

PSI

2017/2018

DISTRIBUTOR FINDER

www.psiproductfinder.de/haendlersuche



TOP EUROPEAN DISTRIBUTORS
QUALIFIED

Sicherheit und Qualität von Werbeartikeln

powered by **intertek**



PSI kooperiert mit Intertek

Die Kooperation zwischen Intertek und dem PSI ist am 1. September 2017 gestartet.

Für PSI Mitglieder bedeutet das: Vergünstigte Workshops und Webinare, die zwischen Intertek und PSI Mitgliedern inhaltlich nach Bedarf abgestimmt werden können.

Das Seminarangebot umfasst:

- Qualitätssicherungskonzepte für Konsumgüter und Werbeartikel
- Risiko-Management
- Social Compliance Audits
- REACH-Konformität etc.

Bereits am Mittwoch, 20. September 2017, 16:00 Uhr, findet das erste kostenfreie Webinar „Sicherheit und Qualität von Werbeartikeln“ statt.

connect.psi-network.de/Intertek

1	<p>Gut zu Wissen Good to Know</p>	2-3
2	<p>PSI Branchenbarometer PSI Industry Barometer</p>	4-22
3	<p>Fokus Thema, Sustainability Awards Focus Theme, Sustainability Awards</p>	24-32
4	<p>TOP 100 Händler im PSI Netzwerk TOP 100 Distributors of the PSI Network</p>	33-40
		
5	<p>Distributor Services Hier finden Sie Händler nach Services (Fullservice, Werbeanbringung, Druck, Marketingberatung). / Here are the Distributors sorted by Services (Fullservice, Finishing, Printing, Marketing consulting)</p>	41-54
6	<p>Deutschland Germany Hier finden Sie die Kontaktdaten aller deutschen PSI Werbeartikel-Händler nach PLZ-Gebieten in alphabetischer Reihenfolge gelistet. / Here are the contact details of all German PSI promotional product distributors listed by ZIP-Code areas in alphabetical order.</p>	55-288
7	<p>Österreich / Schweiz Austria / Switzerland Hier finden Sie die Kontaktdaten aller PSI Werbeartikel-Händler in Österreich und Schweiz in alphabetischer Reihenfolge gelistet. / Here are the contact details of all Austrian and Swiss PSI promotional product distributors listed in alphabetical order.</p>	289-342
8	<p>Europa Europe Hier finden Sie die Kontaktdaten aller europäischen PSI Werbeartikel-Händler nach Ländern unterteilt. Diese sind nach Länderkennzeichen (gemäß ISO 3166-2 Standard), wie z.B. „BE“ für Belgien sortiert. Innerhalb eines Landes sind die PSI Werbeartikel-Händler in alphabetischer Reihenfolge gelistet. / Here are the contact details of all international PSI promotional product distributors sorted by country. They are sorted according to country codes (according to ISO3166-2 Standard), e.g. “BE” for Belgium. The PSI promotional product distributors in a country are listed in alphabetical order.</p>	343-538
9	<p>Welt World Hier finden Sie die Kontaktdaten aller internationalen PSI Werbeartikel-Händler nach Ländern unterteilt. Diese sind nach Länderkennzeichen (gemäß ISO 3166-2 Standard), wie z.B. „BR“ für Brasilien sortiert. Innerhalb eines Landes sind die PSI Werbeartikel-Händler in alphabetischer Reihenfolge gelistet. / Here are the contact details of all international PSI promotional product distributors sorted by country. They are sorted according to country codes (according to ISO3166-2 Standard), e.g. “BR” for Brazil. The PSI promotional product distributors in a country are listed in alphabetical order.</p>	539-572
10	<p>Mitgliedsnummern Membership Numbers In diesem Teil sind die PSI Werbeartikel-Händler nummerisch von 102 bis 3999 aufgeführt. / In this section PSI promotional product distributors are listed numerically from 102 to 3999.</p>	573-600
11	<p>PSI Kontakt / Impressum PSI Contact / Imprint</p>	601-602

4,2

.....
Jahre behalten Französinen und Franzosen im Schnitt gebrandete Koffer

und anderes Reisegepäck. Die Hälfte der Befragten (50,7 Prozent) bestätigte das dem französischen Verband 2FPCO. Überraschend: Schreibgeräte überdauern im Schnitt gerade einmal ein Dreivierteljahr.

51%

.....
der im Rahmen des GWW Werbeartikel-Monitors 2016/2017 befragten Kleinunternehmen veranschlagen mehr als ein Fünftel ihres Werbebudgets für Werbeartikel. Bei Großunternehmen sind es lediglich 13 Prozent.

50 Milliarden

.....
Dollar werden laut Marktforscher IDC im Jahr 2021 mit Augmented Reality umgesetzt, schreibt horizont.net. Rosige Aussichten für die Werbeartikelbranche, bei Produkten reale und virtuelle Welt erfolgreich zu kombinieren.

9 von 10

.....
Europäern erinnern sich an das Unternehmen, von dem sie eine Tasche erhalten haben. Damit liegen diese Werbeartikel (89 Prozent) noch vor Kalendern (86 Prozent), Shirts und Schreibgeräten (85 Prozent) sowie Hüten (84 Prozent). Der durchschnittliche Erinnerungswert liegt im Übrigen bei 84 Prozent, wie die Impressions Study von ASI ergeben hat.

22,9 Milliarden

.....
Dollar Umsatz konnten US-Werbeartikelhändler im Jahr 2016 verbuchen. Das entspricht einem Zuwachs von 3,1 Prozent, berichtet das „Advantages Magazine“ von ASI und beruft sich auf eine aktuelle Studie.

94

.....
Studierende haben seit Gründung des Rosalind Plummer Memorial Scholarship durch Mitglieder der

Vereinigung der kanadischen Werbeartikelunternehmen PPPC im Jahr 2007 Stipendien im Gesamtwert von 141.000 CAD erhalten, ist auf der PPPC-Website promocan.com zu lesen.

3 von 4

.....
niederländischen Konsumenten geben an, in ihrer Kaufentscheidung für das Produkt eines Unternehmens durch einen entsprechenden Werbeartikel beeinflusst zu werden. Dies veröffentlichte der niederländische Werbeartikelverband PPP auf seiner Homepage.

50 Prozent und mehr zertifizierte oder nach-

weislich nachhaltige Waren führen 28,9 Prozent der Lieferanten in ihrem Angebot. Bei den Händlern sind es sogar 43,3 Prozent.

73,2%

der Lieferanten verstehen sich als Hersteller mit Vertrieb für Werbeartikelhändler. Neben dem Vertrieb an den Händler liefern 29 Prozent der Hersteller auch direkt an Industriekunden.

Jeder fünfte

Lieferant konnte 2016 eine Umsatzsteigerung von bis zu zehn Prozent verbuchen. Jeder vierte (24 Prozent) immerhin bis zu fünf Prozent.

Platz 1

der europäischen Absatzmärkte für Werbeartikel belegt Deutschland. 64,5 Prozent der am Branchenbarometer teilnehmenden Lieferanten vertreiben hier ihre Produkte. Es folgen Österreich (60,3 Prozent) und die Schweiz (55,2 Prozent).

10 Millionen

Euro und mehr setzen 55 Prozent aller niederländischen Lieferanten mit Werbeartikeln um. International sind die Niederlande mit Abstand das umsatzstärkste Land. Zum Vergleich: Der europäische Durchschnitt in dieser Umsatzgruppe liegt bei 21,5 Prozent.

2017

steht unter optimistischen Vorzeichen. 26 Prozent der Lieferanten erwarten eine positive Umsatzentwicklung (bis zehn Prozent), ein Viertel gar bis 20 Prozent.

Die Hälfte

aller Lieferanten (56 Prozent) empfindet Nachhaltigkeitsnachweise und Zertifizierungen im eigenen Unternehmen als wichtig bis sehr wichtig. Bei den Händlern sind es 41 Prozent.

Die Zeichen stehen auf Boom

Um verantwortungsbewusste Entscheidungen treffen zu können, müssen Unternehmer wissen, was im Markt vorgeht. Konjunkturaussichten, Unternehmensstrukturen, Absatzmärkte und Umsatzbringer: Mit dem europaweiten PSI Branchenbarometer hat das PSI 2015 ein eigenes Marktforschungs-Tool eingeführt, das zweimal im Jahr sowohl die aktuelle Lage als auch Trends der Branche abfragt und so regelmäßig Marktdaten und Brancheninformationen liefert, seien es Umsatzhöhe und -entwicklung, Maßnahmen zur Zertifizierung, Nachweise der Nachhaltigkeit oder auch Distributionskanäle – in einer europäischen Ausgabe und Länderspecials. Neben Deutschland sind in der mittlerweile fünften Ausgabe Frankreich, die Niederlande, Schweden, Großbritannien und Belgien die stärksten Teilnehmerländer.

Positive Erwartungshaltung für 2017

Die Ausgabe 1/2017 bestätigt die positive Erwartungshaltung der Unternehmen aus dem zweiten Halbjahr 2016: Im Ergebnis war das vergangene Jahr umsatzstark. 17,6 Prozent der Lieferanten konnten einen Umsatz von bis zu 49 Millionen Euro verzeichnen. Knapp 20 Prozent der Händler vermeldeten einen Umsatz von bis zu einer Million Euro. Die Unternehmen waren jedoch nicht nur eifrig in finanzieller Hinsicht. Auch in puncto Maßnahmen zur Zertifizierung bzw. Nachweise der Nachhaltigkeit waren Lieferanten wie auch Händler sehr aktiv. OB BSCI, ISO, FSC, SEDEX oder auch andere Top-Zertifikate: Die Branche setzt auf quantifizierbare Nachhaltigkeit.

Branche ist wichtiger Wirtschaftsfaktor

Dass die Werbeartikelbranche ein wichtiger Wirtschaftsfaktor ist, beweist das Branchenbarometer auch noch in anderer Hinsicht. So sind Werbeartikellieferanten und auch -händler wichtige Arbeitgeber. Knapp die Hälfte aller Werbeartikellieferanten, die sich am Branchenbarometer 1/2017 beteiligt haben, beschäftigt zwischen zehn und 49 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. 17 Prozent sogar zwischen 100 und 499 Menschen. Jeder vierte Händler zählt bis zu neun Beschäftigte, gut 14 Prozent bis 24. Alle Ergebnisse der aktuellen Umfrage zeigt das PSI Branchenbarometer in dieser Ausgabe. <