



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



Gravierte Leder-Notizbücher als Geschenk in großer Stückzahl: So personalisieren Sie jeden Namen ohne Verwechslungen

Details

Kurzantwort: Für eine Aktion mit gravierten Leder-Notizbüchern für viele Empfänger frieren Sie zuerst eine bereinigte Namensliste ein. Setzen Sie Lasergravur ein, wenn jeder Name anders ist, geben Sie einen Korrekturabzug frei, der jeden einzelnen Namen zeigt, und vergeben Sie an jedes Notizbuch eine Empfänger-ID, die es von der Gravur über die Verpackung bis zur Lieferung begleitet.

Zuletzt aktualisiert: 20. Oktober 2026

Ein graviertes Leder-Notizbuch mit dem Namen einer einzelnen Person auf dem Einband ist eine andere Aufgabe als eine Charge Notizbücher mit Logo. Jedes Stück ist ein Unikat, also kann auch jedes Stück auf seine eigene Weise falsch sein. Dieser Leitfaden richtet sich an Teams für Firmengeschenke, Personalwesen und Veranstaltungen, die Hunderte personalisierter Leder-Notizbücher fehlerfrei, pünktlich und beim richtigen Empfänger ankommen lassen müssen. Er zeigt, wie Sie die Namensliste als Produktionsdaten behandeln, wann Sie für einzelne Namen Lasergravur oder Tiefprägung wählen, wie Sie variablen Text im Korrekturabzug prüfen und wie Sie jedes Stück auch nach dem Gravurtisch seinem Empfänger zugeordnet halten.

Warum die Personalisierung pro Name schiefgeht - und warum das wichtig ist

Das Problem: Ein Logo-Auftrag hat eine Grafikdatei. Ein Namensauftrag hat so viele Dateien, wie es Empfänger gibt. Jeder Name wird von einer Person eingetippt, oft aus einem Personalverwaltungssystem oder einem Anmeldetool für Veranstaltungen kopiert und läuft dann durch mehrere Tabellen, bevor er beim Graveur ankommt. Bei jeder Übergabe kann sich ein automatisch korrigierter Nachname, ein verlorener Akzent oder eine doppelte Zeile einschleichen.

Der Schaden: Ein falsch geschriebener Name auf einem Geschenk schadet mehr als ein leerer Einband. Der Empfänger sieht ihn sofort, und er suggeriert, dass der Absender nicht geprüft hat. Die Korrektur bedeutet, dass 1 Stück einzeln neu gefertigt wird, während der Rest der Charge längst versandt ist. Der Druck steigt, weil Geschenkbudgets sich zu weniger, aber besseren Artikeln verlagern. Laut der Schätzung der PPAI zu den Umsätzen von US-Distributoren lagen Werbeartikel bei [\\$27,1 Milliarden, ein Plus von 1,3 %^{\[1\]}](#). Der Ökonom des Verbands fasste die Entwicklung so zusammen: „Käufer entscheiden sich für bessere Produkte, nicht nur für günstigere.“ Auch die Käuferforschung von ASI beschreibt die [Altersgruppe 35-44 als besonders markenbewusst^{\[2\]}](#). Genau diese Altersgruppe gibt am ehesten Ihr Geschenkbudget frei.

Die Lösung: Behandeln Sie die Aktion wie eine kleine Pipeline von den Daten bis zur Fertigung – mit fester Namensliste, definierten Textregeln, einer für variablen Text geeigneten Methode, einem Korrekturabzug für jeden Namen und einer Empfänger-ID, die jedes Notizbuch begleitet. Der Rest dieses Artikels geht diese Pipeline Schritt für Schritt durch. Personalisierung gehört heute zu den zentralen Erwartungen an Firmen-Merchandise. PPAI und Oxford Economics beziffern den US-Markt auf [\\$174 Milliarden an Ausgaben für Firmen-Merchandise^{\[3\]}](#). Davon entfallen rund \$50 Milliarden auf Werbeartikel, laut der [begleitenden Infografik^{\[4\]}](#).

Inhalt

1. [Was ein graviertes Leder-Notizbuch bei Firmengeschenken bedeutet](#)
2. [Warum das Einbandmaterial darüber entscheidet, ob der Name haltbar bleibt](#)
3. [So planen Sie Schritt für Schritt einen Auftrag mit gravierten Leder-Notizbüchern](#)
4. [Lasergravur und Tiefprägung für einzelne Namen](#)
5. [FAQ](#)
6. [Wichtigste Erkenntnisse](#)
7. [Fazit](#)

Was bedeutet „graviertes Leder-Notizbuch“ bei Firmengeschenken?

Einkäufer verwenden den Begriff locker. Lieferanten legen ihn präzise aus – einigen Sie sich daher auf die Begriffe, bevor Sie ein Angebot anfragen:

- **Graviert** bedeutet in der Regel lasergraviert. Ein gebündelter Strahl trägt die Oberfläche des Einbands ab oder verändert sie und hinterlässt so eine Markierung; ein physisches Werkzeug ist nicht nötig. Deshalb eignet sich das Verfahren für Text, der sich bei jedem Stück ändert.
- **Tiefgeprägt** (Blindprägung) bedeutet, dass eine erhitzte Prägeform in den Einband gepresst wird und eine vertiefte Prägung ohne Farbzugabe hinterlässt.
- **Metallfolien-Tiefprägung** oder Heißprägung bedeutet denselben Pressvorgang, bei dem zusätzlich eine metallische oder farbige Metallfolie in die Vertiefung übertragen wird. „Gold gravierte Namen“ in Produktangeboten sind oft tatsächlich mit Metallfolie geprägt.
- **Hochgeprägt** bedeutet eine erhabene Prägung. Bei Namen auf Notizbuch-Einbänden ist sie selten, weil dafür ein passendes Paar Prägeformen nötig ist.

Ein **Leder-Notizbuch mit Monogramm** trägt Initialen, in der Regel zwei oder drei Zeichen, statt eines vollen Namens. Das ist das am leichtesten einheitlich zu haltende variable Format, weil jedes Monogramm in denselben Platz passt. Ein **personalisierter Leder-Notizblock** oder ein personalisiertes Leder-Notizbuch kann einen vollen Namen, Namen plus Funktionsbezeichnung oder eine kurze Botschaft tragen. Jede zusätzliche Zeile vervielfacht den Aufwand der Korrekturprüfung.

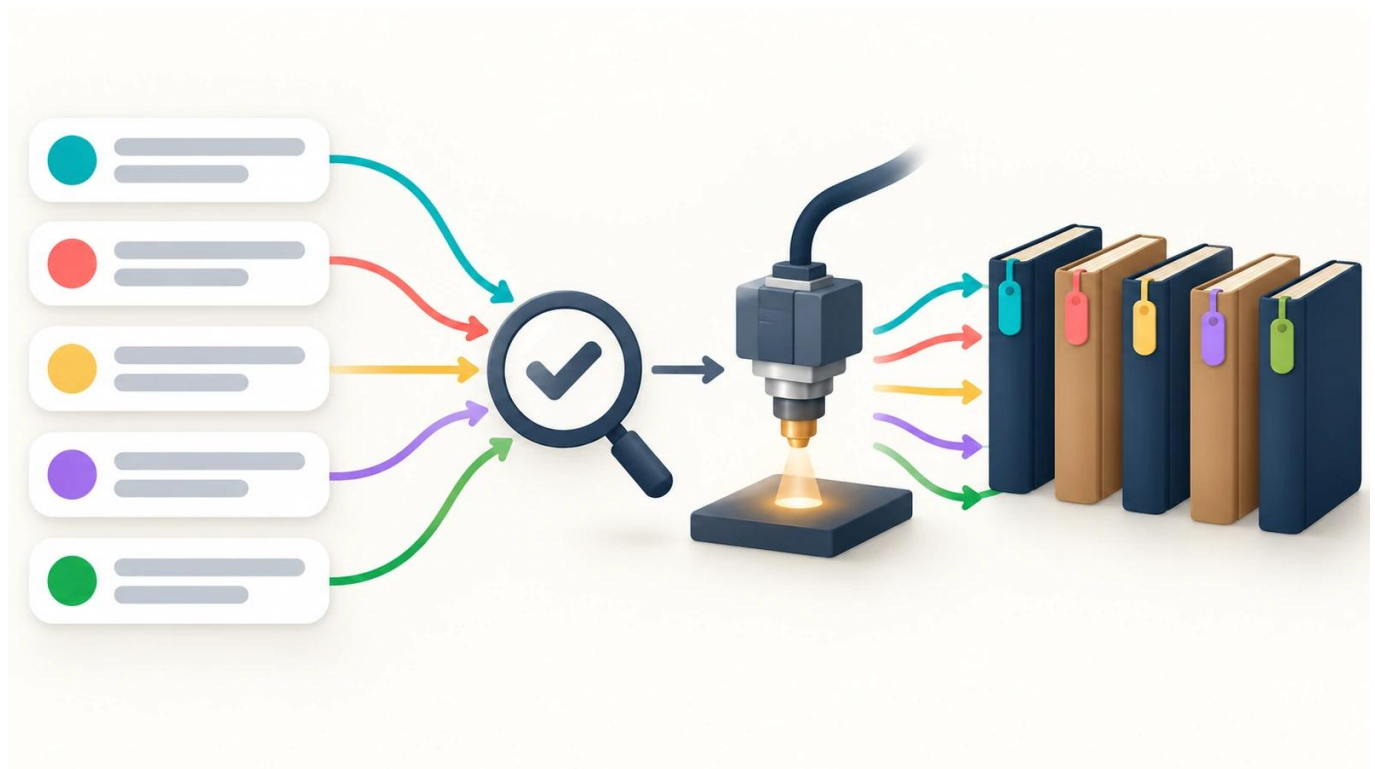
„Leder“ bedeutet bei Firmengeschenken oft PU-Leder (polyurethanbeschichtet), nicht echtes Leder. Sagen Sie das offen auf der Geschenkkarte oder im internen Briefing. Empfänger, die das Material selbst entdecken, fühlen sich tendenziell getäuscht, und Käuferbewertungen von Kunstleder-Einbänden erwähnen dieses Gefühl immer wieder. Wenn Sie in die EU liefern, fragen Sie auch nach Lösemittelrückständen: SATRA weist darauf hin, dass DMF, ein früher bei der PU-Beschichtung verwendetes Lösemittel, als [besonders besorgniserregender Stoff nach REACH gilt, mit Informationspflichten oberhalb von 0,1 % \(w/w\)^{\[5\]}](#). Einbandaufbau, Oberflächenveredelungen und Konformitätsunterlagen werden auf unserer Seite zu [individuellen PU-Leder-Notizbüchern](#) behandelt; dieser Leitfaden konzentriert sich daher auf den Personalisierungsablauf.

Warum das Einbandmaterial darüber entscheidet, ob der Name haltbar bleibt

Ein Name ist nur so haltbar wie die Oberfläche, auf der er sitzt. Lasergravur und Tiefprägung wirken beide auf die Deckschicht eines PU-Einbands. Löst sich diese Schicht ab, verschwindet der Name mit ihr. Unabhängige Tester fanden, dass gutes PU überzeugend wirken kann. Eine [Schreibwaren-Rezension beschrieb einen PU-Einband, der sich „einfach wie normales Leder anfühlt“^{\[6\]}](#). Ein anderer

Tester stellte fest, dass weiche, flexible PU-Einbände [sich „wie eine Mischung aus weichem Leder und Gummi“ anfühlen^{\[7\]}](#). Diese Weichheit beeinflusst, wie scharf eine Tiefprägung aussieht.

Das Schadensbild ist ebenso gut dokumentiert. Nutzer in Notizbuch-Communities berichten: Sobald ein PU-Einband anfängt abzublättern, [„gibt es eigentlich keine Möglichkeit, das rückgängig zu machen“^{\[8\]}](#). Ecken und Kanten versagen meist zuerst. Für die Personalisierung hat das zwei praktische Folgen. Erstens: Platzieren Sie Namen abseits von Rückenscharnier und Ecken. Zweitens: Verlangen Sie einen Gravurtest auf dem exakten Einbandmaterial in der Farbe, die Sie erhalten werden, nicht auf einem beliebigen Muster.



Wie planen Sie Schritt für Schritt einen Auftrag mit gravierten Leder-Notizbüchern?

Schritt 1: Die Namensliste als Produktionsdaten aufbauen, nicht als Verteilerliste

Der Graveur arbeitet nur mit dem, was in der Datei steht. Die Datei braucht also eine Zeile pro physischem Notizbuch und eine Spalte pro Entscheidung. Eine Struktur, die sich in der Produktion bewährt:

Spalte	Zweck	Häufiger Fehler, den sie verhindert
Empfänger-ID	Eindeutiger Schlüssel, der das Notizbuch bis zur Lieferung begleitet	Zwei Personen mit demselben Namen erhalten das Geschenk der jeweils anderen
Zeile 1 (exakt wie graviert)	Der Wortlaut, einschließlich Groß- und Kleinschreibung	Der Graveur „korrigiert“ eine bewusste Kleinschreibung oder bestimmte Abstände
Zeile 2 (optional)	Funktionsbezeichnung, Abteilung oder Initialen	Funktionsbezeichnungen landen im Namensfeld

Spalte	Zweck	Häufiger Fehler, den sie verhindert
Einbandfarbe	Farbe je Empfänger, falls Farben gemischt werden	Richtiger Name auf der falschen Farbe
Lieferzielgruppe	Standort, Veranstaltung oder Versandcharge	Richtiges Notizbuch an den falschen Standort geschickt
Änderungsprotokoll / Version	Hält jede Änderung nach dem Einfrieren der Liste fest	Freigabe einer veralteten Listenversion

Bereinigen Sie die Liste vor dem Einfrieren von den Fehlern, die Tabellen unbemerkt einschleusen. Achten Sie auf Leerzeichen am Ende, automatisch korrigierte Namen (zum Beispiel „Sean“ zu „Seen“), beim CSV-Export verlorene Akzente (José, Zoë, Søren), vom Quellsystem erzwungene Großschreibung und Dubletten. Fragen Sie jeden Empfänger oder dessen Vorgesetzten, ob ein bevorzugter Name statt des rechtlichen Namens gewünscht ist. Halten Sie personenbezogene Daten minimal: Die Gravurdatei braucht den Namen und eine ID, keine Privatadresse und kein Geburtsdatum.

Schritt 2: Textregeln festlegen, bevor jemand einen Korrekturabzug gestaltet

Variabler Text braucht feste Regeln, sonst wird jeder ungewöhnliche Name zur Einzelfallentscheidung. Vereinbaren Sie mit Ihrem Lieferanten Folgendes:

- **Schriftart und Zeichenunterstützung:** Prüfen Sie, ob die Schrift jedes Zeichen Ihrer Liste enthält. Nicht-lateinische Schriften und manche Buchstaben mit Akzent fehlen in vielen Titelschriften.
- **Maximale Zeichenzahl pro Zeile:** Legen Sie sie anhand der Gravurfläche Ihres Einbandformats fest, gemessen am physischen Einband.
- **Regel für lange Namen:** Entscheiden Sie vorab, ob lange Namen verkleinert, auf zwei Zeilen umbrochen oder auf Initialen gekürzt werden, damit der längste Name der Liste nicht das gesamte Layout verzerrt.
- **Platzierungsanker:** Legen Sie die Position des Namens relativ zur Einbandkante oder zum Firmenlogo fest, damit ein Stapel Notizbücher nebeneinander einheitlich wirkt.

Schritt 3: Die Methode wählen, die zum Grad der Variabilität Ihres Textes passt

Vollständig variable Vollnamen sprechen für Lasergravur. Ein festes Logo mit kurzem Monogramm kann das Logo per Tiefprägung und die Initialen per Laser oder Metallfolie erhalten. Der folgende Vergleich zeigt die Abwägungen.

Schritt 4: Jeden Namen im Korrekturabzug prüfen, dann die Extremfälle physisch testen

Ein einzelnes Muster mit einem Platzhalternamen belegt keinen variablen Auftrag. Fordern Sie einen Korrekturabzug an, der **jede Zeile** der eingefrorenen Liste in der endgültigen Schrift und Position darstellt, beschriftet mit der Empfänger-ID und der Listenversion. Eine Person sollte ihn Zeile für Zeile mit dem Quellsystem abgleichen und dann unter Angabe der Versionsnummer freigeben.

Fordern Sie anschließend physische Testmuster an, die die Grenzfälle abdecken:

- der längste Name der Liste
- der kürzeste Name

- ein Name mit Akzenten oder Sonderzeichen
- 1 Stück in jeder Einbandfarbe

Dunkles und helles PU reagiert unterschiedlich auf einen Laser, daher kann eine Markierung, die auf Schwarz klar lesbar ist, auf Hellbraun blass wirken. Was ein allgemeines Produktmuster bestätigen sollte, etwa Papier, Bindung und Verschluss, ist auf der [Produktseite zum PU-Leder-Notizbuch](#) beschrieben. Hier dienen die Testmuster nur dazu, den Text zu belegen.



Schritt 5: In kontrollierter Reihenfolge gravieren

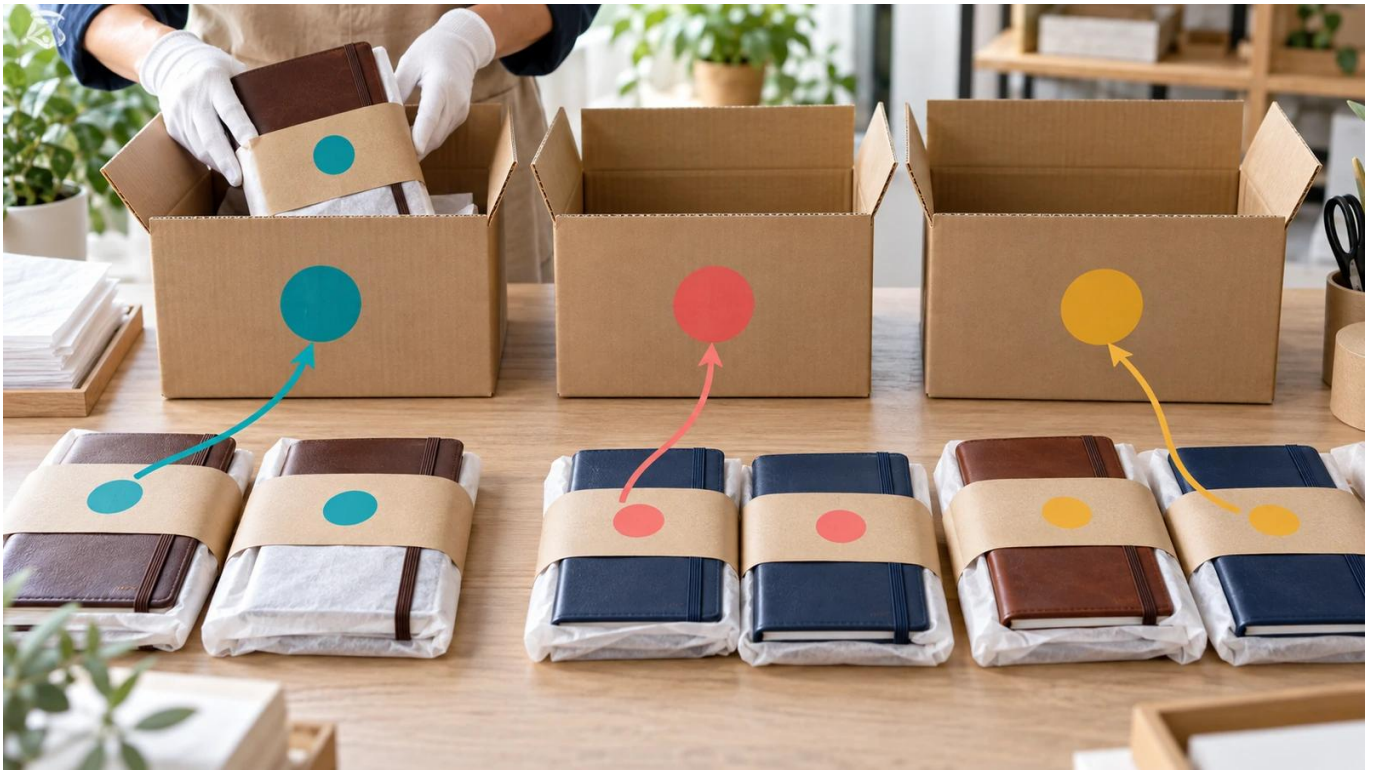
Bitte Sie den Lieferanten, die Gravurwarteschlange nach Lieferzielgruppe und dann nach Empfänger-ID zu sortieren, nicht alphabetisch nach Name. So bleiben die Notizbücher jeder Sendung beieinander, wenn sie aus der Maschine kommen. Führen Sie zu Beginn jeder Einbandfarbe und nach jeder Änderung der Maschineneinstellungen eine Erststückprüfung durch. Jedes Stück, das die Prüfung nicht besteht, wird ausgesondert, unter seiner ID protokolliert und auf einem neuen Einband neu graviert. Schleifen Sie eine PU-Oberfläche nie ab und bessern Sie sie nicht „nach“, denn der Schaden bleibt sichtbar.

Schritt 6: Jedes Notizbuch bis zum Verpacken seinem Empfänger zugeordnet halten

Verwechslungen sind nach der Gravur vor allem beim Verpacken wahrscheinlich. Die meisten lassen sich verhindern:

- **Nach ID beschriften, nicht nur nach Name.** Bringen Sie die Empfänger-ID auf der Hülle, der Banderole oder dem Etikett der Geschenkbox an. Packer gleichen die ID mit der Packliste ab, was zugleich verhindert, dass volle Namen auf Außenkartons stehen.
- **Die Gravur schützen.** Legen Sie Seidenpapier oder ein Zwischenblatt aus Papier über den Einband und halten Sie Gummibandverschlüsse vom Namen fern. Ein Tester stellte fest, dass ein straffes Gummiband [„auf dem Einband eine Spur hinterließ, wo es sich ins Material grub“^{\[9\]}](#). Druckstellen auf PU können so lange halten wie die Gravur.

- **Eine Packliste pro Karton.** Führen Sie jede Empfänger-ID im Karton auf, damit das empfangende Büro den Inhalt vor der Verteilung prüfen kann.
- **Vor dem Verschließen fotografieren.** Ein Foto von oben auf jeden geöffneten Karton liefert Ihnen einen Beleg, falls ein Stück später als fehlend oder falsch gemeldet wird.



Schritt 7: Spätere Änderungen und neue Mitarbeitende einplanen

Namen ändern sich weiter, nachdem die Liste eingefroren ist. Menschen kommen dazu, gehen oder bitten um eine Korrektur. Legen Sie vorab fest, wie damit umgegangen wird:

- **Änderungstichtag:** Legen Sie ein Datum fest, ab dem Änderungen in eine separate Nachfertigungscharge gehen.
- **Reserve-Rohlinge:** Halten Sie in jeder Farbe eine kleine Reserve ungravierter Notizbücher vor.
- **Archivierte Einstellungen:** Speichern Sie die endgültige Gravurdatei und die Schrifteinstellungen, damit ein späteres Stück exakt dem Original entspricht.

Weil Lasergravur kein neues Werkzeug braucht, ist eine Nachfertigung von einigen wenigen Namen praktikabel – bei einem tiefgeprägten Auftrag ist das nicht der Fall. Für die Lieferlogistik des Hauptauftrags genügt für die interne Planung meist ein einzeliger Verweis auf die Hinweise zu Verpackung und Nachbestellung auf der Produktseite.

Lasergravur oder Tiefprägung: Was eignet sich für einzelne Namen auf einem Leder-Notizbuch?

Kriterium	Lasergravur	Blindprägung	Metallfolien-Tiefprägung / Heißprägung
Wie jeder Name entsteht	Digitale Datei pro Zeile; kein Werkzeug	Braucht für jeden Namen eine Prägeform oder Setzschrift	Braucht für jeden Namen eine Prägeform oder Setzschrift, dazu Metallfolie

Kriterium	Lasergravur	Blindprägung	Metallfolien-Tiefprägung / Heißprägung
Eignung für vollständig variable Vollnamen	Stark	Schwach: Die Einrichtung wiederholt sich für jeden Namen	Mittel: üblich bei kleinen Auflagen mit handgesetzter Schrift
Lesbarkeit auf dunklem PU	Hängt von der PU-Rezeptur ab; testen	Dezent, Ton in Ton, am besten schräg betrachtet	Hoher Kontrast
Lesbarkeit auf hellem PU	Hängt von der PU-Rezeptur ab; testen	Dezent; kann fast verschwinden	Hoher Kontrast, wenn die Farbe der Metallfolie gut gewählt ist
Haptik	Überwiegend flach, leichte Veränderung der Oberflächenstruktur	Vertieft, fühlbar	Vertieft mit metallischer oder farbiger Füllung
Spätere Ergänzungen	Einfach: Datei erneut laufen lassen	Jeder neue Name erfordert eine neue Einrichtung	Jeder neue Name erfordert eine neue Einrichtung
Beste Anwendung	Vollnamen, Namen mit Funktionsbezeichnung, gemischte Listen	Gemeinsames Logo auf jedem Einband	Logo plus Monogramm oder kleine Premium-Auflagen mit Namen

Viele Firmenprogramme kombinieren Verfahren. Das Firmenlogo wird als feste Auflage auf jedem Einband tiefgeprägt oder mit Metallfolie geprägt, und der Name jedes Empfängers wird anschließend als variable Auflage lasergraviert. So bleiben die Werkzeugkosten bei dem Teil, der sich nicht ändert, und die Flexibilität liegt dort, wo Sie sie brauchen. Soll der Name golden sein, fragen Sie, ob der Lieferant variable Namen mit Metallfolie prägen kann und wie er die Einrichtung handhabt. Gehen Sie nicht davon aus, dass „Goldgravur“ ein Laserverfahren ist.



FAQ

FAQ: Lässt sich PU-Leder ebenso lasergravieren wie echtes Leder?

Ja, das Ergebnis ist jedoch ein anderes. Echtes Leder dunkelt dort, wo der Laser auftrifft, meist nach, während PU je nach Deckschicht und Grundfarbe reagiert; der Kontrast hängt also vom Produkt ab. Fordern Sie immer ein Testmuster in der exakten Einbandfarbe an, die Sie bestellen.

FAQ: Sollen wir Vollnamen oder Monogramme gravieren?

Monogramme passen jedes Mal in denselben Platz und brauchen selten Layout-Ausnahmen, deshalb verringern sie den Aufwand der Korrekturprüfung. Vollnamen wirken persönlicher, erfordern aber eine Regel für lange Namen und strengere Kontrollen. Ein Leder-Notizbuch mit Monogramm ist bei sehr großen Listen oder knappen Fristen die risikoärmere Wahl.

FAQ: Wie gehen wir mit Namen in nicht-lateinischen Schriften um?

Bestätigen Sie vor dem Korrekturabzug, dass die gewählte Schrift die benötigten Zeichen enthält. Exportieren Sie die Liste in UTF-8, damit die Zeichen bei der Dateiübertragung erhalten bleiben. Nehmen Sie dann mindestens einen solchen Namen in die physischen Testmuster auf.

FAQ: Was, wenn sich der Name einer Person nach der Freigabe des Korrekturabzugs ändert?

Protokollieren Sie die Änderung unter der Empfänger-ID und verschieben Sie dieses Stück in eine Nachfertigungscharge, statt die freigegebene Liste zu bearbeiten. So bleibt Ihr Freigabenachweis korrekt. Mit Lasergravur lässt sich die Wiederholung einzelner Namen unkompliziert umsetzen, wenn die ursprünglichen Einstellungen archiviert sind.

FAQ: Kann man einzelne Namen tiefprägen?

Ja, aber jeder Name braucht seine eigene Einrichtung. Das macht es bei langen, abwechslungsreichen Listen pro Stück langsamer und teurer. Am besten eignet es sich für kleine Premium-Auflagen oder wenn ein gemeinsames Logo tiefgeprägt wird und nur die Initialen variieren.

FAQ: Welche personenbezogenen Daten sollten wir dem Lieferanten übermitteln?

Nur das, was die Produktion braucht: die Empfänger-ID, den exakten Gravurtext, die Einbandfarbe und die Lieferzielgruppe. Privatadressen und andere persönliche Angaben bleiben in Ihren eigenen Systemen oder bei Ihrem Logistikpartner.

Wichtigste Erkenntnisse

- **Geschenkbudgets verschieben sich in Richtung Qualität, wodurch Fehler teurer werden** – Die Werbeartikelumsätze von US-Distributoren erreichten \$27,1 Milliarden, ein Plus von 1,3 % ([Quelle](#))
- **Personalisiertes Firmen-Merchandise gehört zu einer sehr großen Ausgabenkategorie** – \$174 Milliarden für Firmen-Merchandise in den USA, etwa \$50 Milliarden davon Werbeartikel ([Quelle](#))
- **Online-Bestellungen bedeuten: Namenslisten kommen digital an und müssen bereinigt werden** – Online-Kanäle machten 26,3 % der Werbeartikelumsätze von Distributoren

aus ([Quelle](#))

- **Markenbewusste Entscheider bemerken die Qualität der Personalisierung** – ASI beschreibt Käufer im Alter von 35–44 als besonders markenbewusst ([Quelle](#))
- **Die Konformität des PU-Materials gehört ins selbe Briefing wie die Gravur** – DMF löst oberhalb von 0,1 % (w/w) Informationspflichten nach REACH aus ([Quelle](#))

Fazit

Eine erfolgreiche Aktion mit gravierten Leder-Notizbüchern hängt mehr vom Prozess ab als von der Gravurmaschine. Frieren Sie eine bereinigte Liste mit Empfänger-IDs ein, legen Sie Textregeln vor dem Design fest, wählen Sie Lasergravur für wirklich variable Namen, prüfen Sie jede Zeile im Korrekturabzug und testen Sie die Extremfälle physisch. Lassen Sie dann die ID, nicht den Namen, Verpackung und Lieferung steuern. Teams, die diese Reihenfolge einhalten, erreichen meist, dass jeder Empfänger sein eigenes Notizbuch erhält – richtig geschrieben und auch Monate später noch in gutem Zustand. Wenn Sie bereit sind, Einbände, Farben und Stückzahlen für Ihre eigene Liste festzulegen, beginnen Sie mit unseren [individuellen PU-Leder-Notizbuch-Optionen](#) und senden Sie das Briefing für ein Angebot.

Fußnoten

1. PPAI, „2025 U.S.-Schätzung des Absatzvolumens von Distributoren“, veröffentlicht am 2026-01-12, abgerufen am 2026-09-30. [ppai.org](#) ↵
2. ASI, „Endkäuferstudie: Altersgruppe 35–44“, 2024-09-19, abgerufen am 2026-09-30. [asicentral.com](#) ↵
3. PPAI und Oxford Economics, „Einblick in den US-Markt für Firmen-Merchandise im Wert von \$174 Milliarden“, 2026, abgerufen am 2026-09-30. [ppai.org](#) ↵
4. PPAI, „Infografik zum US-Markt für Firmen-Merchandise 2025“ (PDF), 2026, abgerufen am 2026-09-30. [ppai.org](#) ↵
5. SATRA Technology, technischer Hinweis zu DMF als SVHC nach REACH, Datum nicht angegeben, abgerufen am 2026-09-30. [satra.com](#) ↵
6. Stationery Nerd, Rezension „Daycraft Journals“, 2018-01-14, abgerufen am 2026-09-30. [stationerynerd.com](#) ↵
7. The Gadgeteer, „Test des Daycraft Signature Duo Notebooks“, 2013-09-14 (aktualisiert 2017-05-08), abgerufen am 2026-09-30. [the-gadgeteer.com](#) ↵
8. r/notebooks-Community-Diskussion, „Lösung für sich ablösenden Ledereinband“, 2023-10-04, abgerufen am 2026-09-30. [reddit.com](#) ↵
9. Fountain Pen Love, „Test des Minimalism Art Notebooks“, 2018-11-20, abgerufen am 2026-09-30. [fountainpenlove.com](#) ↵