PRESSEINFORMATION

edding präsentiert neuen Highlighter mit Blauem Engel

(Ahrensburg, September 2026) **Nachhaltigkeit bleibt ein wichtiges Kaufkriterium für Verbraucher. Gleichzeitig wünschen sie sich Orientierung durch vertrauenswürdige und unabhängige Umweltzeichen. Für den Handel bieten zertifizierte Produkte daher attraktive Chancen zur Differenzierung und Umsatzsteigerung. Mit dem neuen edding 341 Textmarker, der mit dem Blauen Engel ausgezeichnet wurde, erweitert edding sein Sortiment um einen Highlighter, der moderne Produktgestaltung mit den anspruchsvollen Umweltkriterien des Blauen Engels verbindet. Die Auszeichnung zählt zu den bekanntesten Umweltzeichen Deutschlands und steht für transparente sowie anspruchsvolle Vergabekriterien.**

Schwarz trifft Neon

Der neue edding 341 überzeugt bereits auf den ersten Blick: Sein schwarzer Schaft sorgt für einen modernen, hochwertigen Auftritt am POS und hebt sich deutlich von klassischen Textmarkern ab. Dabei trifft das elegante Design auf fünf brillante Neonfarben, die für maximale Markierwirkung sorgen. Kappe und Schaft des edding 341 bestehen zu mindestens 90 Prozent aus PCR-Material und er ist nachfüllbar, wodurch eine längere Produktnutzung unterstützt wird. Dass das Design den Zeitgeist trifft, zeigen Konsumentenbefragungen aus Deutschland Ende 2025: Fast 75 Prozent der Befragten gaben an, den Kauf eines schwarzen Highlighters in Erwägung zu ziehen. Ergänzt wird das attraktive Erscheinungsbild durch ein überzeugendes Preis-Leistungs-Verhältnis, ein besonders weiches Schreibgefühl sowie einen abgeflachten Schaft für komfortables und ergonomisches Markieren.

Alternative: Highlighter mit Kappe und Schaft aus überwiegend nachwachsenden Rohstoffen

Für Verbraucher, die bei nachhaltigen Produkten gezielt auf nachwachsende Rohstoffe setzen, bleibt zudem der bewährte **edding 24 Textmarker** im Sortiment. Dieser wurde bereits 2018 mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Kappe und Schaft bestehen zu mindestens 90 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen auf Basis von Zuckerrohr. Damit bietet edding dem Handel ab sofort gleich zwei zertifizierte Alternativen für unterschiedliche Nachhaltigkeitspräferenzen.

Umfangreiche Verkaufsunterstützung

Für einen erfolgreichen Abverkauf begleitet edding die Markteinführung des neuen edding 341 mit vielfältigen Marketing- und POS-Maßnahmen. Dazu zählen unter anderem Online-Banner, Social-Media-Aktivitäten, attraktive Musterkarten, aufmerksamkeitsstarke Key Visuals sowie weitere verkaufsfördernde Materialien. So erhält der Handel wirkungsvolle Unterstützung, um das Potenzial des neuen Highlighters optimal auszuschöpfen.

Pressekontakt:

Christiane Gieschen, edding Gruppe
Telefon: 04102/808 0
E-Mail: cgieschen@edding.de

edding, brand of the
eddinggroup