



Zeit für  
Verantwortung.



# Nachhaltigkeit und die Werbeartikelwirtschaft

Ein ganzheitliches Konzept in Sachen Nachhaltigkeit schützt zum einen die Umwelt, schont Ressourcen, dokumentiert soziale Standards und hilft ganz nebenbei sich von der Konkurrenz abzugrenzen. So befassen sich laut PSI Branchenbarometer beispielsweise über 55 Prozent der Lieferanten des PSI Netzwerks mit den Themen Nachhaltigkeit und dem dazugehörigen Qualitätsmanagement.

Aber meine Gespräche mit Händlern zeigen ebenso, dass auch der Handel Nachhaltigkeit in der täglichen Arbeit längst verinnerlicht hat. Schließlich sind Recycling und Wiederverwertbarkeit heute gute Verkaufsargumente oder sogar Türöffner für Kunden, die auf nachhaltig produzierte Werbeartikel Wert legen.

Für Lieferanten birgt die Nachhaltigkeit weitere Vorteile: Marken, die konsequent nach den Grundprinzipien der Nachhaltigkeit geführt werden und transparente Lieferketten aufweisen, sind nachweislich erfolgreicher.

## PSI Sustainability Awards

Wir glauben, dass die Werbeartikelbranche schon viel weiter ist, als Viele denken, und haben mit den PSI Sustainability Awards eine Plattform geschaffen, die viel mehr als Branchenmarketing ist. Hier können Hersteller, Lieferanten, Importeure, Händler und Agenturen ihre Nachhaltigkeit nachvollziehbar messen und dokumentieren.

Viele Teilnehmer aus dem Vorjahr waren überrascht, was sie eigentlich alles schon geleistet haben: Mit den Awards haben Sie die Möglichkeit, Ihr Engagement zu dokumentieren, bewerten und belohnen zu lassen. Viel wichtiger ist aber die Wirkung nach außen, die da lautet:

*Der Werbeartikel kann nachhaltig!*

Ihr Michael Freter



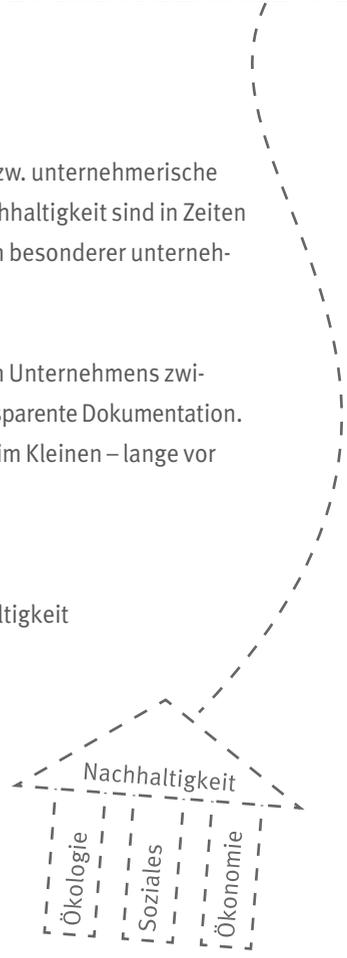


## CSR und Nachhaltigkeit

Die so genannte Corporate Social Responsibility (CSR) bzw. unternehmerische Gesellschaftsverantwortung sowie übergreifend die Nachhaltigkeit sind in Zeiten knapp werdender Ressourcen und steigender Kosten von besonderer unternehmerischer Bedeutung.

Es geht um die eigenverantwortliche Balance eines jeden Unternehmens zwischen Ökonomie, Ökologie und Sozialem sowie deren transparente Dokumentation. Dabei beginnt unternehmerische Nachhaltigkeit bereits im Kleinen – lange vor jeder offiziellen Zertifizierung.

Viele große Marken und mittelständische Unternehmen agieren bereits nach den Prinzipien von CSR und Nachhaltigkeit und erwarten dies auch von ihren Lieferanten aus der Werbeartikelwirtschaft. Die Verbindung von langfristig angelegtem wirtschaftlichen Erfolg, dem Schutz der Umwelt und Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung spielt auch in der Gesetzgebung eine zunehmende Rolle.





## Markenzeichen und Wettbewerbsstärkung der Werbeartikelwirtschaft

Die PSI Sustainability Awards revolutionieren nicht nur die bestehenden Produkt-Awards. Sie sind sehr viel mehr, denn sie würdigen umfassend das Thema Nachhaltigkeit.

Hier zählen nicht nur alle Zertifikate, sondern auch nicht-zertifizierte Eigeninitiativen und Beiträge zur Nachhaltigkeit. Wer sich mit diesem Thema auseinandersetzt, bevor er kommenden Regulierungen hinterherlaufen muss, stärkt heute seine Wettbewerbsfähigkeit.



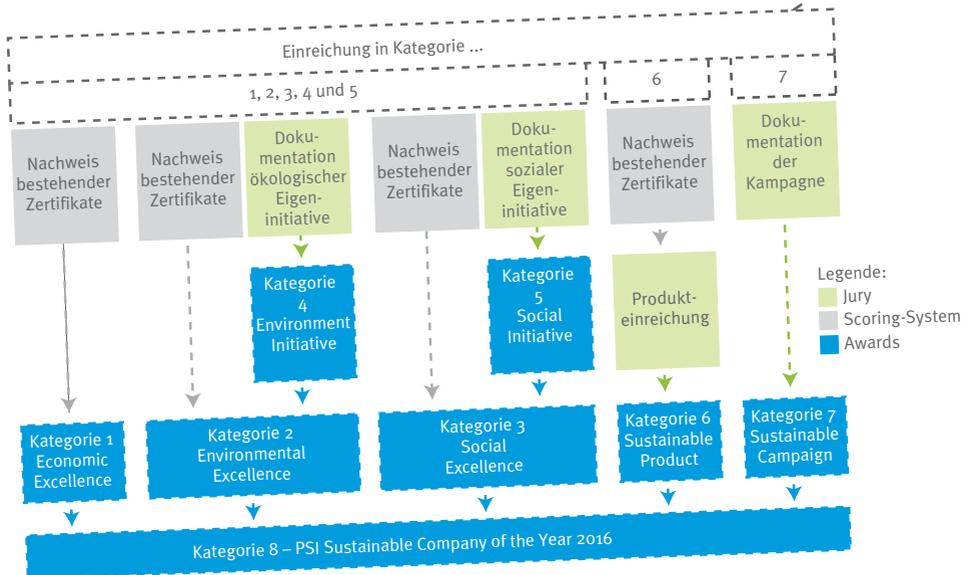
Der Umweltexperte und frühere Umweltminister Klaus Töpfer hat es so formuliert:

*„Jemand, der heute nicht die Umwelt in ihrer Qualität mit einbindet, wird ökonomisch keinen Erfolg haben können. Das ist der entscheidende Punkt.“*

# Bewertung und Kategorien

Die PSI Sustainability Awards bewerten die Anmeldungen unter Einbeziehung der drei Säulen der Nachhaltigkeit: Ökonomie – Ökologie – Soziales. Dies geschieht durch objektivierbare Kriterien für Unternehmensleistungen, Produktentwicklung oder Kampagnen. So ist ein Scoring-System entwickelt worden, das die eingegebenen Daten und hochgeladenen Zertifikate mit einer Punktzahl bewertet. Diese Punktzahl ist umso höher, je gewichtiger das Profil eines Zertifikats ist. Zudem wird über das Scoring-System die Art des Unternehmens als Hersteller, als Importeur von Werbeartikeln oder als Händler berücksichtigt. Sie müssen also kein großes Unternehmen sein, um an den PSI Sustainability Awards teilnehmen zu können. Auch für kleine Handelsagenturen oder Lieferanten lohnt sich eine Teilnahme, wenn sie Zertifikate oder dokumentierte Eigeninitiativen in der Schublade haben.

Die Jury bewertet in den Kategorien 4, 5, 6, und 7 die Einreichungen zu Firmen, Kampagnen und Produkten, teilweise in Ergänzung zu den Punkten des Scoring-Systems.



## Warum gibt es drei Anmelde­möglichkeiten aber acht Kategorien?

Es gibt drei Anmelde­möglichkeiten: Unternehmen, Produkt und Kampagne. Allerdings punktet die Anmeldung eines Unternehmens in insgesamt fünf Kategorien und macht es möglich, mit nur einer Anmeldung im Idealfall fünf Awards gewinnen zu können:

- Kategorien für ein **Unternehmen** 1-5:
  - Economic Excellence: nachgewiesen mit Zertifikaten, die ganz einfach hochgeladen werden.
  - Environmental Excellence: Ebenfalls durch das einfache Hochladen erlangter Zertifikate nachweisbar.
  - Social Excellence: Der Nachweis des sozialen Engagements erfolgt hier über das Hochladen entsprechender Zertifikate.
  - Environment Initiative: Diese werden beschrieben und mit Foto oder vergleichbaren Nachweisen belegt – diese Initiativen werden von der Jury bewertet.
  - Social Initiative: Ähnlich wie bei Punkt drei wird hier eine Beschreibung mit entsprechenden Belegen benötigt. Diese Initiativen werden von der Jury bewertet.
- Kategorie 6 für ein **Produkt** – Sustainable Product:

Bei der Anmeldung eines Produkts erhält dieses im Vorfeld bereits in Relation zu seinen hochgeladenen Zertifikaten Punkte. Das Produkt selbst muss aber in jedem Fall auch dem PSI zugesandt werden (s. Seite 15), da das Produkt und seine mit eingereichten Zertifikaten auch noch einmal aus der Nachhaltigkeits­sicht der Jury bewertet werden.
- Kategorie 7 für eine **Kampagne** – Sustainable Campaign:

Für die Kategorie können Sie sich bewerben, indem Sie diese schildern und hochladen. Der im Rahmen der Kampagne eingesetzte Werbeartikel muss auch dem PSI zugesandt werden (s. Seite 15). Kampagnen werden von der Jury bewertet.
- Kategorie 8 für den Gesamtsieger – Sustainable Company of the Year:

Der Teilnehmer, der über alle Kategorien hinweg die meisten Punkte erlangt, gewinnt den Gesamtaward „Sustainable Company of the Year“.

Für die Kategorie 8 kann man sich also nicht direkt bewerben.

Alle Einreichungen, Auszeichnungen und Siegel sind auf das laufende Kalenderjahr sowie die letzten 5 vollen Kalenderjahre begrenzt.



## Kategorie 1: Economic Excellence

Unternehmen

Hier punkten bestehende Zertifikate zum Qualitätsmanagement eines Unternehmens über das Scoring-System wie beispielsweise:

**EFQM** Das EFQM-Modell ist ein Qualitätsmanagement-System des Total-Quality-Management. Es wurde 1988 von der **European Foundation for Quality Management (EFQM)** entwickelt und bietet Organisationen Hilfestellung für den Aufbau und die kontinuierliche Weiterentwicklung von umfassenden Managementsystemen.



**EN ISO 9000:2000** Die Normenreihe EN ISO 9000:2000 ff. gehört zu den Qualitätsmanagement-Normen. Sie dokumentiert grundsätzlich prozessorientierte Maßnahmen des Qualitätsmanagements und erleichtert das gegenseitige Verständnis auf nationaler und internationaler Ebene.



**EN ISO 9001** Die Norm EN ISO 9001 legt Mindestanforderungen fest, die erfüllt sein müssen, um Produkte und Dienstleistungen bereitstellen zu können, welche Kundenerwartungen und behördliche Anforderungen erfüllen.



**EN ISO 22000** Die internationale Norm EN ISO 22000 dient dazu, die Standardflut im Bereich der Lebensmittelsicherheit einzudämmen und ist weltweit anwendbar, lässt aber größere Spielräume als Standards vieler Handelsverbände.



Aber auch bestehende, über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehende Zertifikate zum Qualitäts- oder Sicherheitsmanagement von Produkten Ihres Unternehmens – entweder aus eigener Herstellung oder als exklusive Importprodukte – können hier angemeldet werden.

### **Institut Fresenius Qualitätssiegel**

Das Institut-Fresenius-Qualitätssiegel wird an Produkte der Lebensmittel-, Kosmetik-, Hygiene-, Reinigungs- und Gebrauchsgegenständeindustrie verliehen. Untersucht wird der gesamte Herstellungsprozess: Von den Rohstoffen und Lieferanten über das Produkt bis hin zur Verpackung. Die Qualitätskontrollen erfolgen in regelmäßigen Abständen – auch unangekündigt.





## Kategorie 2: Environmental Excellence

Hier werden Punkte über das Scoring-System durch bestehende Zertifikate zum Umweltmanagement eines Unternehmens erlangt wie beispielsweise:

**EMAS** Das **Eco-Management and Audit Scheme** (EMAS) ist als EU-Öko-Audit bekannt. Es wurde von der EU entwickelt und ist ein System bestehend aus Umweltmanagement und -betriebsprüfung für Organisationen, die ihre Umweltleistung verbessern wollen. Es misst der Eigenverantwortung der Unternehmen bei der Bewältigung ihrer direkten und indirekten Umweltauswirkungen eine entscheidende Rolle zu. Zertifiziert werden können Unternehmen, Dienstleister, Verwaltungen etc.



**ISO 14001** Die Norm ISO 14001 legt einen Schwerpunkt auf einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess als Mittel zur Erreichung der jeweils definierten Zielsetzung in Bezug auf die Umweltleistung einer Organisation (Unternehmen, Dienstleister, Behörde etc.). Der kontinuierliche Verbesserungsprozess beruht auf der Methode: Planen-Ausführen-Kontrollieren-Optimieren.



Unternehmen

## Kategorie 3: Social Excellence

Diese Kategorie bewertet hochgeladene Zertifikate zu den Arbeitsbedingungen Ihres Unternehmens an Ihren Produktionsstätten. Das können beispielsweise sein:

**SA 8000** Dieser internationale Standard dient der Verbesserung der Arbeitsbedingungen von Arbeitnehmern (Angestellte, Arbeiter, aber auch Leiharbeiter). Hier melden sich Unternehmen selbständig an. Im Gegensatz zu nationalen Gesetzen und Verordnungen ist SA 8000 eine internationale Norm, deren Zertifizierung und Befolgung auf freiwilliger Entscheidung der Unternehmen beruht.



**BSCI** Die **B**usiness **S**ocial **C**ompliance **I**nitiative (BSCI) ist eine wirtschaftsgetriebene Plattform der **F**oreign **T**rade **A**ssociation (FTA). Sie dient der Verbesserung der sozialen Standards in einer weltweiten Wertschöpfungskette. Dafür bietet sie ein systematisches Überwachungs- und Qualifikationssystem an.



**OHSAS 18001** OHSAS 18001 (**O**ccupational **H**ealth and **S**afety **A**ssessment **S**eries) lehnt sich an die ISO 9001 und an die ISO 14001 an. Mit einer Verbreitung in mehr als 80 Ländern der Welt ist OHSAS 18001 einer der bekanntesten und bedeutsamsten Standards für ein Arbeitsschutzmanagementsystem.



**OHRIS** Das **O**ccupational **H**ealth- and **R**isk-  
Managementsystem OHRIS ist ein in Bayern und  
Sachsen zertifizierbares, international anerkanntes  
Arbeitsschutzmanagementsystem. Der Vorteil von OHRIS  
ist, dass alle Zertifizierungsunterlagen und auch die Bera-  
tung und Zertifizierung kostenlos durch die Gewerbeaufsichtsämter  
(in Bayern und Sachsen) durchgeführt werden. Sinn ist, die Eigenverantwortung  
der Unternehmen zu stärken und die direkte Überwachung durch eine Eigenüber-  
wachung zu ersetzen.



## Kategorie 4: Environment Initiative

Unternehmen

Hier werden Umweltinitiativen oder selbstentwickelte Umweltstandards bewertet.  
Das können alle nicht zertifizierten betriebsinternen Eigeninitiativen sein wie

- Investitionen in einen Maschinenpark
- Arbeitsbedingungen unter ökologischen Aspekten
- Energiesparmaßnahmen
- Reduktion des CO<sub>2</sub>-Abdrucks
- Recycling
- Müllreduktion
- Reduktion des Wasserverbrauchs
- Reduktion belastender Chemikalien und Abwässer
- Green IT
- Photovoltaik-Anlagen
- etc.

Die Einreichungen für diese Kategorie sind aus organisatorischen Gründen auf  
zwei Einreichungen beschränkt.



Unternehmen

## Kategorie 5: Social Initiative

Diese Kategorie bewertet soziale Initiativen eines Unternehmens oder selbstentwickelte Sozialstandards. Das können sein:

- Kulturelle, soziale und gesundheitsfördernde Zusatzangebote für die Belegschaft
- Praktizierte Diversity
- Inklusion
- Soziales Engagement für die Kommune oder Region
- Kulturelles Engagement für die Ihre Kommune oder Region
- Karitatives Engagement
- Spenden
- Eigene Hilfsprojekte oder Beteiligung daran
- etc.

Die Einreichungen für diese Kategorie sind aus organisatorischen Gründen auf zwei Einreichungen beschränkt.



## Kategorie 6: Sustainable Product

Produkt

Das nachhaltige Produkt erhält im ersten Schritt Punkte für seine Zertifikate. Diese Zertifikate werden ganz einfach über die Anmeldeplattform hochgeladen. In Frage hierfür kommen sowohl Produkte aus eigener Herstellung als auch exklusive Importprodukte.

Im zweiten Schritt werden diese Produkte von der Jury bewertet. Hierfür muss das Produkt **bis zum 15. Mai 2016** an folgende Adresse gesandt werden, wo es registriert und bis zur Jurysitzung aufbewahrt wird:

7divisons  
Eva-Maria Geef  
Yorckstraße 6  
41061 Mönchengladbach

Zertifikate, die die Nachhaltigkeit eines Produktes nachweisen, können beispielsweise sein:

**FSC** Der **F**orest **S**tewardship **C**ouncil, kurz FSC, ist eine internationale Non-Profit-Organisation. Sie schuf das erste System zur Zertifizierung nachhaltiger Forstwirtschaft. Es wurde zur Sicherung der nachhaltigen Waldnutzung gegründet. Das FSC Gütesiegel kennzeichnet Holz-Produkte als Erzeugnisse von Forstbetrieben, die nach FSC-Kriterien zertifiziert sind.



**Blauer Engel** Der Blaue Engel ist ein in Deutschland vergebenes Umweltzeichen für besonders umweltschonende Produkte und Dienstleistungen. Es wurde 1978 ins Leben gerufen und soll dort, wo herkömmliche Produkte die Umwelt belasten, umweltfreundliche Entwicklungen und Alternativen erkennbar machen. Das Umweltzeichen wird an die Hersteller verliehen und diese können auf freiwilliger Basis ihre Produkte damit kennzeichnen.



**Oeko-Tex® Standard 100** Der Oeko-Tex® Standard ist ein unabhängiges Prüf- und Zertifizierungssystem für textile Produkte aller Verarbeitungsstufen (Fasern, Garne, Gewebe, konfektionierte Endprodukte, inklusive Zubehör) entlang der textilen Wertschöpfungskette.





## Kategorie 7: Sustainable Campaign

Kampagne

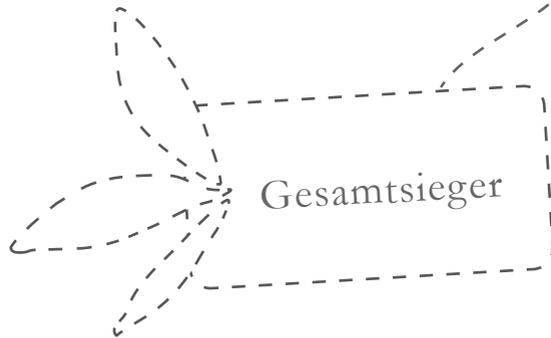
Eine nachhaltige Kampagne wird anhand einer Beschreibung eingereicht. Hier geht es um die Integration eines ökologischen Werbeartikels in den Marketingmix im Rahmen einer Kampagne. Die Jury bewertet die Qualität (Auftraggeber, Zielgruppe, Aufgabenstellung, Umsetzung) der Kampagne im Sinne des Zusammenspiels der aufeinander abgestimmten Kommunikations- und Werbemaßnahmen.

Hierfür muss der im Rahmen der Kampagne eingesetzte Werbeartikel **bis zum 15. Mai 2016** an folgende Adresse gesandt werden, wo er registriert und bis zur Jurysitzung aufbewahrt wird:

7divisons  
Eva-Maria Geef  
Yorckstraße 6  
41061 Mönchengladbach



## Kategorie 8: Sustainable Company of the Year 2016



Für die Kategorie 8 kann man sich nicht direkt bewerben.

Der Gewinner dieser Kategorie ergibt sich aus der Addition der erreichten Punkte in den Einzelkategorien 1 bis 7.

# Die Jury der PSI Sustainability Awards

Das Thema Nachhaltigkeit ist sehr anspruchsvoll. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, wurden in die Jury Menschen eingeladen, denen das Thema Nachhaltigkeit am Herzen liegt. Die Jury bewertet alle Aspekte, die im Umfeld von Unternehmen und Produkten nicht von offiziellen Zertifikaten oder Qualitätssiegeln erfasst werden. Ganz besonders gilt dies für eingereichte Eigeninitiativen. Die Bewertungskriterien erstrecken sich von transparenten Produktionsrichtlinien und -verfahren über Unternehmenskultur bis hin zu sozialem Engagement.

## Michael Freter

Geschäftsführer PSI

Diplom-Geograph mit den Schwerpunkten Biologie und Ökologie, Entwicklungshilfe in Sri Lanka. Produktmanager WEKA Verlag, Mitglied der Geschäftsleitung Computerwoche Verlag, Verlagsleitung Verlag Neue Wirtschafts-Briefe, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb LexisNexis, Geschäftsführer Reed Exhibitions Deutschland GmbH und PSI. Projektarbeiten bei Reed Cares.



## Lutz Gathmann

Designer

Ausbildung zum Stahlgraveur mit Meisterprüfung, staatlich geprüfter Techniker für Gestaltung, Chefdesigner bei UVEX Sport und Safety in Fürth, Chefdesigner bei NiGuRa Optik in Düsseldorf. 1981 Gründung PRODUKT/DESIGN Düsseldorf, Ausbildung zur Fachkraft für Arbeitssicherheit. 2009 wird aus PRODUKT/DESIGN „Design plus Produktsicherheit“.



## Ville Heimgartner

Projekt Manager Nachhaltigkeit, Schweizerischen Post Nachhaltigkeitsexperte mit praktischer Erfahrung in der Industrie und Beratung in Ländern wie China, Indien, Mexiko und Europa. Gegenwärtig Projekt Manager Nachhaltigkeit bei der Schweizer Post im Bereich Beschaffung, Recycling und Kommunikation. Sowie engagierter Entrepreneur in sozialen und ökologischen Ventures wie ImagineCargo und Fiksio.



## Miriam Kehl

Associate Director, Green Alley Investment GmbH

Miriam Kehl ist Referentin des Vorstands der Landbell AG für Rückhol-Systeme, ein Umwelt- und Entsorgungsspezialist mit Sitz in Mainz, sowie Associate Director der 100-prozentigen Landbell-Tochter Green Alley Investment GmbH, die Start-ups im Bereich der Green Economy finanziell unterstützt. Bei

Green Alley kümmert sie sich hauptsächlich um den Aufbau von Kooperationen mit verschiedenen Partnern und den Ausbau eines Netzwerks der Green Economy.



## Michael Klöfkorn

Head of Corporate Sustainability Bahlsen GmbH & Co. KG

...und damit Manager von Widersprüchen und Spannungsfeldern, Bankkaufmann, Diplom Wirtschaftspsychologe mit den Schwerpunkten Changemanagement, Coaching, Personalentwicklung, Konsumgütermarketing, Hochschuldozent. Zertifizierter Business Coach und Mediator. Vorstandsmitglied in der Inneren Mission (Projekt Expowal) innerhalb der ev. Landeskirche Hannovers.



## Oliver Malat

Helpcentives

„Nichts bewegt mehr, als etwas zu bewegen“, weiß Helpcentives Senior Manager Oliver Malat aus jahrelanger Erfahrung als Kreativdirektor und Consultant von Live-Kommunikationsmaßnahmen zu berichten. Mit Helpcentives baut Oliver Malat maßgeschneiderten CSR-Events für Unternehmen aller Branchen strategische Brücken zwischen Eventplanung und Unternehmenskultur. Dank langjähriger und vitaler Kontakte zu Stiftungen, NGO's, Projekten und Verbänden realisiert Helpcentives deutschland- und weltweit Projektoptionen für Ansprechpartner aus Vertrieb, Human Resources, Strategie, Marketing bis zum Top-Management.



## Christopher Martens

Compliance Manager Leo Burnett GmbH

... ist bei der Kommunikationsagentur Leo Burnett GmbH für alle deutschen Standorte in Frankfurt, Berlin und München als Compliance Manager verantwortlich, Themen dabei unter anderem auch das CSR-Reporting. Daneben noch Ansprechpartner für weitere Compliance-Themen für die Schwestergesellschaften bei Publicis Communications. Zuvor in der Wirtschaftsprüfung bei KPMG tätig und seit 2015 Certified Internal Auditor.



## Hugo W. Pettendrup

Gründer und Geschäftsführer HP-FundConsult

- Brücke zwischen Profit und Non-Profit, Unternehmensberatung Mittelstand Strategie/Marketing/Vertrieb - Nachhaltigkeit, Wettbewerbs- und Jurybeteiligung „Entrepreneur des Jahres“, „start2grow“ und „startsocial“, Vorstands- und Kuratoriumstätigkeiten, Regionalleitung DFRV, Initiator und Leiter Studiengang „CSR-Manager/in (FA)“, Zertifizierter Trainer „Gute Sache“ (UPJ), CSR-Berater/Experte, Autor/Dozent/Lehrbeauftragter, Nachhaltigkeitsberichterstattung, Herausgeber von „N-Kompass“ (NWB-Verlag), Schulungspartner Deutscher Nachhaltigkeitskodex (Rat für nachhaltige Entwicklung)





## Die Award Verleihung

Nach der Auftaktveranstaltung der ersten PSI Sustainability Awards am 11. September 2015 in der Classic Remise in Düsseldorf, empfängt Sie das PSI in diesem Jahr am

2. September 2016 im Kurhaus Wiesbaden

Ein geladen und somit in der Anmeldegebühr enthalten, sind jeweils 2 Personen aller nominierten teilnehmenden Unternehmen zu einem feierlichen Abend mit Sektempfang, Awardverleihung mit anschließendem Dinner.

# Die Gewinner 2015



# Impressum



PSI Promotional Product Service Institute  
Reed Exhibitions Deutschland GmbH  
Völklinger Straße 4  
40219 Düsseldorf  
Tel +49 211 90191-0  
Fax +49 211 90191-185  
E-Mail [info@psi-network.de](mailto:info@psi-network.de)  
[www.psi-network.de](http://www.psi-network.de)

Grafik:  
schlicht [design]  
Nicole Schlicht  
Neustraße 40, 40213 Düsseldorf  
[www.schlicht-design.de](http://www.schlicht-design.de)

Bildmaterial: © fotolia.de: Richard Carey, Reddogs, Christian Colista, stevanzz,  
Malbert, quickshooting, kichigin19, vladimirfloyd, elxeneize, rcfotostock,  
st-fotograf, Diana Kosaric / © Wiesbaden Marketing / © Behrendt und Rausch



## Kontakt

Sarina Peters

Tel.: +49 211 90191-152

E-Mail: sarina.peters@reedexpo.de

Carolin Scharnowski

Tel.: +49 211 90191-367

E-Mail: carolin.scharnowski@reedexpo.de

