

PSI

JOURNAL

PSI Journal
Internationales Magazin
für Werbeartikel

April 2018
57. Jahrgang



Blütenfrische Werbeideen

Prisca Götz
Interflor24

Global Innovations Germany

Open Monitor Promotion:
Hightech-Aufkleber
mit Potenzial

Intertek

Sicherheitsprüfungen
von Power Banks

25 Jahre Plan Concept

Kunden binden
mit Mehrwert

Marktforschung aktuell



Gute Zeiten für Werbeartikel

LEUCHTTURM1917
DETAILS MACHEN DEN UNTERSCHIED.



CUSTOM-MADE NOTEBOOKS.

www.LEUCHTTURM1917.de | custommade@LEUCHTTURM1917.com | +49 (0)4152-801-291



Editorial

Nein zum Preisdumping

Der Strukturwandel in der Branche ist ein großes Thema, das vor allem Händler und Berater dazu zwingt, sich neu zu positionieren. Denn die fortschreitende Segmentierung macht den Markt unübersichtlich, die Grenzen zwischen den Akteuren verschwimmen und neue, branchenfremde Anbieter drängen auf den Markt. Shops und Online-Plattformen, aber auch Drucker, Textilveredler und sogar E-Commerce- und Digitaldruck-Riesen wie Amazon, Flyeralarm & Co. bedrohen das klassische Geschäftsmodell.

Was diese Anbieter so gefährlich macht, sind nicht allein die Marktanteile, die sie erobern, oder die digitalen Standards, die sie auch im B2B-Bereich setzen. Diese Entwicklung hin zu Online-Großanbietern fördert auch ein Geschäftsverständnis, in dem der Preis zum alleinigen Kaufkriterium wird. Das führt auch im Werbeartikel-Geschäft verstärkt zum Preisdumping, denn irgendwo im Netz gibt es alles noch billiger. Und viele Kunden übertragen ihre Erfahrungen als private Käufer auch auf ihr Business: Man macht sich gerne beim Fachmann schlau, nur um dann möglichst preiswert online oder auch direkt beim Hersteller zu kaufen. Das geht so lange gut, bis Unsicherheiten bei der Produktwahl oder Probleme bei der Veredlung auftauchen oder Sonderwünsche und Sonderanfertigungen ins Spiel kommen. Dann erst wird der Berater auf den Plan gerufen: Er räumt Schwierigkeiten aus dem Weg, zeigt Lösungen auf, liefert Produkt- und Kampagnen-Ideen, klärt über Sicherheitsstandards auf und pocht auf Qualität – und wird dann nicht selten gegen mehrere Mitbewerber ausgespielt. Um den Preis zu drücken, lässt man die billigsten Anbieter, darunter auch solche aus dem Ausland, in einer Auktion gegeneinander antreten. Noch unfairer wird das Ganze, wenn Einkaufsgesellschaften mitmischen. Viele seriöse Händler sind dann ganz schnell aus dem Rennen.

Dieses Geschäftsgebaren ist nicht neu. Es greift aber immer mehr um sich und der Umgangston wird, wie man von Händlerseite immer häufiger hört, zunehmend rauer – bis hin zu Täuschungsmanövern und Auftragsstornierungen in letzter Minute. Kein Wunder, dass da die Margen auf der Strecke bleiben, zumal Know-how-Transfer, Kreativleistungen und die Ausarbeitung aussagekräftiger Angebote gerne als inklusive betrachtet werden. Immer mehr Händler können oder möchten diese Art des Geschäfts nicht mehr mitmachen. Sie verweigern sich zu Recht dem Preisdiktat und der fortdauernden Geringschätzung ihrer Leistung, die sich so nicht mehr auszahlt. Ein gut aufgestellter, professioneller Händler hat daraus die logische Konsequenz gezogen. Er trennt Beratung von Beschaffung und bietet beides getrennt an: Einerseits berechnet er die qualifizierte Marketingberatung inklusive Produkt-, Preis- und Bezugsempfehlungen, andererseits erstellt er ein Angebot für wertige, konforme Artikel zu gerechtfertigten Preisen. Der Kunde kann dann entweder kaufen – oder das Dumping-Spiel mit anderen Playern spielen. Ich habe Respekt vor diesem Mut zum Nein und die Hoffnung, dass dieses Modell Schule macht und Kompetenz sich wieder auszahlt.

Ursula Geppert | Leitende Redakteurin PSI Journal

Ihre Meinung dazu: geppert@edit-line.de

DNA

is in the detail.

D - module

C - module

A - module

B - module



—
Change your DNA.
 Create your own DNA pen choosing among over 60 interchangeable A-B-C-D modules.
Play on
dna.prodir.com

DNA.
Identity pen.

Prodir GmbH
 Hotline: 06762 - 4069-0

Prodir is a trademark
 of Pagani Pens SA

—
prodir.com
open.prodir.com

Personality pens.
 Swiss made.

prodir®

Tailor

Maßgeschneiderte Individualität



41157 Tailor OEM

Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG

Glashüttenweg 7
77709 Wolfach

Tel: +49 7834 973-0
Fax: +49 7834 973-137
E-Mail: klio@klio.com

www.klio.com

TRENDS & BRANDS

4

FOKUS

Werbeartikel-Monitor 2018: Gute Zeiten für Werbeartikel 8

PRODUCT GUIDE

Schul-/Bürobedarf und Schreibgeräte 12

BRANCHE

Unternehmen, Ereignisse, Märkte 34

25 Jahre Plan Concept: Kunden binden mit Mehrwert 38

PPD Live 2018: Ein Mehr an allem 42

DSGVO: Besserer Datenschutz 44

PRODUCT GUIDE

Hobby, Garten und Outdoor 46

UNTERNEHMEN

Interflor24: Blütenfrische Werbeideen 64

Open Monitor: Hightech-Aufkleber mit Potenzial 66

Karlowsky Fashion: Leichtigkeit in der Küche 70

BUSINESS

Intertek: Sicherheitsprüfungen von Power Banks 72

PRODUCT GUIDE

Innovative Produkte 74

MYPSI

80

NACHLESE PSI 2018

82

MEINUNG

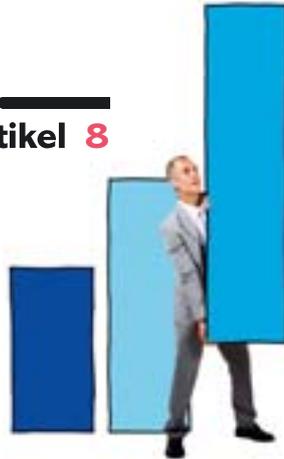
92

VORSCHAU – IMPRESSUM

94

Gute Zeiten für Werbeartikel 8

Die deutsche Wirtschaft boomt und diesem Aufwärtstrend folgend haben auch die Umsätze der Werbeartikelbranche einen neuen Höchststand erreicht. Auch führt der Werbeartikel weiterhin die Liste der am häufigsten eingesetzten Werbemedien an. Diese und weitere gute Nachrichten ergeben sich aus den aktuellen Marktforschungsergebnissen, die wir hier zusammenfassen.



Interflor24: Blütenfrische Werbeideen 64



Start-ups wie Interflor24 sind kennzeichnend für eine neue Unternehmergegeneration, die der Branche frische Impulse verleiht. Das noch junge Mitglied ist dem PSI Netzwerk mit dem hohen Anspruch beigetreten, „die Werbeartikelbranche mit mehr Frische und Lebendigkeit“ zu erfüllen.

Open Monitor: Hightech-Aufkleber mit Potenzial

66

Open Monitor, ein dynamisches Etikett, bestehend aus mehreren übereinanderliegenden Schichten, gibt nach Abreißen bzw. Umklappen einer Lasche nach und nach die individuell hinterlegte Botschaft frei. Wir hatten das Produkt mit seinen „zauberhaften“ Werbe-Möglichkeiten bereits vorgestellt und präsentieren nun den neusten Entwicklungsstand.



PSI FIRST: Publikumsfavoriten geehrt 82

50 Produktneuheiten waren auf der PSI 2018 im Zuge des PSI FIRST Clubs ins Rennen um die Gunst der Werbeartikelhändler und Marketingentscheider gegangen. Am 20. Februar wurden die drei Gewinner im Rahmen eines exklusiven Dinners gewürdigt. Außerdem betreiben wir eine bunte PSI 2018-Nachlese.



Tecto

„Der mit dem Dachklipp“



42663 Tecto high gloss
42664 Tecto transparent

Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG
Glashüttenweg 7
77709 Wolfach

Tel: +49 7834 973-0
Fax: +49 7834 973-137
E-Mail: klio@klio.com

www.klio.com

Nachhaltig Zeichen setzen



Bulk Market® ist ein sozialer Supermarkt im Londoner Stadtteil Hackney mit einer klaren Mission: das Problem der Lebensmittel- und Verpackungsabfälle anzupacken. Das Prinzip ist ganz einfach: das eigene – gereinigte – Gefäß mitbringen, vor Ort wiegen, damit später auch wirklich nur die reine Ware berechnet wird, mit dem gewünschten Produkt füllen, bezahlen. Grundsätzlich orientiert sich das Team um Bulk Market-Gründerin Ingrid Caldironi an den fünf wichtigen Rs: refuse (ablehnen), reduce (verringern), reuse (wiederverwenden), recycle (wiederverwerten), rot (compost, kompostieren). www.bulkmarket.uk



Wiederverwendbar
Polytech & Net GmbH
www.ptn-global.com
PSI 49623

Geruchsneutral, keimfrei, ohne BPA gefertigt, einfach zu transportieren: Die faltbare Wasserflasche Vitdam ist mit heißem Wasser befüllbar, wiederverwendbar und einfach zu reinigen.

Umweltschonend
happyROSS GmbH
www.happyross.de
PSI 44954



Die Kugelschreiber Vegetal Pen, Ingeo Pen und BIO-S! werden aus einem revolutionären Biomaterial hergestellt, das aus Naturfasern besteht und so eine umweltfreundliche Alternative zu herkömmlichem Kunststoff auf Erdölbasis bietet. Das verwendete Harz ist biologisch abbaubar und kompostierbar.



Kompostierbar
Stilolinea srl
www.stilolinea.it
PSI 45328

Das Prinzip der fünf Rs funktioniert auch außerhalb von Bulk Market. Die Werbeartikelbranche setzt durchaus nachhaltige Akzente.

Die Verwendung des Naturprodukts Kork für den Schlüsselanhänger unterstützt die nachhaltige Bewirtschaftung von Korkeichenwäldern und kommt somit sowohl dem Arten- als auch dem Klimaschutz zugute.

SMART

OFFICE

Stifteständer
BIG PEN



Art. 56-1101720

INSPIRION
▶ TRADING IDEAS

SPAß AM ARBEITSPLATZ

Frische Ideen für den Schreibtisch finden Sie im aktuellen Katalog
PromotionTops 2018 oder unter www.promotiontops.de !

Verlieren Sie keine Zeit, bestellen Sie jetzt! · Tel.: +49 421-5227-0 · Fax: +49 421-5227-403

**Gut dosiert**

Dosenspezialist GmbH
www.dosenspezialist.de
 PSI 46897

**Cashews in Schokotarnung**

MemorySweets GmbH
www.memorysweets.com
 PSI 49727

Top? Ja! Secret? Nein.

Trends kommen und gehen, sagt eine Plattitüde. Allerdings gibt es auch Trends, die bleiben. Die Werbeartikelbranche hat dafür einige Beispiele parat – und findet damit auch durchaus ungewöhnliche Zielgruppen. So schreibt die Neue Osnabrücker Zeitung in ihrer Ausgabe vom 6. November 2017, dass der Verfassungsschutz eine ganze Reihe unterschiedlichster Werbeartikel einsetzt: **Kaffebecher und Basecaps, Turnbeutel aus Baumwolle und Schraubendreherstift mit Licht, Cashewnüsse und Schlüsselanhänger, Pfefferminzdosens und Notizblöcke**, um nur einige zu nennen. Nun wissen wir nicht, für welche Marken sich der Verfassungsschutz entschieden hat. Unter den PSI Mitgliedern gibt es jedenfalls einige attraktive und sehr trendige Objekte.

Geheimnisträger**Adventsrubbelbecher**

Könitz Porzellan GmbH
www.koenitz-group.com
 PSI 44071

**Leuchtendes Beispiel**

Lumitoys GmbH
www.lumitoys.de
 PSI 46095



Ein Statement für den professionellen Business Auftritt
Das setzen Sie am besten mit Business-Taschen aus den Kollektionen ZALIA WOMEN, PRO DLX 5 MEN und CLASSIC CE.

PSI NEUHEITEN 2018



Zalia Bailhandle



Pro DLX Bailhandle



Classic CE Laptop Backpack 15,6"



Classic CE Laptop Bag 15,6"



Pro DLX Backpack 3V

MARKTFORSCHUNG AKTUELL

Gute Zeiten für Werbeartikel

Die deutsche Wirtschaft boomt und diesem Aufwärtstrend folgend haben auch die Umsätze der Werbeartikelbranche einen neuen Höchststand erreicht. Auch führt der Werbeartikel weiterhin die Liste der am häufigsten eingesetzten Werbemedien an. Diese und weitere gute Nachrichten ergeben sich aus den aktuellen Marktforschungsergebnissen, die wir hier zusammenfassen.

