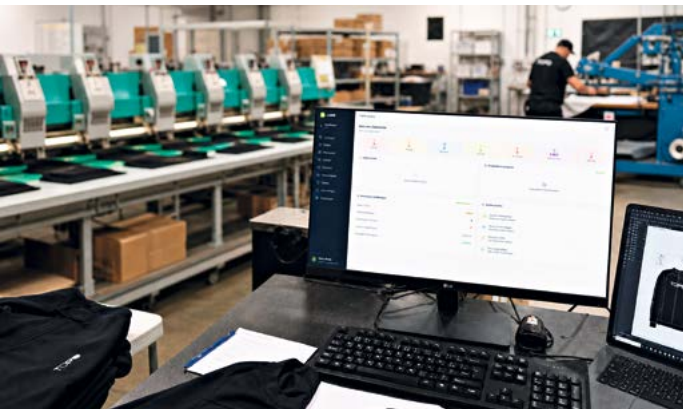
Ein zentrales Prinzip besteht darin, Daten entlang des gesamten Wertschöpfungsprozesses fortzuführen, anstatt sie in einzelnen Systemen mehrfach abzulegen. Dadurch lassen sich Fehlerquellen reduzieren und Entscheidungsgrundlagen verbessern. Gleichzeitig wird die operative Steuerung vereinfacht, da relevante Informationen kontextbezogen verfügbar sind.

Besonderes Augenmerk liegt auf der Abbildung branchenspezifischer Anforderungen. Dazu zählen unter anderem komplexe Variantenlogiken, die Integration unterschiedlicher Veredelungstechniken sowie die Abstimmung von Materialverfügbarkeit und Produktionsplanung. LAIMS wurde gezielt für diese Anforderungen konzipiert und orientiert sich nicht an generischen ERP-Strukturen.

„Wir haben kein System gebaut – wir haben ein Problem gelöst“

Für Mateo Leitner, Geschäftsführer der TOPO GmbH, war die Ausgangssituation für die Entwicklung von LAIMS klar: „Trotz intensiver Suche über viele Jahre hinweg gab es kein System, das die Anforderungen der Textilverede-

Bilder: TOPO GmbH



„LAIMS ist nicht am Reißbrett entstanden, sondern aus konkreten Problemstellungen im laufenden Betrieb.“

lung wirklich abbilden konnte. Entweder waren Lösungen zu generisch oder sie haben bestehende Komplexität lediglich digital verwaltet, ohne sie zu strukturieren. Nach über zehn Jahren Erfahrung in der Branche war für mich klar, dass ein anderer Ansatz notwendig ist.“ Den zentralen Unterschied im Vergleich zu bestehenden Prozessen sieht Mateo Leitner im Verständnis von Prozessen. „Viele Systeme beginnen bei der Oberfläche oder bei einzelnen Funktionen. Wir haben bewusst auf einer fachlichen Ebene angesetzt und die Abläufe zuerst sauber modelliert. Daraus ist eine Systemlogik entstanden, die Prozesse nicht nur abbildet, sondern aktiv strukturiert und miteinander verknüpft“, erklärt Mateo Leitner. Leitners Einschätzung zufolge entstehen in vielen Betrieben Insel-Lösungen. So werden Angebote etwa getrennt von der Produktion gedacht, Materialplanung läuft parallel, und am Ende fehlt die Durchgängigkeit. „LAIMS schafft hier eine einheitliche Datenbasis. Informationen werden ein-



Mateo Leitner:

„Nach über zehn Jahren Erfahrung in der Branche war für mich klar, dass ein anderer Ansatz notwendig ist.“

mal erfasst und durchlaufen das gesamte System. Dadurch entsteht Klarheit – sowohl operativ als auch in der Steuerung“, so Leitner, der hinzufügt: „Wir haben kein System gebaut – wir haben ein Problem gelöst.“ Die Branchenerfahrung des Teams von TOPO spielte bei der Entwicklung der Lösung eine große Rolle. Leitner: „Viele Anforderungen lassen sich nicht aus theoretischer Sicht ableiten, sondern ergeben sich aus der täglichen Praxis. Genau diese Perspektive war entscheidend. LAIMS ist nicht am Reißbrett entstanden, sondern aus konkreten Problemstellungen im laufenden Betrieb.“

Partnerschaft für eine erweiterte Perspektive

Gemeinsam mit Alexander Krassler von L-Shop Austria konnte TOPO partnerschaftlich viele Themen aus einer erweiterten Perspektive betrachten und weiterentwickeln. „Der kontinuierliche Austausch und die Unterstützung über den gesamten Projektverlauf hinweg haben maßgeblich dazu beigetragen, dass wir heute an dem Punkt stehen, an dem wir stehen: kurz vor dem großen Launch von LAIMS“, erklärt Mateo Leitner.

Die Systemarchitektur von LAIMS folgt dem Ansatz, bestehende Komplexität nicht zu verwalten, sondern aktiv zu reduzieren. Prozesse werden klar strukturiert, Abhängigkeiten transparent gemacht und operative Abläufe nachvollziehbar gestaltet. Dies ermöglicht eine präzisere Planung sowie eine bessere Steuerbarkeit im Tagesgeschäft.

Mit LAIMS positioniert sich die TOPO GmbH als spezialisierter Anbieter innerhalb eines Marktes, der bislang stark durch individuelle Lösungen und gewachsene Strukturen geprägt ist. Der Fokus liegt dabei auf der Verbindung von praxisnaher Prozesslogik und moderner softwaretechnischer Umsetzung.

<

<https://laims-app.com/>



Tragbare Markenfläche

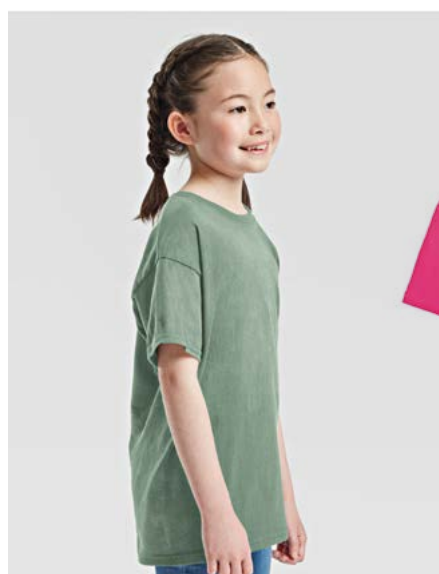
Papiertragetaschen übernehmen längst mehr als eine reine Verpackungsfunktion und werden zunehmend als sichtbare Markenfläche genutzt. Die Werbetaschen aus Papier der Geiger-Notes AG sind für den Einsatz im Einzelhandel, auf Messen, bei Veranstaltungen oder im täglichen Geschäftsumfeld konzipiert. **Neun Formate** decken unterschiedliche Produktgrößen ab und erleichtern die Anpassung an verschiedene Branchen und Anlässe. Für die Gestaltung steht ein hochwertiger 4C-Druck zur Verfügung, sodass Logos, Kampagnenmotive oder Corporate-Design-Elemente auf der Taschenfläche umgesetzt werden können. Damit verbinden die Werbetaschen Transportfunktion und Markenpräsenz in einem Medium, das nach der Ausgabe weiterhin im öffentlichen Raum sichtbar bleibt. Als Ergänzung zu klassischen Business-Werbemitteln eignen sie sich für Produktübergaben, Messeunterlagen oder Eventmaterialien.

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

Drei neue Farben fürs Kinder-Shirt

Mehr Farbauswahl für veredelbare Kindertextilien bietet das Kids Iconic 195 Ringspun Premium T, das nun auch in Azure Blue, Sage und Fuchsia erhältlich ist. Die FOL International GmbH erweitert damit das Unisex-Shirt auf **zwölf Farbtöne**. Das Modell besteht in den regulären Farben aus 100 Prozent gekämmter, ringgesponnener Baumwolle; die grau melierte Variante kombiniert 97 Prozent Baumwolle mit drei Prozent Polyester. Mit 190/195 g/m² ist der Stoff auf Formstabilität ausgelegt und bis 60 Grad waschbar. Classic Fit, Rundhalsausschnitt, gleichfarbiges Nackenband und Tear-Away-Label unterstützen den Einsatz in Promotion, Schul- und Vereinsausstattung oder individualisierten Kollektionen. Die glatte Oberfläche eignet sich für Sieb-, Digital- und Transferdruck. Größen von 104 bis 164 decken etwa das Alter von drei bis 15 Jahren ab. Das Kids Iconic 195 T ist OEKO-TEX Standard 100 zertifiziert, plastikfrei verpackt und wird laut Hersteller in einer Produktion ohne Deponieabfälle gefertigt.

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





Haptify in neuen Farbkombinationen

Farbe wird beim Haptify zum Gestaltungsmerkmal: Schneider Schreibgeräte ergänzt den Kugelschreiber um die Kombinationen Graugrün/Matcha, Eisblau/Petrol und Rosé/Terrakotta, während Schwarz und Blau im Sortiment bleiben. Technisch setzt das Modell auf einen gummierten **Drei-Flächen-Griff**, der die Finger führt und längere Schreibphasen angenehmer machen soll. Eine auswechselbare Metallmine mit Jumbospitze liefert den Schreibstoff; die verschleißfeste Edelstahlspitze ist auf direktes Anschreiben und kurze Trocknungszeiten auch auf glatten Papieren ausgelegt. In Schwarz und Blau ist die Schrift nach ISO 12757-2 dokumentenecht. Metallakzente und die zweifarbigen neuen Varianten geben dem Haptify eine zeitgemäße Anmutung, ohne seine funktionale Ausrichtung zu verändern. Die Farbpalette bietet Möglichkeiten, Schreibgeräte optisch an Arbeitsumgebungen, Teams oder Corporate-Design-Konzepte anzupassen.

PSI 43416 • Schneider Schreibgeräte GmbH
Tel +49 7729 8880 • promotion@schneiderpen.com
www.schneiderpen-promotion.com



Heißes für die Wintersaison

Winterliche Aromen im Kleinformat bündelt das Teegenuss-Duett von Multiflower. Das Set enthält zwei Gläschen mit je zehn Gramm Tee: einen Schwarztee Advent und einen Früchtetee Gebrannte Mandel. Die erste Mischung kombiniert schwarzen Tee mit Apfel, Zimt, gehackten Mandeln und Bourbon-Vanille-Extrakt, die zweite setzt auf Apfelstücke, Zimt, gehobelte Mandeln und Rote Bete. Damit deckt das Duo **zwei Geschmacksrichtungen** ab und eignet sich als saisonales Präsent für Kundschaft, Mitarbeitende oder Veranstaltungen zum Jahresende. Mit 60 × 40 × 120 Millimetern bleibt die Verpackung kompakt und lässt sich in Geschenksets oder Mailings integrieren. Für den werblichen Einsatz bietet der Einleger ab 100 Stück eine Fläche von 50 × 25 Millimetern im Standardmotiv; alternativ ist ab derselben Menge eine eigene Gestaltung des Einlegers im Format 57 × 157 Millimeter möglich.

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

Funktionales Präsent

Kompakte Werkzeuge bleiben im Geschäftsalltag eine Geschenkidee mit Gebrauchswert. Victorinox positioniert das Taschenmesser SYNERGY X ALOX als Begleiter mit insgesamt zehn Funktionen. Zur Ausstattung gehören eine Präzisionsschere und ein Paketöffner, womit das Modell Aufgaben zwischen Arbeitsplatz, Versand, Reise und Freizeit abdeckt. Die **Kombination mehrerer Werkzeuge** in einem Format reduziert den Bedarf an einzelnen Helfern und eignet sich für Situationen, in denen schnell eine praktische Lösung gefragt ist. Als Weihnachtsgeschenk kann SYNERGY X ALOX an Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden oder Geschäftspartner ausgegeben werden. Für Unternehmen ist zudem eine Personalisierung vorgesehen: Die Klinge lässt sich per Ätzung kennzeichnen. So erhält das funktionale Präsent eine dauerhafte Zuordnung zum Absender, ohne den Nutzwert des Werkzeugs zu verändern. Im Mittelpunkt steht ein Gegenstand, der im Alltag gern eingesetzt wird.

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





Schmückende Markenbotschafter

Schmuck als Werbeträger setzt auf eine andere Form der Markenpräsenz als klassische Give-aways: Er wird getragen, kombiniert und über einen längeren Zeitraum sichtbar genutzt. Unter der Produktgruppe Armbänder und Halsketten mit Anhängern bietet Uschi Wunsch, Import Export – schmückend werben unterschiedliche **Schmuckartikel für Promotions**, Kundenaktionen und Veranstaltungen an. Je nach Ausführung können die Modelle mit oder ohne Firmenlogo eingesetzt werden und lassen sich so an den gewünschten Auftritt anpassen. Das Spektrum richtet sich vor allem an Kampagnen, bei denen ein modisches Accessoire Teil der Markenkommunikation sein soll. Denkbar ist der Einsatz als Zugabe, Eventartikel, Messe-Give-away oder Bestandteil eines thematisch abgestimmten Präsentsets.

PSI 60605 • Uschi Wunsch, Import-Export
Tel +49 67815624071 • top@wuensch-io.com

Keramik für geordnete Vorräte

Ordnung in Küche und Vorratsschrank verbindet die neue Keramik-Vorratsdosenserie von CONTINENTA GmbH mit einer bewusst zurückhaltenden Gestaltung. **Sanft gerundete Ecken** und ein mattseidenes Finish geben den Behältern eine ruhige Optik, während Deckel aus hellem Holz mit Silikonring Lebensmittel luftdicht verschließen und Aromen schützen. Drei Größen lassen sich platzsparend stapeln und eignen sich für trockene Zutaten wie Kaffee, Tee, Nüsse oder Gewürze ebenso wie für andere Vorräte. Die Serie steht in Weiß und Sand zur Wahl und fügt sich damit in unterschiedliche Küchen- und Wohnkonzepte ein. Gefertigt werden die Dosen in Portugal mit einem hohen Anteil manueller Arbeit, was einzelnen Stücken einen eigenständigen Charakter verleiht. Auch der Materialkreislauf spielt bei der Produktion eine Rolle: Tonreste werden erneut in den Fertigungsprozess eingebracht.

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



Schreiben mit Fidget-Funktion

Schreiben und eine kleine Bewegungsfunktion kombiniert der Cavo Kugelschreiber mit Fidget-Funktion aus recyceltem Aluminium von Goldstar Europe. Im oberen Bereich sitzt eine FSC-zertifizierte Bambuskugel, die nicht nur einen Materialkontrast setzt, sondern auch die **Ratschenmechanik** des Schreibgeräts steuert. Die Kugel lässt sich für diskrete Fingerbewegungen nutzen und kann am Schreibtisch eine haptische Nebenbeschäftigung während Denk- oder Gesprächsphasen bieten. Der Schaft aus recyceltem Aluminium erhält durch eine Gummibeschichtung eine griffige Oberfläche; Akzente in Gunmetal ergänzen die sachliche Gestaltung. Für den Schreibkomfort sorgt eine deutsche Dokumental-Tintenmine mit 1,0-Millimeter-Spitze. Damit richtet sich der Cavo an Büroarbeitsplätze, Tagungen und Unternehmensanlässe, bei denen ein gebrauchsfähiges Schreibgerät mit zusätzlicher Funktion gefragt ist.

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





Perfekt für starke Auftritte

Mit dem neuen uma ALIGN präsentiert uma Schreibgeräte einen modernen Werbekugelschreiber, bei dem Design, Funktionalität und Markenwirkung perfekt aufeinander abgestimmt sind. Seine fließende Formensprache, die harmonischen Übergänge und der markante Clip verleihen dem Modell eine eigenständige, zeitgemäße Optik. Auch in puncto Komfort überzeugt der uma ALIGN: Die **ergonomisch geformte Silhouette** liegt angenehm in der Hand und sorgt für ein komfortables Schreibgefühl. Gefertigt aus recyceltem ABS verbindet der Kugelschreiber eine verantwortungsbewusste Materialwahl mit einem hochwertigen Erscheinungsbild. Für unterschiedliche Markenwelten ist der uma ALIGN in drei charakteristischen Oberflächen erhältlich: klassisch gedeckt matt, modern transparent gefrostet und angenehm weich mit Soft-Touch-Oberfläche. Eine vielseitige Farbpalette eröffnet darüber hinaus zahlreiche Möglichkeiten, das Schreibgerät passend zum jeweiligen Corporate Design auszuwählen. Großzügige Veredelungsflächen machen den uma ALIGN zu einem wirkungsvollen Markenbotschafter. Ob als aufmerksamkeitsstarker Streuartikel, hochwertiges Kundengeschenk oder Bestandteil einer individuellen Werbekampagne – er bringt Marken stilvoll auf Linie.

PSI 41848 • UMA Schreibgeräte Ullmann GmbH
Tel +49 7832 707-0 • info@uma-pen.com
www.uma-pen.com

Knallerbsen als Werbeidee

Ein kurzes Überraschungsmoment steht im Mittelpunkt von Funkelnde Knallmomente der Multiflower GmbH. Die kompakte Packung enthält 50 Knallerbsen und misst 50 × 50 × 19 Millimeter bei einem Gewicht von 20 Gramm. Damit lässt sich das Produkt als Zugabe bei Veranstaltungen, Mailings oder saisonalen Promotionaktionen einsetzen, wenn **eine kleine haptische Aufmerksamkeit** gefragt ist. Die Verpackung übernimmt zugleich die Funktion des Werbeträgers: Auf dem Standardmotiv steht ab 250 Stück eine Fläche von 40 × 25 Millimetern für eine Botschaft oder Kennzeichnung zur Verfügung. Wer den Auftritt stärker an eine Kampagne anpassen möchte, kann ebenfalls ab 250 Stück eine eigene Gestaltung der Packung im Format 125 × 138 Millimeter umsetzen. Funkelnde Knallmomente verbindet so einen spielerischen Effekt mit definierter Werbefläche und handlichem Format.

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



– Anzeige –

TOPPOINT

ALLOVER DIGITAL BEDRUCKTE TROLLEYS

Neu

- ▲ 10 Farben ab Lager
- ▲ Größte Druckfläche
- ▲ Schnellste Lieferzeiten
- ▲ Beste Preise



Modernes Design, klare Linien

Mit der A.Series startet Knirps in eine neue Generation des Regenschirms. Modernes Design, klare Linien und bewährte Knirps-Technologie treffen auf German Engineering und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis. Je nach Modell bieten ein praktischer Auf- und Zu-Mechanismus oder eine **leichtgängige manuelle Bedienung** angenehmen Komfort im Alltag. Die Modelle A.050 und A.200 sind auch im modernen EVA Case erhältlich – praktisch und ein echter Hingucker. Mit einer großen Auswahl an Farben bietet die A.Series für jeden Geschmack das passende Modell und setzt auch an grauen Regentagen farbliche Akzente. Bereits ab 48 Stück ist eine Bedruckung mit Firmenlogo möglich.

PSI 41752 • doppler H. Würflingsdobler GmbH
Tel +49 8571 9122 218 • individual@dopplerschirme.com
www.dopplerschirme.com

Zwei Produkte – eine Materialsprache

Prodir verbindet zwei Produktneuheiten des Jahres 2026 zu einem gemeinsamen Set: das Aluminium-Schreibgerät MS8 und den Connector MC01. Beide Produkte sind als **aufeinander abgestimmte Markenbegleiter** für den Alltag konzipiert und teilen eine gemeinsame Designsprache: präzise verarbeitetes Aluminium, eloxierte Oberflächen und eine abgestimmte Farbpalette. Das Set bringt MS8 und MC01 in einem eigens entwickelten Etui mit getrennten Fächern für beide Produkte zusammen. Das Etui ist ausschließlich mit individueller Personalisierung erhältlich. – Mit dem MS8 präsentiert Prodir ein Schreibgerät mit einem Gehäuse aus eloxiertem Aluminium. Das Material verbindet geringes Gewicht mit Widerstandsfähigkeit. Ein Metallclip und der Druckknopf mit Satin-Finish ergänzen die hochwertige Materialanmutung und sorgen für ein ausgewogenes haptisches Erlebnis. Der MC01 überträgt die Material- und Designsprache des MS8 auf eine für Prodir neue Produktkategorie. Der Aluminium-Connector wurde für Schlüssel und persönliche Gegenstände entwickelt. Als Objekt, das getragen, benutzt und gesehen wird, erweitert er die Präsenz der Marke über den klassischen Schreibwarenbereich hinaus. – MS8 und MC01 sind in denselben sechs Farben erhältlich: Silk, Silver, Black, Red Jasper, Cobalt Blue und Canyon Orange. Der Sicherheitspunkt des MC01 lässt sich farblich exakt auf den Cliphalter des MS8 abstimmen. Beide Produkte bieten vielfältige Personalisierungsmöglichkeiten, darunter Mehrfarbdruck und Lasergravur. – Das Set wird in einem eigens entwickelten Etui aus hochwertigem Recyclingkarton verpackt. Der verwendete Karton besteht aus FSC®-zertifiziertem Zellstoff. Das Ergebnis ist ein aufeinander abgestimmtes Geschenk für Kunden, Partner, Mitarbeitende und Veranstaltungen. Das Set ist ab einer Mindestbestellmenge von 150 Stück erhältlich.

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





Winterglühen ohne Alkohol

Alkoholfreier Glühwein muss nicht auf Fruchtsaftbasis entstehen: Dr. Jaglas GmbH setzt bei Winterglühen mit Merlot und Winterglühen mit Riesling auf **entalkoholiserte Weine des VDP-Weinguts Leitz** aus dem Rheingau. Die beiden Varianten übertragen damit die Aromatik von Rot- und Weißwein in ein saisonales Heißgetränk ohne Alkohol. Glühweinkräuter, klassische Lebkuchengewürze und eine zurückhaltend abgestimmte Süße ergänzen die Weinbasis, ohne sie geschmacklich zu überdecken. Als rote beziehungsweise weiße Alternative eignen sich die Produkte für Weihnachtsfeiern, winterliche Gastronomiekonzepte, Firmenveranstaltungen oder Präsentkörbe, bei denen alkoholfreie Optionen gefragt sind. Beide Winterglühen wurden laut Anbieter vom Magazin „Der Feinschmecker“ empfohlen und in der eigenen Familienapotheke entwickelt. Für den Einsatz als Werbegabe lässt sich das Etikett individualisieren.

PSI 61177 • Dr. Jaglas GmbH
Tel +49 1607139871 • info@dr-jaglas.de
dr-jaglas.de

Kuli mit Weizenstroh-Anteil

Biobasierte Materialanteile rücken bei Streuartikeln in den Fokus. Der Bio Druckkugelschreiber Art.-Nr. 8210 der HEPLA GmbH besteht zu rund **40 Prozent aus biobasiertem Kunststoff** auf Weizenstrohbasis und verbindet diesen Ansatz mit klassischer Schreibgeräteform. Sein naturfarbener Schaft wird mit einem farbigen Clip kombiniert; zur Wahl stehen Hellgrün, Hellblau, Grau und Beige. Damit bleibt die Gestaltung zurückhaltend und eignet sich für Büros, Homeoffice, Veranstaltungen oder Versandaktionen, bei denen ein funktionaler Werbeträger gefragt ist. Eine blau schreibende Großbraummine ist für den Einsatz vorgesehen. Für die Individualisierung kann HEPLA Schaft und Clip in der hauseigenen Druckerei per Tampondruck veredeln. Der Bio Druckkugelschreiber schafft so eine sichtbare Fläche für Logos oder kurze Botschaften, ohne seinen Gebrauchszweck in den Hintergrund zu stellen.

PSI 41583 • HEPLA GmbH
Tel +49 5681 9966 • info@hepla.de
www.hepla.de



Ihr Produzent mit Liebe
für Spielkarten

schnell, günstig und flexibel

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

- Anzeige -



Pastell trifft Recycling

Pastellfarben erweitern den Kugelschreiber Reco um eine ruhige Designlinie für Büro, Homeoffice, Schule und Studium. Schneider Schreibgeräte führt den Reco Pastell in Lavendel, Mint und Vanille und kombiniert die neuen Töne mit einer matt schimmernden Oberfläche. Das langfristig angelegte Konzept bleibt erhalten: Das Gehäuse besteht zu 92 Prozent aus recyceltem Kunststoff und die Großbraummine Eco 725 M lässt sich austauschen. Auch die Mine nutzt ein Gehäuse aus Recyclingkunststoff. Die blaue Schreibfarbe ist nach ISO 12757-2 dokumentenecht, der faserverstärkte Clip ist alltagstauglich. Über das Plug+Play-System kann die Mine einfach gewechselt werden. Der Reco war laut Anbieter der erste Kugelschreiber mit dem Zeichen „Blauer Engel“. Damit eignet sich der Reco Pastell als funktionales Schreibgerät für Arbeits- und Lernbereiche, in denen Nachfüllbarkeit, Materialeinsatz und ein ruhiges Farbkonzept gemeinsam gefragt sind.

PSI 43416 • Schneider Schreibgeräte GmbH
Tel +49 7729 8880 • promotion@schneiderpen.com
www.schneiderpen-promotion.com

Lesehilfe mit Markenfläche

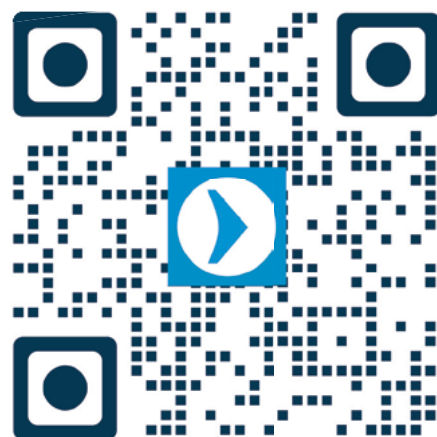
Lesenlernen verlangt Konzentration auf kurze Textabschnitte, und hier setzt eine physische Hilfe an. Die individuell bedruckten Lesehilfen für Erstleser der marcolor GmbH & Co. KG unterstützen Kinder dabei, sich auf einzelne Zeilen zu konzentrieren. Gefertigt werden die Lesehilfen aus 0,5 Millimeter starkem Polypropylen, das stabil, wasserbeständig und für häufige Nutzung ausgelegt ist. Anders als Papier knickt oder reißt das Material bei häufiger Verwendung nicht so leicht. Stanzen oder Plotten ermöglichen kundenspezifische Konturen, während der Druck das Unternehmensdesign aufnimmt. Damit eignet sich das Produkt für Verlage und Bildungseinrichtungen ebenso wie als Beilage zu Büchern, Lernmaterialien oder pädagogischen Aktionen. Auch als Give-away kann die Lesehilfe eingesetzt werden, ohne ihren funktionalen Charakter zu verlieren.

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



PSI MEDIA GUIDE

➤ PSI



SCAN ME

DOWNLOAD
NOW!



Design trifft Verantwortung

Marken- und Designprodukte verbinden gestalterischen Anspruch mit Wiedererkennungswert und machen aus Werbearbeiten begehrte Alltagsbegleiter. Ob klare Formen, innovative Details oder hochwertige Materialien – durchdachtes Design verleiht Markenauftritten Charakter und sorgt dafür, dass Botschaften positiv in Erinnerung bleiben. Fairtrade-Produkte setzen darüber hinaus ein Zeichen für verantwortungsbewusstes Wirtschaften und bieten Unternehmen die Möglichkeit, ihre Werte glaubwürdig zu vermitteln. Auch die Herkunft kann zum Qualitätsmerkmal werden: Werbearbeiten „Made in Europe“ oder „Made in Germany, Switzerland, Austria“ stehen häufig für sorgfältige Verarbeitung, kurze Lieferwege und hohe Fertigungsstandards. Sie schaffen Vertrauen und eröffnen Spielraum für eine bewusste Produktauswahl. Unsere aktuelle Auswahl zeigt, wie vielfältig sich Design, Qualität, Nachhaltigkeit und regionale Fertigung in der haptischen Werbung verbinden lassen – und welche Möglichkeiten sich daraus für die Beratung und individuelle Kundenprojekte ergeben.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Januar 2027 des PSI Journals, die sich dem Thema „Messeneuheiten PSI 2027“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (hochauflösendes Bild und separate Produktbeschreibung) bis spätestens **16. November 2026** an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

PSI startet in Köln durch



Die PSI, Europas führende Fachmesse für Werbearbeiten, Incentives und Merchandising, findet vom 12. bis 14. Januar 2027 erstmals in Köln statt. Produktneuheiten, Zukunftsthemen, persönliche Begegnungen und neue Geschäftschancen machen die PSI in Köln zum internationalen Treffpunkt der Branche. Wir geben den Teilnehmenden letzte Infos für einen perfekten Messebesuch.

Persönlich, inspirierend, erfolgreich

WELCOME HOME

Das Beste. Zuhause.

Die Welcome Home Tour 2026 steht für Nähe, Qualität und Inspiration – und für Werbearbeiten, die man am besten live erlebt. Die etablierte Eventreihe blickt auf eine gelungene Frühjahr-/Sommeretappe zurück und startet nun zu ihren drei letzten Etappen in diesem Jahr, die sie nach Stuttgart, Hamburg und München führen. Wir waren im Mercedes-Benz Museum dabei und berichten.

Impressum



In the business of building businesses

Verlegt exklusiv für die Werbearbeit-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



ALIGN

ALIGNED FOR SUCCESS.



uma-pen.com