

# Inspiration Guide

einzartig

werbeartikel agentur





# LetsGo

## 2026 WIRD EIN JAHR, IN DEM MARKEN WIEDER FÜHLEN DÜRFEN.

Wir glauben an Produkte,  
die berühren. An Materialien,  
die Geschichten erzählen.  
An Werbeartikel, die Menschen  
wirklich nutzen – Tag für Tag.

In Zeiten, in denen Budgets  
genauer betrachtet werden,  
zählt vor allem eines:

- Relevanz.
- Produkte, die Sinn machen.
- Designs, die wirken.
- Ideen, die nachhaltig  
Begeisterung auslösen.

Dieser Guide ist dein Startpunkt:  
Trends, Insights und Inspiration für  
ein Jahr voller smarter, kreativer und  
emotionaler Markenerlebnisse.

**Let's Go** – gemeinsam gestalten  
wir mehr als Werbeartikel.  
Wir gestalten Gefühle.

**Marina & Anika**  
einzigartig!



**LetsGo! 26**





## *LetsGo* - MIT GEFÜHL UND SICHERHEIT

**Werbeartikel dürfen berühren.  
Sie dürfen Freude auslösen, Wertschätzung  
zeigen und Marken erlebbar machen.**

Gleichzeitig entstehen Entscheidungen heute unter anderen Vorzeichen: Budgets werden genauer geprüft, Zeit ist knapp und der Anspruch, es richtig zu machen, ist höher denn je. In unserer täglichen Arbeit sehen wir deshalb immer wieder: Nicht der einzelne Artikel entscheidet über den Erfolg – sondern die Sicherheit im gesamten Prozess.

Sicherheit entsteht, wenn Empfehlungen klar sind, Produkte sinnvoll gewählt werden und man sich darauf verlassen kann, dass am Ende alles zusammenpasst. Nicht Überforderung. Nicht Angebotsflut. Sondern Orientierung. Verantwortung bedeutet für uns, mitzudenken, ehrlich einzuordnen und Lösungen zu finden, die realistisch sind – fachlich wie menschlich.

**Gefühl braucht  
Sicherheit, um  
wirken zu können.**



# WARUM HAPTİK VERTRAUEN SCHAFFT

## Was wir anfassen, bewerten wir anders.

Schneller, intuitiver und oft nachhaltiger als das, was wir nur sehen. Genau hier liegt die besondere Stärke von Werbeartikeln: Sie werden erlebt.

## Haptik wirkt dabei auf drei Ebenen:

**Wahrnehmung** – Material, Gewicht und Oberfläche übersetzen Markenwerte in Sekunden.

**Vertrauen** – Angenehme, stimmige Haptik vermittelt Qualität und Verlässlichkeit.

**Nutzung** – Was sich gut anfühlt, wird öfter genutzt. Und genau hier entsteht Wirkung: mehr Nutzung, mehr Kontakte, mehr Markenpräsenz.

Werbeartikel sind deshalb keine Logo-Träger. Sondern einer der wenigen Markenmomente, die wirklich erlebt werden.



## DER EINZIGARTIG-GEDANKE

Ein guter Werbeartikel erklärt sich nicht.  
Er fühlt sich richtig an.

Deshalb starten wir nicht mit der Frage:  
**Welches Produkt?**  
Sondern mit der Frage:  
**Wie soll sich deine Marke anfühlen?**





# LetsGo - STATE OF SUSTAINABILITY 2026

## Zwischen Anspruch, Budget und Alltag

### **Nachhaltigkeit ist 2026 kein neues Thema mehr.**

Und trotzdem fühlt es sich für viele Unternehmen herausfordernder an denn je. Budgets stehen unter Druck, Entscheidungen müssen schneller getroffen werden und der Fokus rückt wieder stärker auf den Preis. Gerade in der Werbeartikelbranche ist das deutlich spürbar

Der Wunsch, verantwortungsvoll zu handeln, steht oft im Spannungsfeld mit dem Tagesgeschäft. Zwischen Anspruch und Realität. Zwischen Haltung und Machbarkeit. Zwischen „wir würden gerne“ und „wir müssen entscheiden“.

Genau hier entstehen Unsicherheiten. Nicht, weil Nachhaltigkeit unwichtig geworden ist – sondern weil sie komplexer geworden ist.

### **Nachhaltigkeit ist kein Zustand. Sie ist ein permanenter Aushandlungsprozess.**



## **Warum Einordnung wichtiger ist als Labels**

### **„Nachhaltig“, „recycelt“, „umweltfreundlich“**

– Begriffe, die überall auftauchen. Lange Zeit wurden sie kaum hinterfragt. 2026 hat sich das verändert. Nicht, weil alle perfekt sein wollen, sondern weil Rahmenbedingungen strenger werden und Sensibilität wächst.

Ein einfaches Label reicht oft nicht mehr aus. Gleichzeitig fehlt im Alltag die Zeit, jedes Produkt im Detail zu prüfen.

Genau hier sehen wir unsere Rolle.

Wir glauben nicht an perfekte Lösungen. Aber an nachvollziehbare Entscheidungen. An Transparenz statt Versprechen. Und an Produkte, deren Wirkung man einordnen kann – ökologisch, wirtschaftlich und kommunikativ.

**Nachhaltig schenken heißt nicht, mehr auszugeben. Es heißt, bewusster auszuwählen.**



## **DER EINZIGARTIG-GEDANKE**

Wir entscheiden nicht für unsere Kunden.  
Wir schaffen Orientierung.

Damit Nachhaltigkeit nicht zur Überforderung wird – sondern zu einer Entscheidung, hinter der man stehen kann.



# LetsGo MATERIAL - DER TREND

## DER WEG ZU KLARHEIT

**2026 geht es bei Materialien weniger um „neu“ - und mehr um „klar“.**

Monomaterialien sind einer der wichtigsten Trends in der Werbeartikelbranche. Nicht, weil sie alles besser machen. Sondern weil sie Entscheidungen einfacher machen. Ein Material, ein Kreislauf, weniger Komplexität.

Gerade in einer Zeit, in der Nachhaltigkeit erklärungsbedürftig geworden ist, schaffen Monomaterialien Orientierung. Sie machen Produkte nachvollziehbarer - in der Herstellung, in der Nutzung und am Ende ihres Lebenszyklus.

Monomaterial ist dabei kein Dogma. Aber ein starkes Signal.

**Ein Material. Ein Gedanke. Ein klarer Weg.**



**Neuheit 2026:  
Mono Shopper  
aus Bio-Baumwolle  
von Halfar**

## BAUMWOLLE

### Monomaterial konsequent gedacht

Baumwolle gilt als natürliches Material. Und genau deshalb wird oft übersehen, dass viele Baumwollprodukte keine echten Monomaterialien sind. Nähte aus Polyester machen Recycling komplexer - ein Detail, das man kennen sollte. Der Mono Shopper von Halfar zeigt, dass es auch anders geht.

Stoff und Nähte bestehen vollständig aus Baumwolle. Ein konsequent gedachter Werbeartikel, der den Monomaterial-Ansatz sichtbar macht - ohne auf Funktion oder Alltagstauglichkeit zu verzichten. Entscheidend bleibt die Nutzung.

Hochwertige Baumwolltaschen werden oft, lange und gerne verwendet. Genau das macht sie zu sinnvollen Begleitern im Alltag - besonders dann, wenn Materialkonzepte transparent sind.



# KUNSTSTOFF

## Verantwortung beginnt bei der Quelle

Kunststoff ist eines der emotionalsten Materialien überhaupt. Zu Recht. Und trotzdem bleibt er in vielen Anwendungen unverzichtbar.

Der entscheidende Hebel liegt nicht im Material allein – sondern in seiner Herkunft.

Post-Consumer-Kunststoffe spielen dabei eine zentrale Rolle. Bereits genutztes Material wird wiederaufbereitet und erneut eingesetzt. Das spart Ressourcen und Energie – vorausgesetzt, Produkte sind klar gedacht und korrekt entsorgt.

Mit dem Level Up Kugelschreiber von Ritter zeigt sich, wie moderne Materialkonzepte aussehen können. Der Einsatz von biobasiertem PHA-Kunststoff verzichtet auf fossile Rohstoffe und macht neue Wege sichtbar – ohne Funktion oder Qualität zu verlieren.

**Kunststoff ist kein Widerspruch.  
Aber er braucht Einordnung.**

Neuheit 2026:  
Level Up  
Kugelschreiber  
aus PHA  
von Ritter

 RITTER PEN®

WOW

## DER EINZIGARTIG-GEDANKE

Monomaterial ist kein Muss.  
Aber es hilft, Verantwortung sichtbar zu machen.

Genau deshalb sprechen wir darüber –  
nicht als Trend, sondern als Orientierung.



# LetsGo PRODUCT TRENDS

## VOM MATERIAL ZUR ENTSCHEIDUNG

Materialien sind die Grundlage guter Werbeartikel.  
Sie entscheiden über Haptik, Nutzung und Nachhaltigkeit.  
Doch Materialien wirken nicht für sich allein. Erst im Zusammenspiel mit Design, Funktion und Einsatz entstehen Produkte, die im Alltag funktionieren – und zur Marke passen.

Genau hier beginnt der nächste Schritt.  
Nicht theoretisch.  
Sondern ganz konkret



So zeigen  
sich Material-  
entscheidungen  
2026 in  
Produkten.





## LIFESTYLE

### Produkte für kleine Momente mit Wirkung

Lifestyle-Werbeartikel funktionieren dann am besten, wenn sie sich selbstverständlich in den Alltag einfügen. Sie sind persönlich, praktisch und nah an den Menschen, die sie nutzen.

Es geht nicht um große Gesten. Sondern um Details, die zeigen: Hier wurde mitgedacht.

### Warum sie uns begeistern:

Weil sie Nähe schaffen – und genau dort Wirkung entfalten.

### Typische Einsatzfelder:

Mailings · Onboarding · Events · Mitarbeiteraktionen





# LetsGo PRODUCT SPOTLIGHTS · LIFESTYLE



## AUGENPADS MIT HYALURON & KOFFEIN

Ein Mailing, das überrascht.  
Ein Willkommensgruß, der hängen bleibt. Die Augenpads sind leicht, persönlich und sofort einsetzbar. Selfcare als Werbeartikel – unaufdringlich, modern und wirkungsvoll.

### Ideal für:

Mailings · Onboarding ·  
HR-Aktionen

### Plus:

Streuartikel · ab kleinen  
Stückzahlen einsetzbar

## COFFEE-TO-GO BECHER ZUM UMHÄNGEN

Der Kaffee unterwegs.

### Ein Statement für Mutige.

Dieser Becher will gesehen werden. Er wird getragen, nicht versteckt. Er verbindet Menschen auf Events, macht Teams sichtbar und wird zum Gesprächsanlass – ganz ohne Worte. Kein Werbeartikel für alle. Sondern für Marken, die Haltung zeigen und Präsenz aushalten.

### Ideal für:

Events · Teamtage · Workshops · Markenauftritte

### Plus:

sichtbar · auffällig · nichts für leise Marken



## BELEUCHTETER, WIEDERAUFLADBARER MAKE-UP-SPIEGEL

Ein schneller Check vor dem nächsten Termin. Der kleine Alltagshelfer, den man gern dabei hat. Persönlich, praktisch und mit Augenzwinkern – klar positioniert für Women-only Aktionen.

### Ideal für:

Events · Onboarding  
· persönliche Geschenke





## OUTDOOR

### Produkte für Bewegung, Alltag und draußen

Outdoor-Werbeartikel sind 2026 keine Nischenprodukte mehr. Sie begleiten Menschen im Alltag – auf dem Weg zur Arbeit, beim Sport, unterwegs am Wochenende. Entscheidend ist nicht das Abenteuer, sondern die Funktion im echten Leben.

Robust, durchdacht und so gestaltet, dass sie gerne mitgenommen werden.

Warum sie uns begeistern:

Weil sie Aktivität sichtbar machen – und Marken dort platzieren, wo Bewegung stattfindet.

### Typische Einsatzfelder:

Events · Sommeraktionen · Mitarbeiteraktionen · Sport & Freizeit





# LetsGo PRODUCT SPOTLIGHTS · OUTDOOR

## FALTBARE TRINKFLASCHE

Leicht. Platzsparend. Immer dabei.

Die faltbare Trinkflasche ist gemacht für unterwegs. Sie verschwindet im Rucksack, sobald sie leer ist – und ist genau dann da, wenn man sie braucht.

### Ideal für:

Events · Sommeraktionen  
· Sport · Outdoor

### Plus:

geringes Packmaß  
· alltagstauglich · moderner Begleiter



## SPORTBRILLE

Funktion trifft Haltung.

Die Sportbrille ist mehr als Schutz. Sie steht für Bewegung, Aktivität und einen aktiven Lebensstil – sichtbar getragen und natürlich super stylisch.

### Ideal für:

Sportevents · Teamaktionen · Outdoor  
- Kampagnen

### Plus:

starkes Statement · hohe Sichtbarkeit



## MULTITOOL

Klein. Durchdacht. Überraschend vielseitig.

Ein Werbeartikel, der bleibt, weil er hilft. Ob unterwegs, im Alltag oder im kleinen Moment zwischendurch – das Multitool zeigt: Hier wurde praktisch gedacht.

### Ideal für:

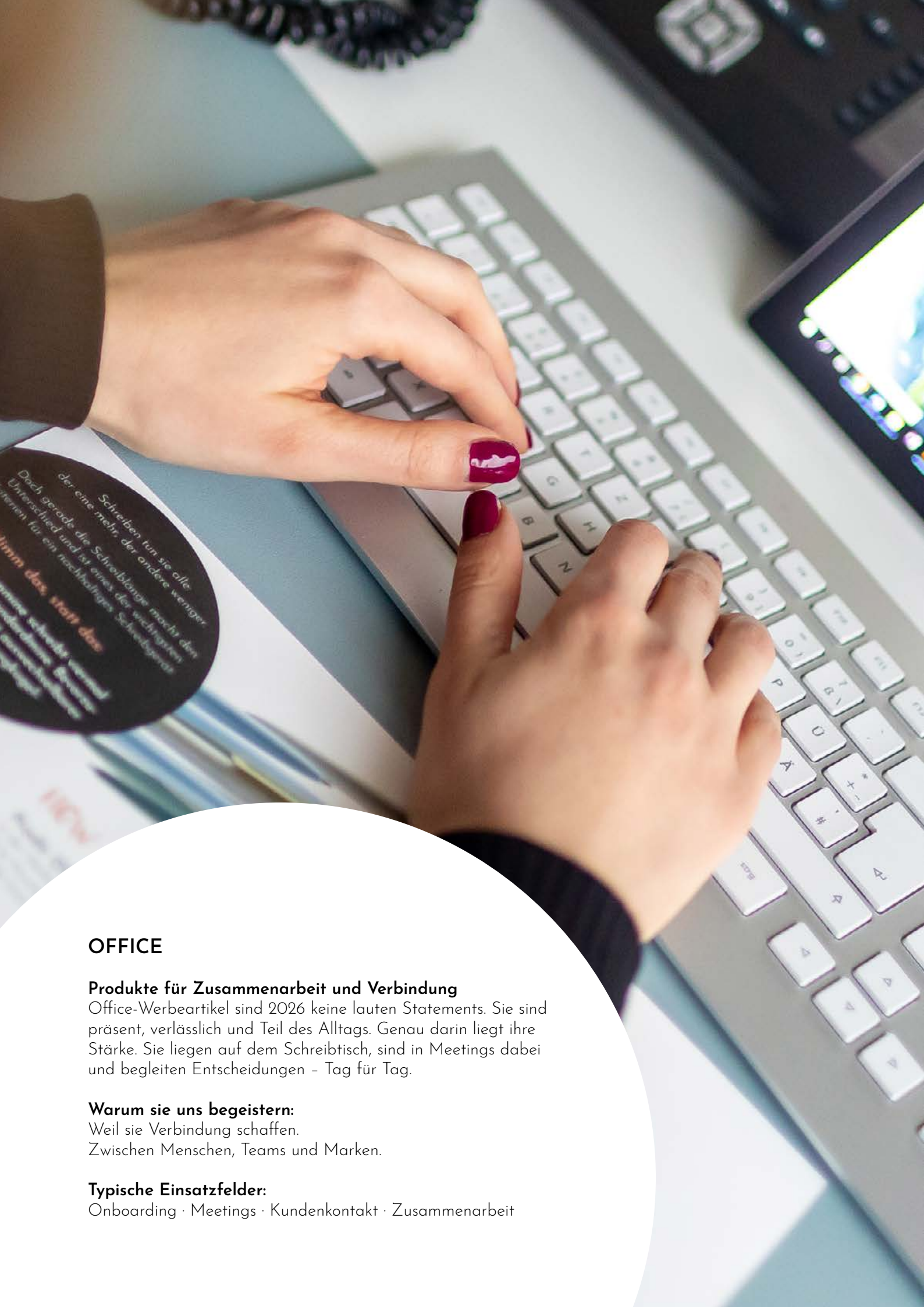
Mailings · Events · Mitarbeiteraktionen

### Plus:

langlebig · hoher Nutzwert · kompakt







Schreiben tun sie alle  
der eine mehr, der andere weniger.  
Doch gerade die Schreiblinge macht den  
Unterschied und ist eines der wichtigsten  
Werkzeuge für ein nachhaltiges Schreibgespräch.  
Nimm das, statt das  
...  
...  
...  
...  
...

## OFFICE

### Produkte für Zusammenarbeit und Verbindung

Office-Werbeartikel sind 2026 keine lauten Statements. Sie sind präsent, verlässlich und Teil des Alltags. Genau darin liegt ihre Stärke. Sie liegen auf dem Schreibtisch, sind in Meetings dabei und begleiten Entscheidungen – Tag für Tag.

### Warum sie uns begeistern:

Weil sie Verbindung schaffen.  
Zwischen Menschen, Teams und Marken.

### Typische Einsatzfelder:

Onboarding · Meetings · Kundenkontakt · Zusammenarbeit



# LetsGo PRODUCT SPOTLIGHTS · OFFICE



## MS8 ALUMINIUM-KUGELSCHREIBER VON PRODIR

Schreiben als bewusste Handlung.  
Der MS8 ist kein Streukugelschreiber.  
Er ist ein hochwertiger Begleiter für den Alltag –  
gedacht für langfristige Nutzung, nicht für  
schnelle Reichweite.

Reduziert im Design, angenehm in der Hand  
und gemacht für Menschen, die täglich schreiben.  
Ein Office-Werbeartikel, der Professionalität  
vermittelt – leise, aber klar.

### **Ideal für:**

Onboarding · Meetings · Kundentermine

### **Plus:**

· langlebig · hochwertige Haptik  
· bewusste Entscheidung

## MC01 KARABINER - FÜR STARKE VERBINDUNGEN

Ein kleines Detail mit klarer Botschaft.  
Der MC01 Karabiner steht sinnbildlich für  
Verbindung: zusammenhalten, sichern, verknüpfen.  
Ein Office-Artikel, der nicht erklärt werden  
muss – sondern wirkt.

Reduziert im Design, hochwertig verarbeitet  
und vielseitig einsetzbar – bei Bedarf auch als  
dezentler Taschencharm.

### **Ideal für:**

Onboarding · Teamaktionen · interne Kampagnen

### **Plus:**

· Symbolkraft · vielseitig · unaufdringliches Design







## TECHNIK

### Technik, die mitdenkt

Technik-Werbeartikel funktionieren 2026 dann, wenn sie Probleme lösen – nicht neue schaffen. Sie sind leise integriert, funktional und genau dort hilfreich, wo Alltag schnell unübersichtlich wird.

Warum sie uns begeistern:  
Weil guter Nutzen keine Erklärung braucht.

### Typische Einsatzfelder:

Arbeitsalltag · Reisen · Homeoffice · Onboarding  
Alles auf einen Blick – hier alle Produkte nochmal abbilden als Übersicht



# LetsGo PRODUCT SPOTLIGHTS · TECHNIK



## 2-IN-1 LOCATOR TAG

Suchen war gestern.  
Der 2-in-1 Locator Tag hilft, Dinge wiederzufinden, die im Alltag schnell verschwinden: Schlüssel, Taschen, Rucksäcke. kompakt und unauffällig integriert – ein Technikartikel, der Sicherheit vermittelt, ohne aufzufallen.

### Ideal für:

Onboarding · Mitarbeitergeschenke  
· Reisen

### Plus:

alltagstauglich · dezente Technik  
· hoher Nutzwert



## BRAID - MAGNETISCHES SCHNELLladeKABEL (60W)

Ordnung, die bleibt.  
Das BRAID Kabel verbindet Funktion mit Materialbewusstsein. Geflochtenes, magnetisches Kabel aus **GRS-zertifiziertem rPET und Aluminium** - tangle-free, ordentlich aufrollbar und immer einsatzbereit.

Ein Technikartikel für Menschen,  
die genug von Kabelsalat haben.

### Ideal für:

Arbeitsalltag · Homeoffice · Business-Reisen

### Plus:

60W Schnellladung · langlebig  
· sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis



## GENUSS

### Kleine Streuartikel mit großer Wirkung

Genuss-Werbeartikel haben eine besondere Stärke: Sie werden **nicht aufbewahrt**, sondern **konsumiert**. Und genau darin liegt ihre Wirkung.

Sie schaffen einen kurzen Moment der Aufmerksamkeit, ein gutes Gefühl und einen positiven Kontakt zur Marke – ohne erklärungsbedürftig zu sein.

### Warum sie uns begeistern:

Weil sie Nähe schaffen. Schnell. Direkt. Und sympathisch.

### Typische Einsatzfelder:

Mailings · saisonale Aktionen · Kundenkontakte · interne Anlässe





# LetsGo PRODUCT SPOTLIGHTS · GENUSS

## FLAVOUR CARD - TRINKGENUSS MIT GESCHMACK

Mehr trinken. Mehr Geschmack.  
Ganz ohne Zucker. Die Flavour Card  
ist ein moderner Genuss-Streuartikel,  
der sofort genutzt wird. Ein kleines  
Format mit hoher Reichweite  
- ideal für den Büroalltag, Meetings  
oder als Beileger.

### Ideal für:

Meetings · Mailings · Events  
· Beilagen

### Plus:

aktueller Trend · erklärungsarm ·  
budgetfreundlich



## DUPLO OSTERHASE - SAISONALE AUFMERKSAMKEIT

Ostern ist der perfekte Anlass für eine kleine Geste. Der Duplo Osterhase verbindet bekannte Markenqualität mit einem emotionalen Zeitpunkt im Jahr. Ein klassischer Genuss-Streuartikel, der Wertschätzung zeigt und in Erinnerung bleibt.

### Ideal für:

Kundengrüße · Mitarbeiteraktionen ·  
Osterkampagnen

**Plus:** hohe Akzeptanz · saisonal  
· ideal für größere Stückzahlen



# LetsGo PRODUCT TRENDS 2026



Mono Shopper aus Bio-Baumwolle von Halfar



2-in-1 Locator Tag



Faltbare Trinkflasche



Beleuchteter, wiederaufladbarer Make-up-Spiegel



Coffee-to-go Becher zum Umhängen



Augenpads mit Hyaluron & Koffein



MC01 Karabiner



Sportbrille



MS8 Aluminium-Kugelschreiber von Prodir



Duplo Osterhase



Flavour Card



Level Up Kugelschreiber aus PHA von Ritter



Multitool



BRAID - magnetisches Schnellladekabel







## NACHGEFRAGT

BEI EUROPAS GRÖSSTEM  
ADVENTSKALENDER-SPEZIALISTEN

**Was passiert, wenn man  
Nachhaltigkeit nicht als  
Etikett versteht, sondern als  
Verantwortung?**

Diese Frage begleitet viele Unternehmen – besonders bei emotionalen Produkten wie Adventskalendern oder Food-Give-aways.

Wir haben sie an CD-LUX weitergegeben.

Seit 1997 entwickelt und produziert CD-LUX individuelle Adventskalender für Unternehmen in ganz Europa – direkt beim Hersteller, in großen wie in kleinen Stückzahlen. Statt eines klassischen Interviews ist ein Gespräch entstanden, das überrascht.



**„Nachhaltigkeit beginnt für uns nicht beim Produkt  
– sondern bei der Entscheidung“**

Im Austausch wird schnell klar:  
Bei CD-LUX ist Nachhaltigkeit kein einzelner Baustein,  
sondern ein Zusammenspiel.

Alle Druckprodukte entstehen standardmäßig auf FSC-zertifiziertem Papier, alternativ sind Recycling-, Natur- oder Graspapiere möglich. Auch der Inhalt folgt diesem Anspruch – etwa durch den Einsatz von Fairtrade-Schokolade. Für jede Bestellung wird ein Baum gepflanzt.

Doch was uns besonders überzeugt hat: Nachhaltigkeit endet hier nicht bei Material und Verpackung. Energieversorgung über Photovoltaik, zertifizierte Prozesse und soziale Verantwortung gehören selbstverständlich dazu. Genau dieser ganzheitliche Blick ist es, der nachhaltige Werbeartikel glaubwürdig macht – und den viele unterschätzen.

**Warum uns ein kleines Produkt besonders  
hängen geblieben ist**

Zwischen aufwendig gestalteten Adventskalendern und markanten 3D-Formen hat uns im Gespräch ein bewusst reduziertes Produkt besonders abgeholt: der duplo 3er.

Drei Riegel duplo, hochwertig verpackt in einer FSC-zertifizierten Hülle, individuell bedruckbar und in Deutschland produziert. Für jeden Auftrag wird ein Baum gepflanzt.

Was auf den ersten Blick schlicht wirkt, ist in der Wirkung stark. Der duplo 3er zeigt, wie Wertschätzung auch im Kleinen funktioniert. Er ist kompakt, persönlich und ideal für Mailings, Events oder als kleines Zeichen an Mitarbeitende und Kunden. Kein Übermaß, keine Materialschlacht – sondern ein klarer Moment.






# LetsGo SYSTEMS

## Warum einzelne Produkte nicht mehr ausreichen

2026 verändert sich die Rolle von Werbeartikeln grundlegend. Nicht, weil es plötzlich andere Produkte gibt, sondern weil sich die Fragen der Unternehmen verändert haben. Budgets stehen unter Druck, Entscheidungen müssen schneller getroffen werden und jeder eingesetzte Euro soll spürbar wirken. Gleichzeitig wird klar: Werbeartikel lassen sich nicht mehr rein operativ denken. Sie müssen strategisch angegangen werden. Es geht nicht mehr um die Frage „Welchen Werbeartikel bestellen wir?“, sondern darum, wie sich ein Artikel sinnvoll in Marken-, HR- oder Nachhaltigkeitskonzepte einfügt. Werbeartikel werden damit weniger zum Einzelstück und mehr zum Baustein eines größeren Ganzen.

Unternehmen denken zunehmend in Prozessen statt in Aktionen. Onboarding, Employer Branding, Kundenbindung oder Events werden nicht mehr einzeln betrachtet, sondern strategisch aufeinander abgestimmt. Genau hier entfalten Werbeartikel ihre größte Stärke: wenn sie kombinierbar, wiederkehrend und weiterdenkbar sind. Gleiche Produkte, unterschiedliche Anlässe. Ein Basisartikel mit wechselnden Botschaften. Wirkung entsteht nicht durch Menge, sondern durch Zusammenhang.

Durchdachte Werbeartikel-Systeme schaffen Klarheit – auch im Budget. Sie reduzieren Streuverluste, ermöglichen Planung statt Spontanentscheidungen und sorgen intern für Orientierung. Dieser Wandel wird nicht von Kreativabteilungen getrieben, sondern von Einkauf, HR, Nachhaltigkeit und Markenführung. Der Wunsch ist klar: weniger Einzelentscheidungen, weniger Abstimmungsaufwand, mehr Stringenz und bessere Planbarkeit.



Wenn alle  
sparen, zählt  
Strategie.



## DER EINZIGARTIG-GEDANKE

Wir glauben nicht an einzelne Werbeartikel, sondern an strategisch gedachte Konzepte, die sich anfühlen wie aus einem Guss.

Ein Werbeartikel ist dann nicht einfach ein Produkt, sondern Teil einer Geschichte, eines Prozesses, eines Systems.





## BEST PRACTICE

### Wenn aus einem Markenrelaunch ein Werbeartikel wird

Der Ausgangspunkt war kein Werbeartikel. Sondern ein **Markenrelaunch**.

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit der **Ölmühle Hartmann** ging es zunächst um Gestaltung, Positionierung und Markenwirkung. Erst im Prozess wurde deutlich, welches Potenzial in diesem Produkt steckt: ein hochwertiges Öl aus einer kleinen Manufaktur, geprägt von Qualität, Handwerk und Alltagsnähe.

Aus dem Markenrelaunch entstand so ein **Werbeartikel**, der nicht konstruiert wirkt, sondern aus Überzeugung funktioniert.

### Was daraus entstanden ist

Ein Genussprodukt, das alles mitbringt, was ein guter Werbeartikel braucht:

echte Qualität, glaubwürdige Herkunft und einen klaren Nutzen im Alltag. Gleichzeitig unterstützt man mit jedem Einsatz eine kleine Manufaktur – bewusst, nachvollziehbar und ohne Erklärungsbedarf.

### So wird aus Öl ein Werbeartikel:

- als **Einzelflasche** oder als **3er-Set**
- in **sechs verschiedenen Sorten**
- mit **individuellem Etikett** für deine Botschaft
- und einer **passenden Verpackung**, die deine Story trägt

Die Qualität des Produkts bleibt unverändert. Gestaltung, Botschaft und Verpackung machen es zu deinem Werbeartikel. So entsteht ein Geschenk, das persönlich ist, genutzt wird und bei jedem Anlass anders wirkt.



## DER EINZIGARTIG-GEDANKE

Dieses Projekt zeigt, was passiert, wenn man beim Markenrelaunch nicht stehen bleibt. Wenn Gestaltung weitergedacht wird – bis hin zum Werbeartikel.

Manchmal ist ein Etikett nur der Anfang. Und manchmal wird daraus ein Werbeartikel, der wirklich einzigartig ist.



# KARRIERERSTEIN

## - ZUGEHÖRIGKEIT, DIE MAN SPÜRT

Das vorherige Beispiel zeigt, wie aus einem bestehenden Produkt ein Werbeartikel wird. Der Karrierestein geht einen Schritt weiter:

Er ist **kein Produkt**, sondern ein **System**, das von Anfang an für Employer Branding entwickelt wurde. Employer Branding beginnt beim Ankommen

### Employer Branding beginnt nicht beim Recruiting.

Es beginnt mit dem Gefühl, wirklich anzukommen – am ersten Arbeitstag und an all den Tagen danach. Genau hier setzt Karrierestein an.

Als Employer-Branding-Tool, das Menschen nicht nur willkommen heißt, sondern ihnen zeigt: *Du bist gemeint. Du bist Teil davon. Von Anfang an.*

### Der erste Moment zählt

Zum Start konfiguriert sich jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter selbst als Mini-Double. Hautfarbe, Haarfarbe, Frisur und zwei persönliche Accessoires machen daraus kein Symbol, sondern ein kleines Abbild der eigenen Persönlichkeit.

Der Konfigurator lässt sich vollständig an das Corporate Design des Unternehmens anpassen. So fühlt sich Employer Branding nicht aufgesetzt an, sondern vertraut. Das Mini-Double steht auf einem Sockel, ergänzt um Unternehmens- und Namensstein – ein stilles, aber klares Zeichen: Schön, dass du da bist.

### Wertschätzung, die weitergeht

Karrierestein endet nicht beim Onboarding. Für jedes Jahr der Betriebszugehörigkeit erhält der Mitarbeitende automatisch einen Jahresstein – pünktlich zum Eintrittsdatum.

Ohne Erinnerungen.

Ohne Listen.

Ohne zusätzlichen Aufwand für HR.

Ist das System einmal eingeführt, läuft es im Hintergrund. Jahr für Jahr wächst der Karrierestein weiter – und mit ihm das Gefühl von Zugehörigkeit. Anerkennung wird nicht zur Aufgabe, sondern zur Selbstverständlichkeit.

### Warum das wirkt

Menschen bleiben dort, wo sie sich gesehen fühlen. Nicht, weil jemand es sagt – sondern weil sie es erleben. Karrierestein macht genau das sichtbar: auf dem Schreibtisch, im Büro, im Alltag. Die Mini-Doubles werden fotografiert, geteilt und weitererzählt. Unternehmenskultur zeigt sich – leise, aber ehrlich.



## DER EINZIGARTIG-GEDANKE

Wir glauben, dass Mitarbeiterbindung nicht laut sein muss. Sondern echt.

Karrierestein ist kein Geschenk und kein klassischer Werbeartikel. Er ist ein System für Wertschätzung, das mit Menschen wächst. Vom ersten Tag an. Jahr für Jahr.



# MINI-RATGEBER · QUICKSTART 2026

## So triffst du gute Entscheidungen für Werbeartikel

Werbeartikel wirken dann, wenn sie nicht isoliert gedacht werden, sondern sinnvoll eingebettet sind. Dieser Quickstart hilft dir, schnell Klarheit zu gewinnen – ohne dich durch Kataloge zu arbeiten.

### Der schnelle Check

Bevor du dich für einen Werbeartikel entscheidest, frage dich:

1

- Wird er im Alltag genutzt – oder nur verteilt?
  - Passt er zu Marke, Anlass und Budget?
  - Lässt er sich wieder einsetzen oder weiterdenken?
- Gute Werbeartikel funktionieren nicht einmal. Sondern immer wieder.

2

#### Den Anlass klar definieren

Ein Werbeartikel ohne klaren Anlass verliert schnell an Wirkung. Onboarding, Jubiläum, Event oder Kampagne stellen unterschiedliche Anforderungen. Je klarer der Kontext, desto stimmiger die Entscheidung.

3

#### Packaging ist Teil der Botschaft

Verpackung ist kein Zusatz. Sie entscheidet, ob ein Produkt als Werbeartikel oder als Wertschätzung wahrgenommen wird. Ein gutes Packaging trägt die Geschichte mit – leise, aber wirkungsvoll.

4

#### Branding, das selbstverständlich wirkt

Gutes Branding fällt nicht auf. Es passt. Wenn ein Werbeartikel sich wie ein natürlicher Teil der Marke anfühlt, muss nichts erklärt werden.

5

#### Nachhaltigkeit pragmatisch gedacht

Nachhaltigkeit beginnt nicht bei Zertifikaten, sondern bei bewussten Entscheidungen. Weniger, aber sinnvoll. Langlebig statt austauschbar. Produkte, die genutzt werden und im System funktionieren.

#### Zum Schluss

Gute Entscheidungen entstehen aus Klarheit. Aus Erfahrung. Und aus Werbeartikeln, die strategisch gedacht sind. Wenn du Werbeartikel nicht einzeln, sondern im Zusammenhang betrachtest, entsteht Wirkung, die bleibt.

*Lets Go*





einzigartig

werbeartikel einzigartig GmbH  
Alfred-Nobel-Straße 9  
86156 Augsburg  
0821 650 801 - 0  
[kontakt@einzigartige-werbeartikel.de](mailto:kontakt@einzigartige-werbeartikel.de)  
[www.einzigartige-werbeartikel.com](http://www.einzigartige-werbeartikel.com)