

News 2026

Newsletter für
die Schweizerische
Werbeartikelindustrie

TREECK® steht für
Produkte mit Impact

Für jeden verkauften
Artikel lassen wir
einen Baum pflanzen
oder unterstützen ein
vergleichbares,
ökologisches Projekt.
Langlebige, nach-
haltige Materialien
machen viele Jahre
Freude. So wird jedes
TREECK® - Produkt
zum wirkungsvollen
und nachhaltigen
Imageträger für
Unternehmen und
Organisationen.



TREECK®



eckert:

Made in Germany

Schneider

Slider Rave

Druckkugelschreiber mit
einem *Gehäuse aus 68 %
recyceltem Kunststoff und
Viscoglide®-Technologie
für ein besonders weiches
Schreibgefühl.



Produkt mit finanziellem
Klimabeitrag
ClimatePartner.com/53739-210-1001

schneiderpen-promotion.com

SIGG+



**HINTERLASSEN
SIE NACHHALTIG
EINDRUCK.**

Gilt für alle SIGG- Aluminiumflaschen:



Made in
Switzerland



100% recyceltes
Aluminium



Kohlensäuredicht



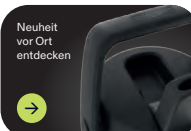
ClimatePartner
zertifiziert

29 Farben.
15 Flaschentypen.
Unendliche
Möglichkeiten.



Lassen Sie eine Vielzahl von verschiedenen Flaschenformen
mit Ihrem eigenen, nach Ihren Vorstellungen gestalteten
Layout bedrucken oder gravieren. Entdecken Sie dabei
auch unsere Neuheit vor Ort an unserem Stand. Das ideale
Geschenk für Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeitende oder
für Ihren Firmenanlass.

Mehr erfahren: sigg.com/co-branding





Inhalt

Editorial von Urs Germann	//	5
Nachhaltige Werbeartikel zeigen Haltung	//	7-8
Interview mit José A. Martinez von SIGG,	//	10
Interview mit Salvatore Sangiorgio von reisenethel®	//	12-13
20 Jahre PromoSwiss Forum PSF	//	15
20 Jahre PSF / Wie alles begann...	//	16-19
Rückblick PSF & TOUCH 2025	//	20-21
TOUCH Awards 2026	//	22
Willkommen	//	23
Lehrlingsausflug zu Victorinox	//	24
Deine Woche auf der beUnity-App!	//	26
Rückblick auf die 83. PromoSwiss GV	//	28-30
Vorstand	//	31
Termine & Events	//	Rückseite



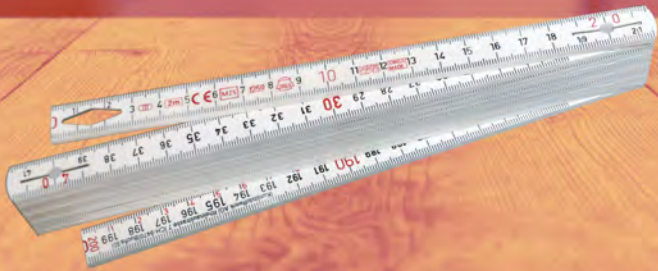
Der LongLife Elektrik in weiss

JETZT ELEKTRISIEREND WERBEN

Ab sofort erhältlich!

Der perfekte Doppelmeter für den Elektriker
mit weisser Werbefläche für alle
Firmenfarben geeignet!

Meldet euch und sichert euch euer Angebot
zur Einführung!



Kunststoffwerk AG | Rheinaustrasse 7 | 9470 Buchs SG

koziol

Made in Germany

»CHEERS NO.1 LIMITED EDITION 2026

2er Set in
Geschenkbox



ENJOY
THE
NOW

KOMM
WIR
GEHEN
ZU
WEIT

Sag's mit
CHEERS.

Unser Kultglas gibt es jetzt im 2er Set in
hochwertiger Geschenkverpackung –
für noch mehr Wirkung.

koziol.de

Druckbeispiel

bruchfest spülmaschinengeeignet recycelbar made in germany



dameco ag

Industriestrasse 7, 5314 Kleindöttingen
Tel. +41 43 422 07 25, info@dameco.ch

orgaLine⁷
by geigernotes

Erfolgreich werben mit smarten Vorlagen

- ✓ Intuitive Planungs-Tools mit großen Werbeflächen
- ✓ Aus Werbemitteln werden täglich genutzte Arbeitsmittel
- ✓ Übersichtlich und mit echtem Mehrwert



Entdecken Sie hier die
komplette orgaLine-
Produktübersicht



www.geiger-notes.ag

geiger**notes**



Editorial

Urs Germann – Präsident

Wie jedes Jahr, wenn die News erscheinen, ist das erste Halbjahr bereits wieder Geschichte. Die Welt bleibt in Bewegung und leider oft in eine herausfordernde Richtung. Konflikte und Kriege beeinflussen zunehmend die globalen Märkte. Gleichzeitig steigen die Preise, sei es für Elektronik, Rohstoffe oder Energie.

Unsere Branche ist davon direkt betroffen: Unsere Produkte sind weltweit unterwegs, über Land, Luft und Wasser. Transporte werden teurer, Lieferketten komplexer und Planungen schwieriger. Geschäfte, die noch vor geopolitischen Spannungen abgeschlossen wurden, geraten durch stark gestiegene Transportkosten unter Druck.

Dennoch bin ich überzeugt: Der Werbeartikelhandel wird auch diese Herausforderungen meistern. „Gemeinsam wird die Branche gemacht“ – dieser Grundsatz gilt heute mehr denn je. Es braucht das enge Zusammenspiel von Lieferanten und Händlern, um weiterhin attraktive Produkte anbieten zu können.

Diese Situation bringt Unsicherheiten mit sich. Viele Betriebe haben bereits optimiert, wo es möglich war. Budgetgespräche gehören zum Alltag, doch deren Einhaltung wird zunehmend anspruchsvoller. Hier ist auch das Verständnis der Geschäftsleitungen gefragt: Nicht alles verläuft heute noch so planbar wie früher. Investitionen werden weiterhin getätigt, jedoch oft vorsichtiger und in kleineren Mengen. Zudem beobachten wir seit einiger Zeit, dass sich Entscheidungsprozesse verlängern, von der ersten Anfrage bis zur finalen Bestellung.

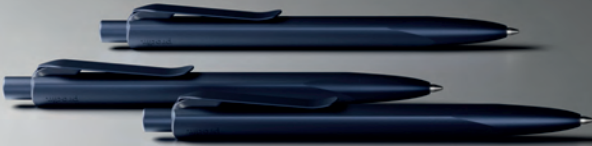
Gerade deshalb sind neue Strategien gefragt. Es geht darum, sich in einem dynamischen Marktumfeld weiterhin erfolgreich zu bewegen. Gefragt sind Produkte, die begeistern und gleichzeitig einen echten Nutzen im Alltag bieten. Nicht zwingend immer völlig neue Ideen, oft sind es durchdachte Weiterentwicklungen, die überzeugen. Produkte, die helfen, Prozesse zu vereinfachen, Kosten zu senken oder den Arbeitsalltag flexibler zu gestalten.

Ein gutes Beispiel sehen wir bereits im Bereich moderner Arbeitsplatzlösungen: Flexible Office-Organizer oder praktische Alltagshelfer gewinnen an Bedeutung, da feste Arbeitsplätze zunehmend der Vergangenheit angehören. Genau hier liegt unsere Chance, mit kreativen Ideen weiterhin Mehrwert zu schaffen und unsere Kundschaft zu begeistern.

Wenn wir zurückblicken, sehen wir, was unsere Branche in den letzten zehn Jahren alles erreicht und gemeistert hat. Diese Entwicklung ist das Ergebnis von Kreativität, Innovationskraft und Zusammenhalt. Eigenschaften, die uns auch jetzt tragen werden.

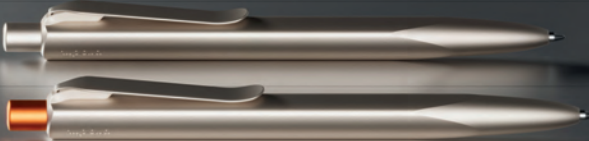
Ich blicke mit Zuversicht auf die zweite Jahreshälfte. Mit Veranstaltungen wie dem PSF und der TOUCH stehen wichtige Branch momente bevor, die einmal mehr zeigen, wie viel Kreativität und Engagement in unserer Branche steckt, und warum es sich lohnt, in Werbeartikel zu investieren.

Ihr Präsident
Urs Germann





New
MS8
metal pen

Prodir is a brand of Pagani Pens SA.

sales@prodir.ch
T 091 935 55 55

www.prodir.com
open.prodir.com

Personality pens.
Swiss made.

prodir®



reisenthel.

**READY
TO GIFT!**

RECYCLED MATERIAL



travel set #1 black

Klassisch. Zeitlos. Elegant.
Mit dem geräumigen
allrounder L und der
kompakten toiletbag.



travel set #2 herringbone sand

Harmonisch. Stilvoll. Vielseitig.
Mit dem beliebten allrounder L
und der funktionalen
travelcosmetic.

Interesse geweckt? promotion@reisen-thel.de



STABILO
Promotion Products



STABILO BOSS
ORIGINAL

Werben mit STABILO



Olin Bartlome,
Geschäftsführer FSC Schweiz.



Urs Germann,
Präsident PromoSwiss.



WÄLDERTM
FÜR IMMER
FÜR ALLE

Nachhaltige Werbeartikel zeigen Haltung

Werbeartikel gelten oft als kurzlebig. Doch der Markt hat sich verändert. Heute zählen Herkunft, Material und Sinn.

Nachhaltigkeit ist kein Extra mehr. Sie wird erwartet. Was bedeutet das für eine Branche, die Marken sichtbar macht?

Und welche Rolle spielt FSC (Forest Stewardship Council®) dabei? Darüber sprechen Urs Germann, Präsident von PromoSwiss, und Olin Bartlome, Geschäftsführer von FSC Schweiz. Ein Gespräch über Verantwortung und Glaubwürdigkeit.

Kindheit im Wald

Herr Germann, Herr Bartlome, was verbinden Sie persönlich mit dem Wald?

Urs Germann: Ich bin mit Wald aufgewachsen. Unsere Familie hatte einen Bauernhof mit vier Hektaren eigenem Wald. Wir machten Brennholz. Wir verkauften Christbäume. In den Ferien half ich im Forstbetrieb und pflanzte Bäume. Das war mein Taschengeld.

Olin Bartlome: Ich komme aus Graubünden. Wald war immer da. Mein Vater war Schreinermeister, sein bester Freund Förster. Mittwochnachmittags waren wir als Kinder entweder in der Schreinerei oder im Wald. Später machte ich selbst eine Schreinerlehre,

danach studierte ich Holzingenieur. Holz begleitet mich bis heute.

Verantwortung beginnt oben

Herr Germann, wofür stehen Sie persönlich als Präsident von PromoSwiss?

Urs Germann: Für Verantwortung. Für Zukunftsorientierung. Für einen respektvollen Dialog. Wettbewerb darf nie auf Kosten von Nachhaltigkeit und Qualität gehen. Und wir müssen ehrlich bleiben: Was wir draufschreiben, muss auch drin sein. Herr Bartlome, wofür steht FSC Schweiz?

Olin Bartlome: FSC Schweiz setzt sich seit über 20 Jahren für nachhaltige Waldbewirtschaftung ein. Fast 50 Prozent der Schweizer Waldfläche sind FSC-zertifiziert. Das zeigt: Das Thema ist für die Schweiz zentral. Ich selbst stehe für Balance. Holz kann erdölbasierte Produkte und Beton ersetzen. Das hilft dem Klima, aber wir dürfen den Wald nicht übernutzen. Holz nutzen und Wald schützen gehört zusammen.

Sie beide sprechen von Verantwortung. Wo treffen sich Ihre Wege?

Urs Germann: Nachhaltigkeit hat drei Seiten. Erstens: Umwelt. Zweitens: Wirtschaftlichkeit. Der Kunde soll zurückkommen, nicht nur das Produkt. Drittens: Transparenz. Wir müs-

sen wissen, woher ein Produkt kommt. Langfristigkeit ist entscheidend.

Weg vom Wegwerfartikel

Werbeartikel gelten als kurzlebig. Ist dieses Bild noch zeitgemäss?

Urs Germann: Nein. Dieses Bild stimmt so nicht mehr. Kundinnen und Kunden haben verstanden: Ein Kugelschreiber für zwölf Rappen zahlt nicht auf die Marke ein. Qualität zählt mehr als Menge. Eine Privatbank beispielsweise verschenkt nichts Beliebigen, sondern etwas Wertiges. Das ist ein klares Umdenken.

Wegwerfartikel als Give-aways verlieren an Bedeutung. Gefragt sind langlebige Alltagsgegenstände, Produkte, die man wirklich nutzt. Ein Werbeartikel muss im Alltag funktionieren. Dann bleibt er – und mit ihm die Marke.

Ein zweiter Treiber ist das Employer-Branding. Unternehmen investieren bewusst in Wertschätzung für Mitarbeitende. Sie wollen gute Fachkräfte gewinnen und halten. Dafür setzen sie auf hochwertige, sinnvolle Produkte – nicht als Streuartikel, sondern als Zeichen der Anerkennung.

Olin Bartlome: Bei Werbeartikeln denken viele zuerst an Kugelschreiber. Wie es Urs Germann sagt, hat sich das in den letzten Jahren – dank dem stark wachsenden gesellschaftlichen Bewusstsein für Umweltschutz – stark verändert. Es geht um Ressourcenmanagement, erneuerbare Materialien und Qualität. Um Wertschätzung. Um Bindung. Das ist ein klarer Wandel.

Greenwashing – wo beginnt Glaubwürdigkeit?

Olin Bartlome: Ich sage es provokativ: Selbst Greenwashing ist oft ein Anfang. Firmen tun das, nicht selten unbewusst, weil sie das Fachwissen noch nicht haben. Es zeigt, dass zumindest über Nachhaltigkeit nachgedacht wird. Darauf kann man aufbauen. Wir sehen beispielsweise bei FSC: Manche nutzen das Logo unerlaubterweise. Wir weisen sie darauf hin. Viele korrigieren es sofort und werden Teil der FSC-Familie. Übrigens: Grössere Unternehmen können sich einen echten Vertrauensverlust durch vorsätzliches Greenwashing kaum leisten. Er kostet mehr als ehrliche Nachhaltigkeit.

Urs Germann: Ein Imageschaden bleibt lange. Viele Firmen zahlen lieber mehr und sind auf der sicheren Seite.

Klarheit statt Unsicherheit

Warum ist FSC Jahresthema 2026 bei Pro-moSwiss?

Urs Germann: Ein Verband muss führen. Früher hatten wir viele kleine Themen. Heute setzen wir einen klaren Fokus. Ein Jahresthema bleibt hängen. Beim Thema FSC herrscht Unsicherheit. Wer braucht eine Lizenz? Der Hersteller? Der Händler? Beide? Hier schaffen wir gemeinsam mit FSC Schweiz Klarheit. Das ist unsere Aufgabe.

Was bietet FSC der Branche konkret?

Olin Bartlome: Sicherheit. Das System ist klar: Der Wald ist zertifiziert. Jedes Glied der Lieferkette ist zertifiziert. So bleibt das Material rückverfolgbar. Im Werbeartikelbereich sehe ich grosses Potenzial für wertige, zertifizierte Holzprodukte. Das beginnt beim Bleistift und reicht bis zum edlen Messer mit Holzgriff. Auch schönes Briefpapier, personalisierte Grusskarten oder Verpackungen können zertifiziert sein. Selbst Honig – ein immer gerne gesehenes Geschenk – kann FSC-zertifiziert sein.

Blick nach vorne

Wie sieht die Branche in fünf Jahren idealerweise aus?

Urs Germann: Prognosen sind schwierig, aber eines ist klar: Nachhaltigkeit wird Standard. Wer sich nicht bewegt, verschwindet vom Markt. Der Kunde entscheidet.

Olin Bartlome: Das Nachhaltigkeitsthema und der damit einhergehende Naturschutz bleiben der Gesellschaft sowie den Konsumentinnen und Konsumenten wichtig. Auch in der Schweiz spüren wir den Klimawandel deutlich. Vor allem die jüngere Generation wird dieses Thema prägen – weil sie mit seinen Folgen lebt. Und ohne gesunde, klimaresistente Wälder haben wir ein Problem.

Warum liegt der Schutz der Wälder im Interesse von uns allen?

Olin Bartlome: Wälder sind unsere Lunge. Sie nehmen CO₂ auf und geben Sauerstoff ab. Ohne sie funktioniert unser Ökosystem nicht. Sie liefern uns zugleich einen Werkstoff, den wir im Zusammenhang mit Netto-Null dringend brauchen. Aber wir müssen ihn verantwortungsvoll nutzen.

Urs Germann: Wir haben nur eine Erde.

Haftnotizen zu Jubiläums-Preisen!

30 Jahre **Hafti**
SWISS MADE



Fragen Sie nach der
Jubiläumspreisliste!

SI-ri

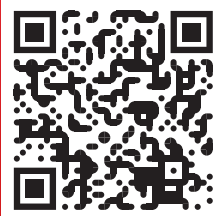
Print & Promotion

info@si-ri.com · www.si-ri.ch

**PROMO
SWISS**

PSF Anmeldung

mit grossem Wettbewerb



Passwort: PSF

**switcher
is back!**



**NACHHALTIGE QUALITÄT
FÜR IHRE KUNDEN.**

Jetzt entdecken: die neue
Switcher B2B-Plattform.



www.switcher.com

Knirps

TIMBER

MIT LOGO

Nachhaltiger
Premium-Schirm
mit Holzgriff



5
YEARS

WARRANTY

100 km/h



Interview mit José A. Martinez von SIGG

neu gewähltes PromoSwiss
Vorstandsmitglied
Resort Internationale Verbände



1. Gab es einen „Aha!“-Moment – oder eher ein inneres „Warum eigentlich nicht?“, der Dich dazu gebracht hat, im Vorstand von PromoSwiss mitzumischen?

Es gab, nach mehreren Nachfragen einen inneren „Warum eigentlich nicht – Moment“.

2. Welche Fähigkeit aus Deinem Berufsalltag wirst Du im Vorstand vermutlich öfter brauchen, als Du heute denkst?

Positionierungen von Brands-/Marke- Produkten als Werbeartikel.

3. Was bringt Dich in Meetings eher zum Schmunzeln – und was garantiert nicht?

Wird sich sicher noch zeigen – zurzeit kein Kommentar.

4. Was an Deiner Persönlichkeit hat Dir auf Deinem bisherigen Weg am meisten geholfen und was hast Du erst mit der Zeit schätzen gelernt?

Offen und ehrlich.

5. Welche Frage stellst Du besonders gern – auch wenn sie manchmal unbequem ist?

Wieso / warum (schon als Kind oder Ihr nicht?).

6. Was bringt Dein inneres Feuer wirklich zum Leuchten und wobei darf man Dich auch

mal ganz entspannt von Deiner ruhigen Seite erleben?

Feines Essen oder nat. auch bei Tapas.

7. Wie schaffst Du es, neugierig zu bleiben, wenn Routinen drohen, die Oberhand zu gewinnen?

Das Kind sollte immer in uns drinnen sein.

8. Bei welchem Thema wirst Du sofort hellhörig – selbst nach einem langen Arbeitstag?

Papi kannst du mir bitte helfen.

9. Wenn man Dein Wesen in einem Satz beschreiben müsste: Würden eher Deine Stärken genannt – oder zuerst Deine Eigenheiten? Und welche davon applaudierst Du selbst am meisten?

Das Herz am richtigen Fleck.

10. Wenn Du ein neues Mitglied bei einem Kaffee von PromoSwiss überzeugen müsstest – was würdest Du erzählen?

Also ich verstehe Dich richtig, Du hast ebenfalls mit Werbeartikel zu tun & dein Hauptmarkt ist in der Schweiz richtig?

Also, waaas wartest Du um bei PromoSwiss beizutreten?

Sprechen für sich. Und Sie!

Werbeprodukte von Karl Knauer sagen, wo es langgeht. Denn sie sind nicht erst seit heute aus Karton und Papier, sondern stehen seit jeher für Vielseitigkeit, Nachhaltigkeit und Kreativität.



Mehr erfahren!

www.karlknauer.de

KARL KNAUER 
Beeindruckend anders

BIC® Highlighter Flat

 **graphic**
Your Brand Ambassador

Entwickelt, um Ideen **HERVORZUHEBEN**

WASSERBASIERTE TİNTE
(BIS ZU 95 % NATÜRLICHEN URSPRUNGS)



IHR
LOGO
DARAUF

LEUCHTENDE
FLUORESZIERENDE
FARBEN

WOW!




@bicgraphic BIC GRAPHIC

Think BIC
www.bicgraphic.com

NewWave
Group SA



your textile solution

Vertrieb und Lager in der Schweiz
Kundennähe, Beratung und service
24h Lieferservice.

nwgroup.ch



our brands



Interview mit Salvatore Sangiorgio von reisen^{thel}[®]

neu gewähltes PromoSwiss
Vorstandsmitglied

Resort Internationale Verbände & Projekte.



1. Hand aufs Herz: Was war Dein erster Gedanke, als Du gefragt wurdest, ob Du in den Vorstand von PromoSwiss eintreten möchtest?

Als Urs im Januar im Flieger nach Düsseldorf zur PSI den Platz neben mir eingenommen hat, war mir ziemlich schnell klar: Das wird kein ruhiger Flug – sondern eher ein sehr unterhaltsames Verkaufsgespräch in über 10.000 Metern Höhe. Und genau so kam es auch. Was ich allerdings nicht auf dem Radar hatte: dass ich am Ende des Flugs nicht nur gelandet bin, sondern gedanklich schon mitten in einer neuen Aufgabe steckte. Urs hat es nämlich geschafft, mich über die gesamte Flugdauer hinweg so charmant und gleichzeitig hartnäckig mit Argumenten zu versorgen, dass ein „Nein“ irgendwann eher wie eine schlechte Ausrede gewirkt hätte.

Und ... nach so vielen Jahren im operativen Geschäft kommt irgendwann der Moment, an dem man nicht nur mitspielen, sondern aktiv mitgestalten möchte. Der Flug war am Ende also nicht nur unterhaltsam – sondern auch ziemlich richtungsweisend.

2. Wenn Du Deinen bisherigen Berufsweg in drei Emojis beschreiben müsstest - welche wären das?

- 🚀 - für Wachstum und Chancen, die ich ergriffen habe
- ☁️ - für die Phasen, die wehgetan haben, aber am meisten gelehrt haben

- 🤝 - für das, was am Ende wirklich zählt: Vertrauen und Partnerschaft

3. Welche Deiner Eigenschaften wird im Vorstand besonders hilfreich sein und welche könnte für lebhaftere Diskussionen sorgen?

Ich glaube, hilfreich ist meine Ruhe – ich lasse mich nicht so schnell aus der Bahn werfen. Nach all den Jahren weiß ich: Am Ende wird nichts so heiß gegessen, wie es gekocht wird.

Ich höre auch gern zu. Aber wenn es drauf ankommt, kann ich auch klar Position beziehen – immer mit Respekt, aber eben auch mit einer gewissen Leidenschaft.

4. Gab es einen Moment in Deiner Laufbahn, in dem Du dachtest: „Führungsarbeit habe ich mir früher ganz anders vorgestellt“?

Mehr als einmal.

Früher dachte ich, Führung heißt: Entscheidungen treffen und vorneweg gehen. Heute weiß ich: Führung heißt oft, auszuhalten, zuzuhören, unterstützen, Konflikte zu moderieren – und manchmal auch Entscheidungen zu treffen, die sich für keinen gut anfühlen.

5. Was hat Dich zuletzt beruflich wirklich begeistert – so richtig mit innerem „Genau dafür mache ich das“?

Die strahlenden Gesichter der Kunden, die bei Messen oder Roadshows auf unseren reisenthel-Stand kommen und so voller Begeisterung von den Modellen, Designs und Nachhaltigkeit unserer Kollektionen sprechen.

6. Angenommen, PromoSwiss wäre ein Start-up: Welche Rolle würdest Du übernehmen – Visionär, Challenger oder Brückenbauer?

Ganz klar: Brückenbauer.

Ich habe gelernt, dass die besten Ideen nichts bringen, wenn sie nicht anschlussfähig sind. Zwischen Generationen, zwischen Meinungen, zwischen Interessen zu vermitteln – das ist für mich die eigentliche Kunst.

7. Welche Entscheidung fällt Dir schwerer: eine mutige strategische Weichenstellung oder ein klares Nein zu einer guten, aber nicht passenden Idee?

Das Nein fällt schwerer.

Strategische Entscheidungen kann man vorbereiten, analysieren, diskutieren. Aber einem engagierten Menschen zu sagen: Das passt nicht – das verlangt Klarheit und Respekt zugleich. Und das bleibt hängen.

8. Was sollten die Mitglieder unbedingt über Dich wissen, das in keinem Lebenslauf steht?

Dass ich Familie nicht als „Ausgleich“, sondern als Fundament sehe.

Wenn das Zuhause nicht trägt, wird man auch im Job nicht wirklich stark sein. Diese Haltung prägt auch meinen Führungsstil: Leistung ja – aber nicht um jeden Preis.

9. Wenn Dein Vorstandsstil einen Slogan hätte – wie würde er lauten?

Klar in der Sache. Verlässlich im Miteinander.

10. Worauf freust Du Dich persönlich am meisten in Deiner neuen Rolle bei PromoSwiss?

Auf echten Austausch – ohne Filter.

Ich freue mich darauf, gemeinsam etwas zu entwickeln, das Bestand hat. Nicht für den schnellen Effekt, sondern für die nächsten Jahre.

Ihr Spezialist
für Kosmetikprodukte
und Sonnenschutz!



**„Double
Care Tube“**

- **Pflegende Kundenbindung mit 2-facher Wirkung**
- **Sonnenschutz LSF 30 oder LSF 50**
- **Besonders beliebt bei Pistenfans & Sonnenanbetern**

„2-1“: Lippenpflege und Sonnencreme



AKTUELLE INFO'S:



Abbildungen entsprechen nicht der Originalgröße.



Mehr als Gehörschutz.

BRANDING AUF HÖCHSTEM NIVEAU.



www.saverave.ch

LAMY

NEW
safari roll-ink

WRITE MORE
BLUETiFUL!



TINTEN-
PATRONENROLLER

FÜR BLAUE T10
TINTENPATRONEN

WECHSELBARE SPITZE



www.reseller.lamy-business.com

Design. Made in Germany.



20 Jahre PromoSwiss Forum PSF

Bitte nutzt diese wunderbare Gelegenheit des PSF...

Dieses Jahr feiern wir ein besonderes Jubiläum: Vor 20 Jahren fand das erste PromoSwiss Forum statt – **2006 in der ABB Halle 550 in Zürich, damals mit 26 Ausstellenden.** Umso mehr freuen wir uns, dieses Jubiläum gemeinsam mit vielen Besucherinnen und Besuchern, Schweizer Werbemittelhändlerinnen und -händlern sowie unseren Branchenpartnern zu feiern und gemeinsam darauf anzustossen.

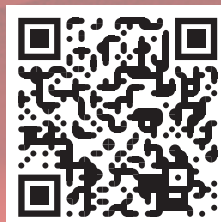
Das **PromoSwiss Forum (PSF)** und die **TOUCH Messe** finden am **Mittwoch, 9. September, und Donnerstag, 10. September 2026**, erneut in der Umweltarena in Spreitenbach statt.

Das PSF bietet Schweizer Werbemittelhändlerinnen und -händlern eine wertvolle Gelegenheit, sich über aktuelle Branchennews, Produktneuheiten und Trends zu informieren, sich zu vernetzen und den Austausch mit Anbietenden, Herstellern sowie Kolleginnen und Kollegen zu pflegen.

Auf kompaktem Raum präsentieren über **80 Ausstellende** eine breite Auswahl an Neuheiten, Highlights und spannenden Lösungen. Nutzen Sie diese Gelegenheit, kommen Sie mit Ihrem Team vorbei und nehmen Sie frische Impulse, neue Kontakte und Inspirationen für Ihren Branchenalltag mit.

Für den PromoSwiss Vorstand ist es eine Herzensangelegenheit, dass möglichst viele Mitglieder diese Chance nutzen und Teil dieser Veranstaltungen sind.

Falls Sie noch nicht angemeldet sind, registrieren Sie sich bitte noch heute über diesen QR-Code. Der Eintritt ist kostenlos. Das Passwort für die Anmeldung lautet: **PSF**. Ein Ticket braucht es nicht nur die Registration per Mail damit Sie auch am Wettbewerb teilnehmen können.



Unter allen Besucherinnen und Besuchern des PromoSwiss Forums verlosen wir attraktive Preise. Die Gewinnerinnen und Gewinner müssen vor Ort anwesend sein und können den Preis direkt mit nach Hause nehmen.

- 1. Gutschein für ein E-Bike**
im Wert von CHF 5'000.–
- 2. Gutschein von Schweiz Tourismus**
im Wert von CHF 2'000.–
- 3. Gutschein von Stöckli Ski**
im Wert von CHF 1'000.–

20 Jahre PromoSwiss Forum PSF

Wie alles begann...



PSF 2006

ABB Halle 550, Zürich - 11./12. Mai 2006

26 Aussteller

- Erste Austragung einer Werbeartikel-Fachmesse durch den Verband Promoswiss unter der Leitung von Andy Rebsamen.
- Leider sind keine Bilder davon vorhanden.



PSF 2007

ABB Halle 550, Zürich - 10./11. Mai 2007

30 Aussteller

- Zweite Austragung einer Werbeartikel-Fachmesse durch den Verband Promoswiss unter der Leitung von Andy Rebsamen. Sekretariat: Nadine Schneider!
- Leider sind keine Bilder davon vorhanden.



PSF 2008

keine Austragung.



PSF 2009

Casino Zug - 18. Mai 2009

44 Aussteller / 80 Besucher

- Erstmals als Tischmesse.
- Erste Messe mit Tom Oester als Projektleiter.



PSF 2010

Casino Zug – 20. Mai 2010

50 Aussteller / 190 Besucher

- erstmalige Verleihung Promofritz Awards
- Vorabendausflug, Pizzeria in Zug

PSF 2011

Schweizerhof Luzern – 19. Mai 2011

59 Aussteller / 190 Besucher

- Verleihung Promofritz Awards
- Referat Karl-Werner Schmitz
Thema: haptisches Verkaufen
- Vorabend: Schifffahrt ins Restaurant Obermatt



PSF 2012

Schweizerhof Luzern – 16. Mai 2012

62 Aussteller / 207 Besucher – Besucherrekord

- Verleihung Promofritz Awards
- Referat: Olaf Hartmann,
- Power of Touch Vorabend: Schifffahrt Vierwaldstättersee

PSF 2013

Schweizerhof Luzern – 16. Mai 2013

64 Aussteller / 195 Besucher

- Verleihung Promofritz Awards
- Referat Virgil R. Schmid – spielend verkaufen
- Vorabendausflug Cabrio Bahn Stanserhorn



PSF 2014

Schweizerhof Luzern – 5. Juni 2014

66 Aussteller / 185 Besucher

- Verleihung Promofritz Awards
- Podiumsgespräch zum Thema Kauffrau/ Kaufmann mit Fachrichtung Werbeartikel
- Vorabend: Nauenfahrt, Vorstand servierte Essen und Getränke



PSF 2015

Eiszentrum Luzern - 16.5.2015

63 Aussteller / 188 Besucher

- Verleihung Promofritz Awards
- Der österreich. Verbandspräsident zu Gast
- Vorabend über den Dächern von Luzern, Suite Lounge

PSF 2016

Alpenrock Dietikon - 10. März 2016

60 Aussteller / 198 Besucher

- Verleihung Promofritz Awards
- Vorabend: Im Alpenrock mit Alphorn Unterricht



PSF 2017

Alpenrock Dietikon - 9. März 2017

61 Aussteller / 196 Besucher

- Verleihung Promofritz Awards
- Heustadl Dinner
- Vorabend Bowling



PSF / Newsweek 2018

Umweltarena Spreitenbach - 19./20. Juni 2018

**75 Aussteller / 614 Besucher an 2 Tagen
10 Counter**

- Verleihung PromoSwiss Awards
- Moderation Nadine und Stefan Meyer



PSF / Newsweek 2019

Umweltarena Spreitenbach - 21./22. Mai 2019

**75 Aussteller / 650 Besucher an 2 Tagen
8 Counter**

- Verleihung PromoSwiss Awards
- Moderation Nadine und Beat Suter





PSF / TOUCH 2021

Umweltarena Spreitenbach - 21./22. Sept. 2021

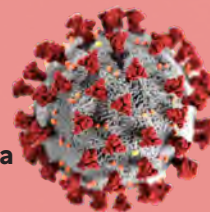
- gleiches OK Team
- gleiches Problem: Corona



PSF / TOUCH 2020

Umweltarena Spreitenbach - 22./23. Sept. 2020

- neuer Name
- neues OK Team
- neuer Auftritt
- neue Homepage
- **neues Problem: Corona**



PSF / TOUCH 2023

Umweltarena Spreitenbach - 26./27. Sept. 2023

**70 Aussteller / 960 Besucher an 2 Tagen
Besucherrekord / 10 Counter**

- Verleihung PromoSwissAwards
- Vorabend Elle, Siegerin von The Voice Kids
- Moderation Ina Klingele



PSF / TOUCH 2022

Umweltarena Spreitenbach - 20./21. Sept. 2022

**70 Aussteller / 900 Besucher an 2 Tagen
Besucherrekord / 10 Counter**

- Neues Design
- René Dubach neu im OK



PSF / TOUCH 2024

Umweltarena Spreitenbach - 25./26. Sept. 2024

**75 Aussteller / 1'080 Besucher an 2 Tagen
Besucherrekord / 12 Counter**

- Verleihung PromoSwissAwards
- Auftritt Jörg Knör
- Moderation Ina Klingele



Rückblick PSF & TOUCH 2025

Tom Oester – OK Präsident PSF/TOUCH

Erneuter Besucherrekord beim diesjährigen Messedoppel in der Werbeartikelbranche: PSF und TOUCH 2025 wecken wieder sehr grosses Interesse auf dem Schweizer Markt!

Das PromoSwiss-Messedoppel, bestehend aus **PromoSwiss Forum (PSF)** und **TOUCH**, erlebte im nachhaltigen Ambiente der Umwelt Arena in Spreitenbach eine neue Auflage, welche die Wirkkraft haptischer Werbung eindrucksvoll veranschaulichte.

Zwei Tage lang stand die Umwelt Arena im Zentrum der Schweizer Werbeartikelwelt.

Die Stimmung war von Anfang an locker und entspannt und am Ende von beiden Messtagen wurde ein positives Fazit über diesen einmaligen Branchentreffpunkt in der Schweiz gezogen.

Veranstaltet vom Verband der Schweizerischen Werbeartikelbranche PromoSwiss begannen die beiden Messtage zunächst am 24. September mit dem **PromoSwiss Forum**, bei dem die Aussteller an ihren Ständen die **138 Fachbesucher aus den Unternehmen des Schweizer Werbemittelhandels** erwarteten.

Traditionell schloss sich am Abend dieses ersten Tages der locker-gesellige Apéro an und im Anschluss die „**PromoSwiss Night**“ im neuen Networking-Konzept.

Zahlreiche Gäste darunter Partnerlieferanten und Werbemittelhändler konnten zum stimmungsvollen Get-together bei einem feinen Dinner den Abend ausklingen lassen und spannende Unterhaltungen untereinander pflegen.

Gigantischer Ansturm und neuer Besucherrekord bei der TOUCH Messe

Der zweite Messtag war der bereits bekannten **TOUCH** gewidmet, dem **Industriekundentag**, der mit sage und schreibe **1'050 Besuchern** (2024: 952) für einen **neuen Besucherrekord** sorgte und das Interesse des Schweizer Business an der Wirkkraft haptischer Werbung eindrucksvoll veranschaulichte.



Folgende zehn einladenden **Trägeragenturen** – erwarteten ihre Kunden an ihren kreativ gestalteten Counter-Ständen und konnten sich, zusammen mit ihren Lieferantenpartnern an den Messeständen über einen stetigen Besucherfluss freuen:



Auf der Ausstellerseite gab es ebenfalls positiven Zuwachs, was die stetig zunehmende Beliebtheit dieses Events widerspiegelt.

Die **81 Aussteller** (75 Aussteller im Vorjahr 2024) – darunter renommierte Lieferanten und Markenhersteller – präsentierten Ihre Highlights und Sensationen aus nahezu allen Produktbereichen der Branche.

Tolle inspirierende Gespräche über Trends, Neuheiten, Bestseller und Come-Backs konnte man in den vollen Rucksack, nebst bunten physischen Mustern packen!

Fürs leibliche Wohl war durch schmackhaftes Catering reichlich gesorgt, auch konnten die Gäste zwischendurch immer mal wieder eine erholende Pause bei Kaffee und sonstigen Drinks und Snacks einlegen, um wieder frisch gestärkt in die faszinierende bunte Werbeartikelwelt einzutauchen.

Grosses Lob gab es verdient für das PromoSwiss Organisations-Team um Tom Oester, das einen reibungslosen Ablauf der beiden erfolgreichen Messtage gewährleistete.

Ausblick 2026 Auch dieses Jahr zeichnet sich bereits ein Rekord ab, und zwar haben wir mit **90 Aussteller** soviel Aussteller wie noch nie. Das OK-Team, die Counter und die Location bleiben gleich. Wir freuen uns auf die 6. Auflage der TOUCH am 10. September 2026.





TOUCH Awards 2026

Ralf Schmid – Marketing TOUCH

Die PromoSwiss Awards sind jetzt die TOUCH Awards. Counter können ab sofort ihre Arbeiten einreichen. **Das Besondere: Jetzt wählen die Endkunden und Besucher**, wer den besten Werbeartikel im Jahr 25/26 gezaubert hat.

Einreichungsschluss 31. Juli 2026
Voting Start 14. August 2026
Siegerehrung 10. September 2026
 (an der TOUCH)

Neu in diesem Jahr: Alle eingereichten Produkte werden auf derPSF/TOUCH an einem eigenen Präsentationsstand ausgestellt.

Zusätzlich können die Zuschauer direkt vor Ort an der TOUCH noch bis 12.00 Uhr abstimmen.

Kategorien

- 1. Nachhaltigster Werbeartikel**
(Produktion 25/26)
- 2. Sonderanfertigung des Jahres**
(Produktion 25/26)
- 3. Kollektion des Jahres**
(Produktion 25/26 – min. 4 Produkte)

TOUCH
 WERBE
 ARTIKEL
 NEU
 GEDACHT

**DER WERBE-
 ARTIKEL-
 TAG**
10.09.26

**Entfessel mit uns das volle
 Potential von Werbeartikeln
 für dein Business.**

1 Tag mit über 80 Ausstellern, Kreativ-
 Agenturen und Händlern auf 3000m²

touch-werbeartikel.ch

Umwelt Arena
 Türliackerstrasse 4
 8957 Spreitenbach



Willkommen in der PromoSwiss Familie



Lieferanten

Uma Schreibgeräte Ullmann GmbH

Fritz-Ullmann-Weg 3
DE – 77716 Fischerbach

www.uma-pen.com

Alex Ullmann / Frank Mangold



Contact & Productions SA
Piazza Grande 15
6600 Locarno

www.contactproduction.ch

Raffaele Thomann

TedGifted®
Innovative lanyard factory

TED-Gifted – Spandia Textile Sp. Z o.o.
ul. Zytunia 3
PL – 62-064 Plewiska

www.tedgifted.com

Marta Jakubowska

Händler Mitglied

Fachwerk Kommunikation AG

Wassergrabe 6
CH – 6210 Sursee

www.fachwerkag.ch

Remo Willmann

Start-Up Mitglied



POP Suisse SA / Pandacola

Route de Suisse 9b
CH – 1295 Mies

www.pandacola.ch

Vincent Moret

Aktueller Stand: 71 Mitglieder

- 27 Händler
- 7 Premium Lieferanten
- 33 Lieferanten
- 2 Strategische
- 2 Start-Up



Lehrlingsausflug zu Victorinox

Bericht von Urs Germann und Ina Klingele, Vorstand PromoSwiss, Bilder: zVg

Der diesjährige PromoSwiss Lehrlingsausflug führte die Lernenden nach Ibach zu Victorinox - ein fester Bestandteil der kaufmännischen Ausbildung in der Branche Marketing & Kommunikation. Ziel ist es, Einblicke in Produktion, Logistik und Handel zu gewinnen sowie den Austausch und das Netzwerken untereinander zu fördern.

Vor Ort wurden wir herzlich empfangen und von zwei erfahrenen Mitarbeitern durch die beeindruckende Messerschmiede geführt. Vom Stahllager bis zum präzisen Feinschliff der Klingen erhielten wir spannende Einblicke in die zahlreichen Produktionsschritte - viele davon nach wie vor in sorgfältiger Handarbeit.

Besonders interessant war die „Balance Time“: Mehrmals täglich legen alle Mitarbeitenden kurze Bewegungspausen ein, um Gesundheit und Konzentration zu fördern.

Beim anschliessenden Lunch konnten wir die Eindrücke gemeinsam mit Marion Quast, Head of Corporate Business in lockerer Atmosphäre reflektieren. Schnell wurde klar: Die hohe Qualität und die vielen Arbeitsschritte rechtfertigen den Preis der Victorinox-Produkte, «Made in Switzerland» wird hier gelebt.

Abgerundet wurde der Tag durch eine Präsentation zur eindrucksvollen Geschichte des Familienunternehmens sowie ein unterhalt-



sames Quiz, initiiert durch Simon Harder, Key-Account-Manager - Corporate Business CH & AT.

Mit einem wertschätzenden Give-away und zahlreichen bleibenden Eindrücken traten wir unsere Heimreise an.

Herzlichen Dank an Marion und Simon für die Einladung und die Ermöglichung dieses spannenden Einblicks hinter die Kulissen von Victorinox.

Ein rundum gelungener, inspirierender Ausflug in eine faszinierende Schweizer Traditionswelt.

Reflection - 403/405

Qualitäts-Bandmaß im eleganten Design mit Auto-Stopp-Technik.
Band stoppt automatisch an jedem Punkt.

2-seitig bedruckte, nylonbeschichtete Stahlbänder, abriebresistent.
Große Skalierung für bessere Ablesbarkeit.
Stabiler Bandauszug bis zu 2m.
Praktischer Gürtelclip und Handschleife.

Wirkungsvolle Werbung auf glänzender Plakette.

Garantie* 3 Jahre.



Mirror - 5530

Profi-Kunststoff-Wasserwaage mit integriertem Spiegelsystem für vertikale Libelle.

3 Libellen - horizontal - vertikal - 45°.
Unterseite mit Magnetleiste im V-Profil.
Länge 250mm

Sehr große Werbeflächen.



Karl Kuntze (GmbH & Co.)

Poensgenstr. 17
D - 40764 Langenfeld
Germany

+49 2173 99 88 69-0
meterex@meterex.com
www.meterex.com

meterex
germany.since 1920

VICTORINOX



MADE TO BE PREPARED

Verleihen Sie Marken und Unternehmen meisterhaftes Ansehen –
mit hochwertigen Produkten, die Kunden oder Mitarbeitende
bestmöglich auf die täglichen Herausforderungen vorbereiten.

Personalisierte Geschenke in drei einfachen Schritten:
www.victorinox.com/corporate-gifts
Kontakt: corporatebusiness.hq@victorinox.com

FROM THE MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™
ESTABLISHED 1884

uma

ARC – PERFEKTION IN JEDER KURVE

Erleben Sie Schreibkomfort, der den
Bogen zwischen modernem **Design** und
höchster Funktionalität spannt. Der **uma
ARC** liegt durch seinen federleichten, matt
lackierten Aluminiumschaft und die edlen
Metalbeschläge perfekt in der Hand.

**Damit Ihre Handschrift den
richtigen Akzent setzt.**

BETTER TOGETHER

Erhalten Sie **10 Sets**
mit dem **uma ARC** für
Ihre Eigenwerbung oder
Ihre Top 10 Kunden.



Jetzt
scannen
und
Angebot
sichern!





Mach mit – deine Woche auf der beUnity-App!

René Dubach – Tech-Marketing PromoSwiss

Die beUnity-App von PromoSwiss bietet dir als Lieferant eine tolle Möglichkeit, sichtbar zu werden!

Das Prinzip ist einfach: Jede Woche gehört einem anderen Anbieter aus unserer Branche. Und diese Woche gehört vielleicht dir! Nutze sie, um deine Produkte, Dienstleistungen oder Neuheiten zu präsentieren – ganz nach deinem Stil. Ob mit Bildern, kurzen Videos, Angeboten oder einfach einem sympathischen Text: Du entscheidest, wie du dich und dein Unternehmen zeigen willst.

Das Beste daran?

Du hast eine ganze Kalenderwoche Zeit, um auf dich aufmerksam zu machen. Kein Konkurrenzdruck, keine Ablenkung – **du stehst im Mittelpunkt und erreichst direkt die Community von PromoSwiss.**

Also:

- Plane deine Woche frühzeitig
- Bereite coole Inhalte vor
- Nutze die Bühne, um neue Kunden zu gewinnen oder bestehende zu begeistern

Und keine Sorge – wir helfen dir gerne dabei, das Beste aus deinem Auftritt rauszuholen.

Hier findest du den Wochenturnus bis Ende Jahr – such dir dein Wunschdatum aus und leg los!

Let's go – zeig der Branche, was du kannst!

27	Premium-Lieferant	I.p.a. cosmetics GmbH
28	Lieferant	Hawis AG
29	Lieferant	Innique AG
30	Lieferant	Victorinox AG
31	Premium-Lieferant	Jung Bonbonfabrik GmbH
32	Lieferant	Kozio! >>ideas for friends GmbH
33	Strategisch	carbon-connect AG
34	Lieferant	Strotz AG
35	Premium-Lieferant	Karl Knauer KG
36	Lieferant	dameco ag
37	Lieferant	Earline AG
38	Lieferant	Stricker Paul GmbH
39	Lieferant	LAMY B2B Distribution exclusive gifts B2B GmbH
40	Lieferant	Kunststoffwerk AG
41	Lieferant	Pf Concept Int. Cooperatief U.A.
42	Lieferant	MAXIM Ceramics GmbH
43	Premium-Lieferant	meterex Karl Kuntze GmbH & co.
44	Lieferant	L-SHOP-TEAM Schweiz AG
45	Strategisch	Schöni Transport AG
46	Lieferant	New Wave Group SA
47	Premium-Lieferant	Pagani Pens SA
48	Lieferant	Mahlwerk Porzellan GmbH
49	Lieferant	Switcher Trading Sàrl
50	Lieferant	Reisenthal Accessoires GmbH & Co. KG
51	Lieferant	Schneider Schreibgeräte GmbH
52	Lieferant	Toppoint
1		
2	PSI Messe	
3	Lieferant	Stewo International AG



EUROSTYLE
Leather & more. Since 1899.

ZEITLOS, EDEL, STILVOLL

Entdecken Sie hochwertige Business-Essentials von Eurostyle: Edle Designs aus Leder und Lederimitat, perfekt für den Alltag – stilvoll, funktional und stets an Ihrer Seite.

KONTAKTIEREN SIE UNS EINFACH UNTER

+49 921 / 78952-0

EUROSTYLE Dieselstr. 5 · 95448 Bayreuth

MEHR STYLES UNTER: www.eurostyle.eu

mantis
+
BABYBUGZ

Von der Baumwollfaser
bis zum fertigen Textil –
Bekleidung Made in Africa



Verantwortung



Transparenz



Vertrauen



- 100% afrikanisch
- Vollständig zertifiziert
- Heraustrennbare Labels
- Perfekt für die individuelle Veredelung
- Für alle Altersklassen das richtige Modell



AN-APPROVED
VEGAN

Exklusiv erhältlich bei
l-shopteam | schweiz 
textile partner

L-SHOP-TEAM Schweiz AG | Im Langacker 20a | 5405 Dättwil AG
www.l-shop-team.ch | Tel.: +41 56 470 07 07 | info@l-shop-team.ch



bulb
colour up your drink

BULB Eterna

Edelstahl Isolierflasche

- Ab 50 Stück erhältlich
- Flasche Doppelwandig aus Edelstahl
- Hält Getränke 24 Stunden kalt und 12 Stunden warm
- Füllmenge 700ml
- Rundum digital bedruckbar
- Druck in der Schweiz



Innique AG

www.bulb-bottles.ch

hello@innique.ch



Wahlen, Weichenstellungen und neue Gesichter: Rückblick auf die 83. PromoSwiss GV

Ina Klingele – Soft-Marketing PromoSwiss

Rheinfelden, April 2026 – Die 83. Generalversammlung von PromoSwiss, dem Verband Schweizerischer Werbeartikelhändler fand im besonderen Ambiente der Feldschlösschen Getränke AG in Rheinfelden statt. Die Generalversammlung stand ganz im Zeichen von persönlichem Austausch, strategischer Weiterentwicklung und zukunftsgerichteten Verbandsprojekten.

Präsidentenbericht mit Haltung und Tiefgang

Mit einem persönlichen und pointierten Präsidentenbericht eröffnete Urs Germann, Präsident des PromoSwiss Verbands, die Generalversammlung. Er begrüßte die zahlreich erschienenen Mitglieder und Freunde des Verbands herzlich und führte souverän, ruhig und mit spürbarer Nähe zur Branche durch die Versammlung.

Wie schon in den vergangenen Jahren trug Urs Germann seinen Präsidentenbericht bewusst persönlich vor und traf damit erneut den Nerv der Zeit. Seine Worte spiegelten

den aktuellen Zustand der Werbeartikelbranche wider: realistisch, reflektiert und gleichzeitig zuversichtlich. Authentisch und auf den Punkt gebracht, ordnete er das Branchengeschehen ein, benannte Herausforderungen klar und zeigte Perspektiven auf.

Der Bericht wurde nicht nur während der Generalversammlung mit grosser Aufmerksamkeit verfolgt, sondern erhielt auch im Nachgang viel positives Echo. Viele Teilnehmende hoben insbesondere die Echtheit, Aktualität und den klaren Blick auf das Wesentliche hervor – ein Präsidentenbericht, der Orientierung bot und Mut machte.



Starke Entscheide und personelle Weichenstellungen

Im Rahmen der Wahlen bestätigte die Generalversammlung die strategische Weiterentwicklung des Vorstands mit zwei neuen Mitgliedern im Resort Internationale Verbände & Projekte: José A. Martinez, SIGG Switzerland Bottles AG und Salvatore Sangiorgio, reisen-thel® Accessoires:



Mit ihrer internationalen Erfahrung und tiefen Branchenkenntnis verstärken sie die internationale Vernetzung und Projektkompetenz von PromoSwiss.

Bildung & Weiterbildung

Ein herzliches Dankeschön geht an den diesjährigen Gast Rebecca Shara Jäckli, Geschäftsführerin bei Grundbildung Kaufleute Branche Marketing & Kommunikation für den spannenden Vortrag und Einblick in die Welt der KV-Lernenden in der Branche und die wertvollen Inputs. Sie zeigte auf, wie die heutige Bildung der Lernenden in der Werbeartikelbranche vor sich geht. Der Schwerpunkt liegt, im Vergleich zu den anderen Ausbildungsinhalten, auf den ÜK-Kursen. Hier wird den Lernenden die Praxis gezeigt, so dass



diese möglichst schnell im Betrieb eingesetzt werden können und so lernen, Selbstverantwortung zu übernehmen, Dinge selbst umsetzen können und dadurch mehr und mehr Freude am Beruf erlangen und sehen, was sie alles selbst schon bewerkstelligen können.

Digitalisierung & Marketing Tech: beUnity im Fokus

Ein zentrales Thema der Generalversammlung war die Weiterentwicklung der PromoSwiss App, der zentralen Plattform beUnity.

Vorgestellt wurden unter anderem:

- Geplante App Werbung der Lieferanten, klar strukturiert nach Kalenderwochen
- Ein transparenter, für alle zugänglicher Werbeplan innerhalb von beUnity
- Die Einführung neuer App Rubriken wie „Learnings & AHA Momente“, um Erfahrungen aus der Zusammenarbeit – etwa zu Servicequalität oder Kommunikation – konstruktiv zu teilen

Ergänzend dazu baut PromoSwiss sein Weiterbildungsangebot aus und bietet vier Webinare mit Fokus auf die digitale Welt an. Die Themen sind bewusst aktuell, relevant und praxisnah gewählt und richten sich an die konkreten Herausforderungen der Branche.

Marketing & Kommunikation 2026

Die zielgerichtete Kommunikation bleibt ein wichtiges Element, um die Werbeartikelbranche sichtbar, relevant und vernetzt zu positionieren.

Hierzu gehört weiterhin die Bekanntheit auf LinkedIn zu steigern sowie ausgewählte Medienkooperationen (Print & Online) auszubauen. Mit Blick auf die PromoSwiss News 2026 informierte der Vorstand über die kommenden Kommunikationsmassnahmen:

- Sammlung von Inhalten und Inseraten bis Ende April 2026
- Offenheit für neue Ideen aus dem Mitgliederkreis
- Publikation findet im Juli 2026 statt

Premium Lieferanten & Mehrwert für Mitglieder

Ein weiterer Fokus lag auf den inspirierenden Produktpräsentationen der Premium Lieferanten, die den Mitgliedern konkrete Mehrwerte, Inspiration und vertiefte Einblicke entlang der gesamten Lieferkette bieten. Das Zusammenspiel von Qualität, Service und Partnerschaft bleibt ein zentrales Differenzierungsmerkmal des Verbandes. Hierbei wurde von Prodir und Eckert Werbeartikel die neusten Entwickler ihrer Produktpalette gezeigt und selbstverständlich auch Produktmuster verteilt.

Genussvoller Ausklang und inspirierender Austausch

Nach dem offiziellen Teil der Generalversammlung erwartete die Teilnehmenden ein besonderes Highlight: Ein exklusiver Brauerreirundgang bot spannende Einblicke in die traditionsreiche Welt der Feldschlösschen Braukunst und ermöglichte einen Blick hinter die Kulissen.

Der anschliessende Abschluss stand ganz im Zeichen des Genusses – bei einer Bierdegustation und einem zünftigen Brezel-Apéro der anderen Art entstanden erste lebhaftes Gespräche und wertvolle Begegnungen.

Den stimmungsvollen Höhepunkt bildete ein feines, liebevoll zusammengestelltes Dinner, gekrönt von einem eigens kreierten Feldschlösschen Burger. In entspannter Atmosphäre bot sich reichlich Raum für persönlichen Austausch, Vernetzung und angeregte Diskussionen. Ein rundum gelungener Ausklang, der einmal mehr zeigte: **PromoSwiss lebt vom Miteinander und blickt mit klarem Kurs in eine erfolgreiche Zukunft.**



Vorstand PromoSwiss



Urs Germann

Präsident

EarLine AG
Stoffelbachstrasse 7b
8953 Dietikon

Tel. +41 79 223 37 46
urs.germann@promoswiss.ch



Beat Suter

Mitgliedschaften

Eckert Branded Goods AG
Räffelstrasse 20
8045 Zürich

Tel. +41 44 463 11 31
beat.suter@promoswiss.ch



Ina Klingele

*Soft-Marketing /
Vizepräsidentin*

Lyreco Switzerland AG / Promo
Riedstrasse 4
8953 Dietikon

Tel. +41 76 825 93 27
ina.klingele@promoswiss.ch



René Dubach

*Grafik / Tech-
Marketing / TOUCH*

GRAFIC-DESIGN Dubach GmbH
Längmatt 5
6212 St. Erhard

Tel. +41 41 496 04 04
rene.dubach@promoswiss.ch



José Martinez

*Internationale
Verbände*

SIGG Switzerland Bottles AG
Walzmühlestrasse 62
8500 Frauenfeld

Tel. +41 76 470 33 79
jose.martinez@promoswiss.ch



Salvatore Sangiorgio

*Internationale
Verbände & Projekte*

Reisenthel Accessoires GmbH & Co. KG
Zeppelinstrasse 4
D-82205 Gilching

Tel. +49 172 664 58 57
salvatore.sangiorgio@promoswiss.ch



Termine & Events

Aktuelle Termine finden Sie auf unserer Homepage unter der Rubrik Termine oder in der beUnity-App.

1. September 2026

Webinar - Employer Branding und Online Recruiting.

09. September 2026

PromoSwiss Forum & PromoSwiss Night, Spreitenbach

10. September 2026

TOUCH, Der Werbeartikel Tag, Spreitenbach

25. November 2026

Webinar - Generation Z im Arbeitsumfeld. Erwartungen, Verhalten & Kommunikation

13. Januar 2027

PSI Apéro bei Koziol am Stand ab 16.00 Uhr, Köln



Impressum

PromoSwiss NEWS ist der Newsletter für die Werbe- und Verkaufsförderungsartikel-Industrie und erscheint 1 x jährlich.

Herausgeber:

PromoSwiss-Verband
Sekretariat
Sonnhaldenstrasse 1
6353 Weggis
info@promoswiss.ch
www.promoswiss.ch

Redaktion, Texte:

Ressort Marketing, Promoswiss

Gestaltung:

GRAFIC-DESIGN Dubach GmbH

Copyright:

PromoSwiss ©2026

Folgst du uns schon?

Um immer auf dem aktuellsten Stand zu bleiben, folge uns auf LinkedIn und installiere unser beUnity App.



LinkedIn



beUnity App