



Contact Methods  
Mob: (86)18668768846  
Tel: (86) 577 68668118  
Wechat: zigpac123  
Skype: bruce.chan1999  
E-mail: bruce@zigpac.com  
Whatsapp: +86-18668768846  
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info  
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited  
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin  
Commercial and Residential Building, Longgang  
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



# YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES

---



---

## Individuelle Kühlschrankmagnete für Marken, Souvenirs und Veranstaltungen: Ein B2B-Leitfaden zur Wahl des passenden Typs

---

### Details

**Kurze Antwort:** Wählen Sie individuelle Kühlschrankmagnete nach dem Einsatzzweck, nicht nach dem Aussehen. Flexible bedruckte Magnete eignen sich für Werbesendungen und Verteilartikel in großen Stückzahlen. Magnete aus Acryl und mit Epoxidkuppel passen zu Geschenktüten und Verkaufsregalen, in denen der wahrgenommene Wert zählt. Weich-PVC eignet sich für verspielte Designs, die grob angefasst werden, Metall für hochwertige Erinnerungsstücke. Bevor Sie Angebote anfragen, klären Sie die Magnetsicherheit und ob der Magnet auf den Kühlschränken Ihrer Zielgruppe hält.

Ein Magnet an der Küchentür bleibt oft noch lange im Blick, nachdem ein Flyer längst im Altpapier gelandet ist. Deshalb sind individuelle Kühlschrankmagnete weiterhin ein fester Bestandteil für Immobilienmakler, Tourismushändler, Veranstalter und Konsumgütermarken. Schwierig ist nicht die Entscheidung für Magnete, sondern die Wahl zwischen flexiblen Magneten sowie Acryl-, PVC-, Metall- und Epoxidformaten, die sich im Umschlag, in der Geschenktüte oder im Souvenirständer jeweils anders verhalten. Dieser Leitfaden ordnet jedes Format einem Kampagnenziel, einer Zielgruppe und einem Vertriebsweg zu, damit der bestellte Magnet auch wirklich am Kühlschrank bleibt.



### Warum verfehlen so viele Werbemagnete ihr Ziel?

**Das Problem:** Die meisten Magnetbestellungen beginnen mit einem Musterfoto und einem Stückpreis, nicht mit der Kampagne. Die Nachfrage ist groß genug, um viele Anbieter anzuziehen. Einer Schätzung zufolge liegt das globale Segment für individuelle Magnete bei rund USD 450 Millionen und wächst um 6,5 % pro Jahr ([HTF Market Intelligence<sup>\[1\]</sup>](#)). Die Auswahl an Anbietern ist

groß, aber bei der Wahl des Formats machen Käufer meist Fehler.

**Der Schmerzpunkt:** Drei Fehlermuster wiederholen sich in Käuferbewertungen und Hersteller-Foren.

- **Format und Vertriebsweg passen nicht zusammen.** Ein schwerer Kuppelmagnet, der lose in Umschlägen verschickt wird, kommt angeschlagen an. Ein dünner bedruckter Magnet im Regal eines Museumsshops wirkt wie ein Gratisartikel und lässt sich zu Geschenkpreisen nicht verkaufen.
- **Funktionsmangel.** Eine dicke Harz- oder Acrylfront erhöht das Gewicht, ohne die Haltekraft zu steigern, sodass der Magnet kippt und rutscht. Schwacher Klebstoff lässt die Rückseite schon nach Wochen abgehen. Manche Edelstahltüren ziehen einen Magneten kaum an.
- **Überraschungen bei der Konformität.** Kleine, starke Magnete, die sich lösen können, sind in den USA reguliert, und die Behörden sind bereits gegen Kühlschrankmagnete vorgegangen, die die Vorgaben nicht erfüllen.

**Die Lösung:** Behandeln Sie den Magneten als Vertriebsentscheidung. Wenn Sie von der Aufgabe ausgehen, die der Magnet erfüllen muss, und von dem Weg, den er zum Kühlschrank nimmt, ergibt sich das passende Format meist von selbst. Der Rest dieses Leitfadens geht diese Abfolge durch.

## In diesem Leitfaden

1. [Was ist ein individueller Kühlschrankmagnet?](#)
2. [Wie ordnen Sie einen Magnettyp Ihrer Kampagne zu?](#)
3. [Sicherheits- und Konformitätsprüfungen für jedes Format](#)
4. [Welcher Typ individueller Kühlschrankmagnete passt zu welchem Ziel?](#)
5. [Praxisleitfäden für Marken, Tourismus, Immobilien und Veranstaltungen](#)
6. [Häufig gestellte Fragen](#)
7. [Das Wichtigste in Kürze](#)

## Was ist ein individueller Kühlschrankmagnet?

Im B2B-Kontext ist ein individueller Kühlschrankmagnet ein Marken- oder Themenobjekt aus 3 Schichten:

- **Vorderseite:** bedrucktes Papier oder bedruckte Folie, Acryl, geformtes PVC oder geprägtes Metall.
- **Schutzschicht (optional):** eine Laminierung, eine Acrylabdeckung oder eine ausgehärtete, klare Harzkuppel.
- **Magnetische Rückseite:** sie hält das Objekt an der Tür.

Individuelle Kühlschrankmagnete unterscheiden sich hauptsächlich in den ersten 2 Schichten. In der dritten Schicht entscheidet sich, ob die Leistung stimmt.

Es gibt zwei Arten von Rückseiten.

- **Flexible Magnetfolie:** Ferritpulver, gebunden in einem gummiartigen Polymer, das die gesamte Rückseite bedeckt. Sie verteilt die Haltekraft über die gesamte Kontaktfläche und eignet sich daher für leichte, flache Produkte.
- **Einzelmagnete:** eine oder mehrere Ferrit- oder Neodymscheiben, auf die Rückseite geklebt oder darin eingelassen. Sie kommen bei schwereren Vorderseiten wie Acryl, Epoxidkuppeln und Metall zum Einsatz.

Als Faustregel gilt: Je schwerer und dicker die Vorderseite, desto gezielter muss die Rückseite ausgelegt statt nur angenommen werden.

Auch Ihre Zielgruppe spielt eine Rolle. Der Haushaltsgebrauch dominiert die Nachfrage: Er macht 61,3 % eines Marktes aus, den ein Marktforschungsunternehmen auf rund USD 4,8 Milliarden im Jahr 2025 beziffert ([DataIntel](#)<sup>[2]</sup>). Selbst ein Firmenmagnet landet also in einer Familienküche, zwischen Kindern, Sonnenlicht vom Fenster und häufigem Anfassen. Die Schätzungen weichen stark voneinander ab, je nachdem, wie der jeweilige Bericht die Kategorie definiert; nutzen Sie sie daher als Orientierung und nicht als Planungsgrößen.

## Wie ordnen Sie einen Magnettyp Ihrer Kampagne zu?

Gehen Sie diese sechs Entscheidungen der Reihe nach durch. Jede einzelne grenzt die Formatwahl ein, bevor der Preis ins Gespräch kommt.

1. **Benennen Sie die Aufgabe.** Schreiben Sie einen Satz:

- *Reichweite* bedeutet, viele Haushalte günstig zu erreichen.
- *Verbleib* bedeutet, monatelang am Kühlschrank zu bleiben.
- *Umsatz* bedeutet, mit Handelsmarge zu verkaufen.
- *Erinnerung* bedeutet, an eine Veranstaltung zu erinnern.

Reichweite spricht für flexible Magnete. Umsatz und Erinnerung sprechen für Epoxid, Acryl oder Metall. Der Verbleib hängt vom Nutzwert ab, etwa von einer Notrufnummer, einer Gezeitentabelle oder einem Terminplan.

2. **Erfassen Sie den Vertriebsweg.** Jeder Weg zum Kühlschrank stellt physische Anforderungen.

- *Postversand und Briefkasteneinwürfe*: Der Magnet muss flach und leicht sein.
- *Verteilartikel am Messestand*: Der Magnet muss Hosentaschen und Stofftaschen überstehen.
- *Geschenktüten und Gastgeschenk-Boxen*: Sie können Einzelverpackungen nutzen, die eine Kuppel schützen.
- *Verkaufsregale*: Sie brauchen eine Verpackung mit Aufhängelasche oder einen Displaykarton und Regalwirkung auf Armlänge.

3. **Kennen Sie Zielgruppe und Oberfläche.** Familien mit kleinen Kindern brauchen Magnete, die vollständig umschlossen sind und sich nicht lösen können. Viele Kühlschranktüren bestehen aus lackiertem Stahl und halten Magnete gut. Manche Edelstahloberflächen, vor allem austenitische Sorten, haften schwach oder gar nicht. Wenn Ihre Zielgruppe eher neuere Premium-Küchen hat, setzen Sie auf eine Rückseite mit stärkerer Haftung oder weisen Sie die Empfänger darauf hin, dass der Magnet auch an Whiteboards, Spinden und Aktenschränken hält.

4. **Legen Sie fest, was das Design tragen muss.**

- *Telefonnummer, Logo oder QR-ähnlicher Handlungsaufwurf*: braucht flachen, gut lesbaren Druck, bei dem flexible Formate und Epoxidformate überzeugen.
- *Foto oder Illustration*: profitiert von der Tiefe von Acryl oder dem Linseneffekt einer Epoxidkuppel.
- *Wahrzeichen-Silhouette oder Maskottchen*: wirkt oft besser als PVC-Relief oder geprägtes Metall.

5. **Planen Sie die Haltbarkeit in der realen Umgebung.** Souvenirläden in Fensternähe setzen die Ware Sonnenlicht aus; fordern Sie bei einem Kuppelformat daher UV-stabilisiertes Harz an. Fragen Sie die Lieferanten bei der Haftung, welches Prüfverfahren sie verwenden. Das Klebebandverfahren nach [ASTM D3359](#)<sup>[3]</sup> bewertet die Haftung von Beschichtungen von 0B (starkes Ablösen) bis 5B (kein Ablösen) und liefert Ihnen so ein gemeinsames Vokabular. Begutachtete Beschichtungsforschung zeigt zudem, dass Epoxidschichten Neodym-Magnete nur

dann vor Korrosion schützen, wenn die Beschichtung durchgehend und intakt ist ([Progress in Organic Coatings<sup>\[4\]</sup>](#)). Das ist bei jedem Design mit freiliegenden Magnetscheiben wichtig.

6. **Übergeben Sie ein entscheidungsreifes Briefing.** Sobald Format, Vertriebsweg und Zielgruppe feststehen, bleibt die Spezifikation: Größe, Druckvorlage, Rückseite, Muster und Freigabe. Für ein Kuppelformat ist dieser Ablauf auf unserer Seite [Individuelle Epoxid-Kühlschrankscheiben](#) beschrieben, daher wiederholen wir ihn hier nicht.



## Sicherheits- und Konformitätsprüfungen für jedes Format

Bei der Sicherheit führt eine falsche Wahl nicht nur zu Verschwendung, sondern zu Haftungsrisiken.

**Die US-Regel zum Flussindex.** Die US-Bundesnorm für Magnete, [16 CFR Teil 1262<sup>\[5\]</sup>](#), gilt für lose oder trennbare Magnete, die klein genug sind, um in den Kleinteilezylinder der Norm zu passen. Jeder dieser Magnete muss einen Flussindex unter  $50 \text{ kG}^2 \text{ mm}^2$  aufweisen.

**Warum es die Regel gibt.** Bei der Verabschiedung der Norm nannte die Kommission geschätzte 26,600 Magnetverschluckungen, die zwischen 2010 und 2021 in US-Notaufnahmen behandelt wurden ([CPSC<sup>\[6\]</sup>](#)).

**Durchsetzung bei Kühlschrankscheiben.** Die Regel ist für diese Kategorie keine Theorie. Eine CPSC-Mitteilung vom September 2026 CPSC betraf bärenförmige Kühlschrankscheiben, die lose Magnete enthielten und gegen die verbindliche Norm verstießen ([CPSC-Mitteilung<sup>\[7\]</sup>](#)).

Die praktische Regel für jedes Format mit Einzelscheiben lautet: Der Magnet muss dauerhaft umschlossen oder verklebt sein, damit er sich nicht lösen kann. Fragen Sie den Lieferanten, wie das geprüft wird.

Für den Vertrieb in Europa prüfen Sie zwei weitere Punkte:

- **REACH:** Lieferanten müssen jeden besonders besorgniserregenden Stoff mitteilen, der mit mehr als 0,1 % Massenanteil in einem Erzeugnis enthalten ist, gemäß der [ECHA-Kandidatenliste<sup>\[8\]</sup>](#).

- **Harzchemie:** Kühlschrankschrankmagnete sind keine Lebensmittelkontaktartikel. Dennoch sind Unternehmenseinkäufer durch die EU-Beschränkung von Bisphenol A in Lebensmittelkontaktmaterialien, überwacht von der [EFSA](#)<sup>[9]</sup>, für die Harzchemie sensibler geworden.

Unabhängige Berichterstattung von [Environmental Health News](#)<sup>[10]</sup> über bisphenolbasierte Verbindungen in Epoxidsystemen betrifft vor allem ungehärtetes Harz während der Produktion. Es ist dennoch ein guter Grund, nachzufragen, ob die Kuppeln vor dem Verpacken vollständig ausgehärtet sind. Ein anhaltender chemischer Geruch bei der Lieferung ist eine häufige Beschwerde in Käuferbewertungen.

## Welcher Typ individueller Kühlschrankschrankmagnete passt zu welchem Ziel?

Die Tabelle vergleicht die fünf wichtigsten Formate anhand der Merkmale, die über die Eignung für eine Kampagne entscheiden. Die Kosten sind als relative Stufen angegeben, da die tatsächlichen Preise von Menge, Form und Veredelung abhängen und aus einem Angebot stammen sollten.

| Format            | Aufbau                                                                                              | Optischer Effekt                                  | Relativer Stückpreis               | Robustheit im Gebrauch                                                                                      | Am besten geeigneter Vertriebsweg                                                   | Wichtigster Risikopunkt                                                                                                |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Flexibel bedruckt | Bedruckte Vorderseite, laminiert auf eine vollflächige flexible Ferritfolie                         | Flacher Druck von Rand zu Rand                    | Am niedrigsten                     | Lässt sich biegen, ohne zu brechen; der Druck kann bei langer Sonneneinstrahlung verkratzen oder verblassen | Werbesendungen, Briefkasteneinwürfe, Kalender, Verteilartikel in großen Stückzahlen | Keine Tiefe; kann im Verkaufsregal wie ein Wegwerfartikel wirken                                                       |
| Acryl             | Druck hinter oder zwischen klarem Acryl versiegelt, in Form geschnitten, Magnet auf der Rückseite   | Glasklare Optik, geschichtete Tiefe               | Mittel                             | Starr und feuchtigkeitsbeständig; die Oberfläche kann verkratzen                                            | Museums- und Geschenkkeläden, Fanartikel, Kunstreproduktionen                       | Die Rückseite muss auf die schwerere Vorderseite ausgelegt sein                                                        |
| Weich-PVC / Gummi | Geformtes Relief mit durchgefärbtem Material, Magnet aufgesetzt oder eingelassen                    | Erhaben, matt, haptisch                           | Mittel (Werkzeugform erforderlich) | Wasserfest und sehr schlagfest                                                                              | Freizeitparks, Maskottchen, Familienattraktionen                                    | Fotos lassen sich nicht wiedergeben; die Werkzeugform verlängert die Rüstzeit                                          |
| Metall / Emaille  | Geprägte oder gegossene Legierung, Emailfüllung oder Beschichtung, starker Magnet auf der Rückseite | Hochwertige Metalloptik, Prägedetails             | Am höchsten                        | Beständig gegen Rissbildung und Verblassen                                                                  | Auszeichnungen, Erinnerungsstücke an Wahrzeichen, VIP-Geschenke                     | Schwerer; begrenzte Farbverläufe; Werkzeug erforderlich                                                                |
| Mit Epoxidkuppel  | Bedruckte Basis mit einer klaren, selbstverlaufenden Harzkuppel                                     | Glänzende Kuppel, die den Druck leicht vergrößert | Mittel                             | Beständig gegen Feuchtigkeit und Kratzer; Kanten können bei einem Sturz abplatzen                           | Souvenirhandel, Veranstaltungsgeschenke, Markengeschenke                            | Das Kuppelgewicht muss durch die Rückseite ausgeglichen werden; die Harzqualität bestimmt Blasenbildung und Vergilbung |



Zwei Muster fallen auf:

- **Flexible Magnete sind Reichweitenwerkzeuge.** Sie gewinnen überall dort, wo Porto, Stückzahl oder Mitnahme in der Tasche zählen.
- **Kuppel- und Acrylformate sind Wertträger.** Sie gewinnen überall dort, wo der Magnet als Geschenk überreicht oder als Produkt bepreist wird.

Epoxid nimmt eine nützliche Mittelposition ein. Es bietet den Fotodetailgrad des Drucks mit einer Oberfläche, die sich wie ein Objekt statt wie ein Prospekt anfühlt. Deshalb nehmen Tourismushändler und Veranstaltungsplaner, die Kühlschrankmagnete rund um ein Foto oder Emblem individuell gestalten möchten, es oft in die engere Wahl. Die bekannten Risiken sind das Verhältnis von Gewicht zu Haftkraft, Kantenabplatzungen und die Harzqualität; alle drei lassen sich über die Spezifikation beherrschen.

## Praxisleitfäden für Marken, Tourismus, Immobilien und Veranstaltungen

| Käufer                              | Hauptziel                           | Typischer Vertriebsweg                                                   | Üblicherweise erste Wahl                    | Starke Alternative                          |
|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Konsumenten- und Unternehmensmarken | Verbleib und Markenerinnerung       | Produktbeilagen, Messestände, Geschenke für Mitarbeiter und Kunden       | Mit Epoxidkuppel oder Acryl                 | Flexibel für Beilagen in großen Stückzahlen |
| Tourismushändler und Attraktionen   | Umsatz pro Regalfläche              | Souvenirständer, Museumsshops, Hotelboutiquen                            | Mit Epoxidkuppel, Metall für Premium-Stufen | Weich-PVC für Familienattraktionen          |
| Immobilienmakler                    | Reichweite und wiederholter Kontakt | Postwurfsendungen, Briefkasteneinwürfe, Unterlagen für Besichtigungstage | Flexibel bedruckt                           | Mit Epoxidkuppel als Abschlussgeschenk      |

| Käufer       | Hauptziel                  | Typischer Vertriebsweg                               | Üblicherweise erste Wahl    | Starke Alternative                      |
|--------------|----------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------|
| Veranstalter | Erinnerung und Teilbarkeit | Geschenktüten, Gastgeschenk-Boxen, Anmeldeunterlagen | Mit Epoxidkuppel oder Acryl | Metall für Auszeichnungen und Sponsoren |

**Marken.** Der Magnet muss sich seinen Platz an der Tür verdienen. Nützlichkeit hilft: eine Rezeptkarte, eine Erinnerung an Pflegehinweise oder eine Kundenservice-Nummer. Einige Marken setzen NFC-Chips ein, sodass ein Antippen eine Seite oder Playlist öffnet. Im Jahr 2026 berichtete die unabhängige Technikpresse über Foto-Magnete mit E-Ink-Display, die sich per Antippen aktualisieren lassen ([Trusted Reviews<sup>\[11\]</sup>](#)). Wenn Sie Elektronik hinzufügen, klären Sie frühzeitig, dass der Chip hinter einer versiegelten Schicht sitzt.

**Tourismushändler.** Käufer beurteilen ein Souvenir in Sekunden und auf Armlänge, deshalb helfen Tiefe und Glanz beim Verkauf. Sinnvoll ist ein nach Format gestaffeltes Sortiment: flexibel im Einstiegspreis, Epoxid oder Acryl in der Mitte, Metall an der Spitze. Fordern Sie für Ware, die in Fensternähe ausgestellt wird, UV-stabilisierte Materialien an sowie verkaufsfertige Verpackungen, die Kuppeln beim Transport schützen.

**Immobilienmakler.** Wirtschaftlich sprechen flache, leichte Magnete dafür, die in Standardumschlägen verschickt werden können und das Foto und die Nummer des Maklers gut lesbar tragen. Agenturen, die Käufern beim Abschluss einen Kuppelmagneten überreichen, erhalten einen zweiten, höherwertigen Kontaktpunkt. Da viele Objekte neuere Küchen haben, testen Sie die gewählte Rückseite vor einem großen Versand auf Edelstahltüren und auf Türen mit Möbelfront.

**Veranstalter.** Hochzeiten, Klassentreffen, Konferenzen und Festivals koppeln die Stückzahl an die Teilnehmerzahl und die Produktion an einen festen Termin. Planen Sie Produktions- und Transportzeit gemeinsam mit Ihrem Lieferanten in den Veranstaltungskalender ein, statt eine Standardlieferzeit anzunehmen. Personalisierte Kühlschrankmagnete mit Namen, Daten oder Silhouetten des Veranstaltungsorts wirken unter einer Kuppel besonders gut. Bestellen Sie eine kleine Überschussmenge, damit Sie Ersatz für auf dem Transport beschädigte Stücke haben.



# Häufig gestellte Fragen

## **FAQ: Haften individuelle Kühlschrankschmuckmagnete an einem Edelstahlkühlschrank?**

Das hängt vom Stahl ab. Ferritische Edelstahlsorten und lackierte Stahltüren ziehen Magnete an. Austenitische Sorten, die bei hochwertigen Geräten üblich sind, haften schwach oder gar nicht. Wenn Ihre Zielgruppe wahrscheinlich solche Kühlschrankschmuckmagnete besitzt, wählen Sie eine stärkere Rückseite, halten Sie die Vorderseite leicht und nennen Sie weitere Flächen, auf denen der Magnet hält, etwa Whiteboards und Aktenschrankschmuckmagnete.

## **FAQ: Sind Magnete mit Epoxiddompe in Haushalten mit kleinen Kindern sicher?**

Die Dompe selbst ist nicht die Gefahr. Das Risiko geht von kleinen, starken Magneten aus, die sich lösen können. Nach US-Vorschriften muss jeder solche lose oder trennbare Magnet einen Flussindex unter 50 kG<sup>2</sup> mm<sup>2</sup> haben. Legen Sie fest, dass die Magnete dauerhaft verklebt oder eingekapselt sind, und fragen Sie den Lieferanten, wie das geprüft wird.

## **FAQ: Vergilben Epoxiddompen mit der Zeit?**

Minderwertige Harze können bei langer Sonneneinstrahlung und Hitze vergilben oder spröde werden. UV-stabilisiertes Harz und die Verwendung in Innenräumen verringern das Risiko erheblich. Bei Verkaufsdisplays in Fensternähe sollten Sie die UV-Beständigkeit im Briefing an den Lieferanten ausdrücklich nennen.

## **FAQ: Welches Magnetformat übersteht den Postversand am besten?**

Flexible bedruckte Magnete. Sie sind flach und leicht und biegen sich, statt zu brechen. Dompe-, Acryl- und Metallformate brauchen eine individuelle Schutzverpackung und eignen sich besser für die persönliche Übergabe, für Geschenktüten oder für verpackte Sendungen.

## **FAQ: Kann ein Kühlschrankschmuckmagnet Menschen auf eine Website oder ein Inserat führen?**

Ja. Eine aufgedruckte kurze Webadresse oder ein Scan-Code funktioniert bei jedem flachen Format. Hinter der Vorderseite versiegelte NFC-Chips ermöglichen Links per Antippen. Halten Sie jede Elektronik vollständig umschlossen und prüfen Sie, ob der Chip durch die fertigen Schichten noch lesbar ist.

## **FAQ: Wie viele Stücke sollten wir bestellen, und wie lange dauert die Produktion?**

Beides hängt von Format, Form, Veredelung und Verpackung ab; seien Sie daher bei pauschalen Angaben vorsichtig. Für Magnete mit Epoxiddompe senden Sie uns Menge, Liefertermin und Zielort über unsere [Angebotsanfrage für Epoxid-Magnete](#), und wir bestätigen Ihnen die Optionen für Ihr Projekt.

# Das Wichtigste in Kürze

- **Das Segment für individuelle Magnete wächst stetig, daher ist die Auswahl an Anbietern groß; bei der Wahl des Formats machen Käufer Fehler.** — 6,5 % jährliches Wachstum auf rund USD 700 Millionen bis 2033 ([Quelle](#))
- **Selbst Firmenmagnete landen in Familienküchen, planen Sie das Design daher im Hinblick auf Kinder, Sonnenlicht und häufiges Anfassen.** — 61,3 % Haushaltsanteil an

der Nachfrage im Jahr 2025 ([Quelle](#))

- **Jeder kleine Magnet, der sich lösen kann, muss den US-Grenzwert für den Flussindex einhalten.** — unter 50 kG<sup>2</sup> mm<sup>2</sup> ([Quelle](#))
- **Das Verschlucken von Magneten ist ein dokumentiertes Verletzungsmuster, deshalb kommt es auf die Umschließung an.** — rund 26,600 in Notaufnahmen behandelte Verschluckungen, 2010–2021 ([Quelle](#))
- **Nutzen Sie eine anerkannte Haftungsskala, damit „langlebig“ für Käufer und Lieferant dasselbe bedeutet.** — Bewertungen nach ASTM D3359 von 0B bis 5B ([Quelle](#))
- **Für Bestellungen in die EU ist eine Stoffauskunft aus der Lieferkette nötig.** — 0,1 % Massenanteil als SVHC-Schwelle ([Quelle](#))

## Fazit

Das richtige Magnetformat ergibt sich aus einer einfachen Kette: was der Magnet leisten soll, wie er zum Kühlschrank gelangt und wer anschließend damit lebt.

- Flexible Magnete tragen Reichweitenkampagnen.
- Epoxid und Acryl tragen Geschenke und Souvenirs.
- Weich-PVC verträgt rauen Umgang.
- Metall steht für Beständigkeit.

Wofür Sie sich auch entscheiden: Schließen Sie die Magnete sicher ein, prüfen Sie den Halt auf den Türen, die Ihre Zielgruppe besitzt, und vereinbaren Sie Haltbarkeitsvorgaben vor der Produktion. Wenn ein Format mit Epoxidkuppel zu Ihrer Kampagne passt, sehen Sie auf unserer Seite [Individuelle Epoxid-Kühlschrankschrankmagnete](#) nach, wie wir spezifizieren und bemustern, und senden Sie uns Ihr Briefing für ein maßgeschneidertes Angebot.

## Quellen

1. HTF Market Intelligence, „Globaler Markt für individuelle Kühlschrankmagnete“, Ausgabe 2026. [htfmarketintelligence.com](https://www.htfmarketintelligence.com) ↵
2. DataIntelto, „Marktforschungsbericht Kühlschrankmagnete 2034“, aktualisiert 2026. [dataintelto.com](https://www.dataintelto.com) ↵
3. ASTM International, „ASTM D3359-23 Standardprüfverfahren zur Bewertung der Haftung mittels Klebebandtest“, 2023 (über ANSI Webstore). [webstore.ansi.org](https://webstore.ansi.org) ↵
4. Progress in Organic Coatings, Studie zu Epoxidbeschichtungen für den Korrosionsschutz von NdFeB-Magneten, 2022. [sciencedirect.com](https://www.sciencedirect.com) ↵
5. U.S. Electronic Code of Federal Regulations, 16 CFR Teil 1262, „Sicherheitsnorm für Magnete“, Stand 2026. [ecfr.gov](https://www.ecfr.gov) ↵
6. U.S. Consumer Product Safety Commission, „CPSC genehmigt neue bundesweite Sicherheitsnorm für Magnete zur Verhinderung von Todesfällen und schweren Verletzungen durch das Verschlucken starker Magnete“, 2022. [cpsc.gov](https://www.cpsc.gov) ↵
7. U.S. Consumer Product Safety Commission, Mitteilung zu bärenförmigen Kühlschrankmagneten, die gegen die verbindliche Magnetnorm verstoßen, September 2026. [cpsc.gov](https://www.cpsc.gov) ↵
8. Europäische Chemikalienagentur, „Kandidatenliste besonders besorgniserregender Stoffe für die Zulassung“, aktualisiert 2026. [echa.europa.eu](https://echa.europa.eu) ↵
9. Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit, Themenseite „Bisphenol“, aktualisiert 2026. [efsa.europa.eu](https://efsa.europa.eu) ↵
10. Environmental Health News, Berichterstattung über Gesundheitsrisiken von Epoxidharz. [ehn.org](https://www.ehn.org) ↵

11. Trusted Reviews, „Diese NFC-E-Ink-Magnete sind die einzigartige Art, Ihre Lieblingsfotos zu präsentieren“, April 2026. [trustedreviews.com](https://www.trustedreviews.com) ↵

---

Oktober 21, 2026