

PSI

JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Juli 2018

57. Jahrgang



Albina Pen

Dragon Gifts

Eine echte Herzenssache

Product Guide

Weihnachten, Sets,
Veredelungen
Gedeckter Tisch
und Genussmittel

Stedman

5 Produktlinien
und 18 neue Styles

Walter Medien

Digitale
Kalenderwerkstatt



DS-GVO in der Praxis

Herausforderung für die Branche

NEU

JETZT KATALOG ANFORDERN!



EXKLUSIVE WEIHNACHTSPRÄSENTE



PREMIUM ADVENTSKALENDER

DIE ADVENTSKALENDER-EXPERTEN: UNSERE QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED!



NEU



Adventskalender mit Bio-Vollmilchschokolade



TIPP

Adventskalender „Stern“



NEU

SCHOKOTÄFELCHEN

Adventskalender-Haus „Ritter SPORT“

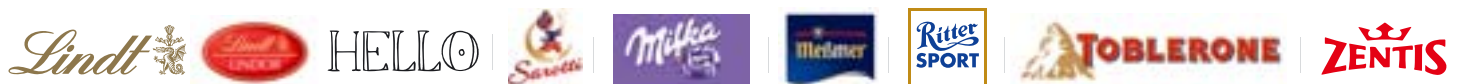


NEU

3D Adventskalender „Transporter“

24 TAGE IM MITTELPUNKT: INDIVIDUELL BEDRUCKBARE ADVENTSKALENDER IN PREMIUM-QUALITÄT!

Individuell bedruckte Adventskalender zählen zu den beliebtesten Werbemitteln in der Weihnachtszeit. Kein Wunder: Sie drücken damit gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten Ihre Wertschätzung aus! Die Werbung bleibt garantiert 24 Tage im Mittelpunkt, ohne in der Flut der Weihnachtspost „unterzugehen“. Gleich Katalog und Muster unter www.cd-lux.de bzw. info@cd-lux.de anfordern.



Die Adventskalender-Experten:

Mehr Begeisterung. Mehr Möglichkeiten. Mehr Service.

Hotline: 09971-85 71 0 | info@cd-lux.de | www.cd-lux.de

CD LUX
DIE ADVENTSKALENDER EXPERTEN



Editorial

Große textile Chancen

Wie viele Industrien, so muss sich auch die Textilindustrie einem massiven Wandel stellen. In der Produktion sind Digitalisierung und Individualisierung schon raumgreifend im Einsatz. Unternehmen wie adidas oder Nike haben das bereits frühzeitig erkannt. Individuell zusammenstellbare Schuhmodelle gibt es schon seit einigen Jahren. Das schafft Gefühle von Selbstverwirklichung und Bindung beim Kunden. Die Speedfactory macht's möglich. Was bei Sportshuhengang und gäbe ist, lässt sich auf Bekleidung übertragen. Die Druckindustrie hat 4.0 schon längst verinnerlicht.

Hinzu kommen Ökotextilen, also ökologisch nachhaltig und fair hergestellte Produkte. Auch hier arbeiten namhafte Firmen und hippe Start-Ups an Lösungen, die die schlechten Gewissen vieler Konsumenten beruhigen sollen. Was gestern noch Ausdruck des Lebensgefühls elitärer Zirkel war, wird immer mehr zum Mainstream. Ein Trend, dem sich auch die Werbeartikelwirtschaft nicht verschließen kann. Große Konzerne achten schon jetzt massiv darauf, dass Funktionalität und Design ihrer Werbeartikel auch mit Nachhaltigkeit und Fairness einhergehen.

Und dann stehen noch smarte oder technische Textilien auf der Tagesordnung für die Zukunft. Taschen ändern ihre Farbe mit dem Klima, Levi's und Google arbeiten an einer Radfahrerjacke mit integriertem Navi und Nike bastelt an Schuhen mit lernfähigen Schnürsenkeln. Sportshirts mit Schrittzählern und Blutdruckmesser werden auf Messen für Smart-Textiles schon präsentiert. Spannende Zeiten also für alle, die in Sachen Textil unterwegs sind – auch in der Werbeartikelwirtschaft. Neue Stoffe schaffen neue Chancen. Umdenken kann also auch hier angesagt sein. Es entstehen ganz neue Geschäftsmodelle.

Enormes Potential liegt im Bereich gebrandeter Freizeit- und Sporttextilien. Neue Sportarten wie eSports füllen in Asien längst große Stadien. Auch die „German Darts Masters“ kam sich in der Schalke Arena nicht verloren vor, ganz im Gegenteil. In den USA hat jedes Weingut seinen Merchandising Shop – vornehmlich bestückt mit Textilien. Jede andere Firma übrigens auch. Allein auf diesem Feld gibt es in Europa noch viel zu tun.

Die kommende PSI mit den beiden Messen PromoTex Expo und der viscom an ihrer Seite wird schon aus diesem Grund so spannend wie noch nie. Traditionelles und High-Tech werden sich auch bei Werbeartikeln, Textil und Werbetechnik die Hand reichen. Was gestern noch unmöglich war, ist heute schon Trend. Und das Beste dran: PSI Mitglieder haben Zugang zu all der Zukunft, die in diesen Messen steckt.

Wir sehen uns und reden drüber

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

DS8

unique details,
infinite variety.



Prodir GmbH
Hotline: 06762 - 4069-0

Prodir is a trademark
of Pagani Pens SA

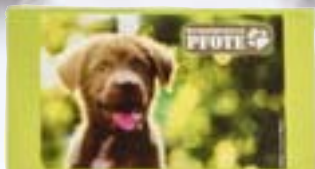
—
prodir.com
open.prodir.com

Personality pens.
Swiss made.

prodir®



Leckerli-Pack



Leckerli-Dose



Gassi-Beutel



Bildnachweis: fotolia.com © womue / fotolia.com © S.H. - exclusiv / fotolia.com © stockphoto-graf

TRENDS & BRANDS

4

MARKTFORSCHUNG

8

FOKUS

DS-GVO in der Praxis:

Eine Herausforderung für die Branche

10

PRODUCT GUIDE

Weihnachten, Sets, Veredelungen

18

BRANCHE

Unternehmen, Ereignisse, Märkte

42

ztv: Logistik live erlebt

46

PIAP: Neuer Vorstand gewählt

48

PRODUCT GUIDE

Gedeckter Tisch und Genussmittel

50

UNTERNEHMEN

Stedman: 5 Produktlinien und 18 neue Styles

64

BUSINESS

Intertek: Ansteck-Pins und ihre Tüchen

66

Walter Medien: Digitale Kalenderwerkstatt

68

PORTRAIT

Albina Pen: Eine echte Herzenssache

70

PRODUCT GUIDE

Innovative Produkte

74

MY PSI

88

MEINUNG

94

VORSCHAU – IMPRESSUM

96



DS-GVO: Herausforderung für die Branche 10

Die am 25. Mai in Kraft getretene Datenschutz-Grundverordnung ist kompliziert und wirft noch immer viele Fragen auf. Für Unternehmen bedeutet die Umsetzung der Maßnahmen einen enormen Aufwand. Wir haben uns in der Branche umgehört, wie sich Händler und Lieferanten in Sachen Datenschutz neu aufgestellt haben. Ihre Erfahrungen und Empfehlungen lesen Sie im Fokus ab Seite 10.



Product Guide 18

Das ganze Jahr über, aber besonders in der Weihnachtszeit, macht eine stilvolle Tafel den Genuss perfekt. Für ein weihnachtliches Ambiente, das lange in Erinnerung bleibt, hält die Branche viele hübsche und nützliche Accessoires bereit – Werbewirkung inbegriffen. Auch Kulinarisches, ob im Präsentset oder solo überreicht, sorgt für Genussmomente mit Langzeitwirkung.

Stedman: 5 Produktlinien und 18 neue Styles 64

Die Traditionsmarke Stedman® mit ihren mehr als sechs Jahrzehnten Erfahrung in der Produktion von funktioneller, zeitgemäßer Bekleidung zählt mittlerweile auch zu den erfolgreichsten europäischen Marken im Bereich hochqualitativer Werbetextilien. Die neue Kollektion umfasst 134 Styles für Herren, Damen und Kinder, darunter auch 18 neue Styles.



Albina Pen: Eine echte Herzenssache 70

Dass Albina Pen, Mitbegründerin und Geschäftsführerin von Dragon Gifts, inzwischen voll und ganz in der Werbetartikelbranche zuhause ist, hat sich über Jahre entwickelt. Wer verstehen möchte, wie und warum die Russin so erfolgreich wurde, muss sich etwas intensiver mit ihrem Werdegang beschäftigen. Dem PSI Journal hat sie einen detaillierten Einblick in ihr Leben und Lebenswerk gegeben.



Frische Ideen in Plüsch!

Wählen Sie Ihre Favoriten aus mehr als 500 SEMO-Plüschtieren!

NEU!

Die neue Soft-Kids-Collection von SEMO



Sonderanfertigungen für Promotion, Maskottchen, ect. – nach Ihren Wünschen.

Promotion!



TRIGON Deutschland GmbH

Kränkelsweg 28 · D - 41748 Viersen
Tel. 0 21 62 - 53 00 8-0 · Fax 0 21 62 - 53 00 8-20
E-mail: info@semo.de · www.semo.de

2Go geht neue Wege

Die PSI 2018 hatte als erste Messe weltweit ein 2Go-Pfandsystem für Porzellanbecher eingeführt. Unterstützt wurde sie dabei vom 2Go-Spezialisten Mahlwerk. Auch außerhalb einer Messe kann ein Pfandsystem funktionieren, wie Recup beweist. Recup ist ein Mehrwegpfandbecher, der in den Partner-Cafés des Unternehmens mitgenommen und zurückgegeben werden kann. Nach der Rückgabe wird der Becher für den Benutzer gereinigt. Recup nennt das „sozusagen Nachhaltigkeit im Vorbeigehen“. www.recup.de



All-in-one statt nur to go
Thermobecher COLUMBIA
mit integriertem Mahlwerk
und Sieb zum Kaffeekochen
 Asgard Sp. z.o.o.
www.asgard.gifts
 PSI 49556

Vor dem Coffee2Go steht der Coffee2Grow

Kaffeebaum
Multiflower GmbH
www.multiflower.de
 PSI 45974



Jederzeit Kaffezeit

Quarzwanduhr Kaffeekanne
TechnoTrade
www.technotrade-berlin.de
 PSI 43817



Nachhaltigkeit als Lifestyle

Der Hannocino-Becher, ein an über 150 Standorten in Hannover erhältlicher umweltfreundlicher Mehrwegbecher, ist mit dem GreenTecAward 2018 in der Kategorie Lifestyle ausgezeichnet worden. „Er besteht aus Biopolymeren, Naturharzen, Cellulose und natürlichen Verstärkungsfasern und ist dementsprechend biologisch abbaubar. Mit weit über 500.000 Einwohnern betreibt Hannover damit das größte kommunale Pfandsystem für to-go-Getränke bundesweit“, meldet der Markenverband auf seiner Website markenverband.de. Nachhaltigkeit ist attraktiv – in jeder Hinsicht.



Der Hannocino-Becher, ein an über 150 Standorten in Hannover erhältlicher umweltfreundlicher Mehrwegbecher, ist mit dem GreenTecAward 2018 in der Kategorie Lifestyle ausgezeichnet worden. „Er besteht aus Biopolymeren, Naturharzen, Cellulose und natürlichen Verstärkungsfasern und ist dementsprechend biologisch abbaubar. Mit weit über 500.000 Einwohnern betreibt Hannover damit das größte kommunale Pfandsystem für to-go-Getränke bundesweit“, meldet der Markenverband auf seiner Website markenverband.de. Nachhaltigkeit ist attraktiv – in jeder Hinsicht.

SCHWARZ WIE DIE NACHT

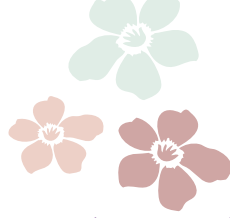
Der Eyecatcher für Events, als Präsent oder für besondere Anlässe.



NIGHT-BOOK

Ein ungewöhnliches Notizbuch, das garantiert auffällt: Inhalt aus durchgefärbtem schwarzen Papier, hochwertige Vollausrüstung in schwarz. Dank des Kugelschreibers mit Silbermine lassen sich die Seiten wirkungsvoll beschriften. Der Werbeeindruck erfolgt als Prägung, Siebdruck oder Siebdruck-Digital. www.geiger-notes.ag

geiger  notes



Schönheitswelle aus Asien



„Hallyu“ ist koreanisch, bedeutet „Koreanische Welle“ und umschreibt die weltweite Begeisterung für südkoreanische Trends – auch in der Kosmetik. Disziplin und Effizienz spiegeln sich im Bereich der pflegenden Kosmetik wider. „Get-it Beauty“ lautet das Motto. Man kommt nicht schön zur Welt. Schönheit wird erarbeitet, so die Philosophie. Das „Herstellen“ von Schönheit mithilfe von Expertentricks ist gefragt. Und die empfehlen Layering, also die Verwendung verschiedener Produkte übereinander. Laissez-faire ist in Sachen Beauty nicht angesagt. Soweit das Zeit Magazin in seinem Beitrag „Südkorea: K wie Kool“ vom 31. Januar 2018.

Süße Schönheit

Fruchtgummi mit Versiol für straffere Haut, zurückgehende Cellulite und reduzierte Falten

Fruchtgummi-Kussmünder

Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG

www.ksw24.com

PSI 42706



Natürlich schön

Shampoo mit Fairtrade Olivenöl aus Palästina und Fairtrade

Kaffee aus Bolivien

Fair Squared Shampoo Coffee

Fair Squared GmbH

www.fairtradepromotions.com

PSI 46751



Ganz schön schön

Inwieweit sich dieser Trend auch bei uns durchsetzen kann, wird sich zeigen. Bereits jetzt bietet die Werbeartikelbranche hierzu-lande natürliche Produkte für die Schönheit und Produkte für die natürliche Schönheit. Und Schönheit liegt ja bekanntermaßen ohnehin im Auge des Betrachters.

Rosige Aussichten

Handpeeling und -creme, Nagelcreme und -feile: la vie en rose.

French Rose

Römer Wellness

www.roemer-wellness.de

PSI 46887





Deutscher Nachhaltigkeitspreis Forschung



Ehrenpreisträger Prince Charles



Deutscher Nachhaltigkeitspreis für Kommunen



Ehrenpreisträger António Guterres



Deutscher Nachhaltigkeitspreis Unternehmen



Ehrenpreisträgerin Annie Lennox

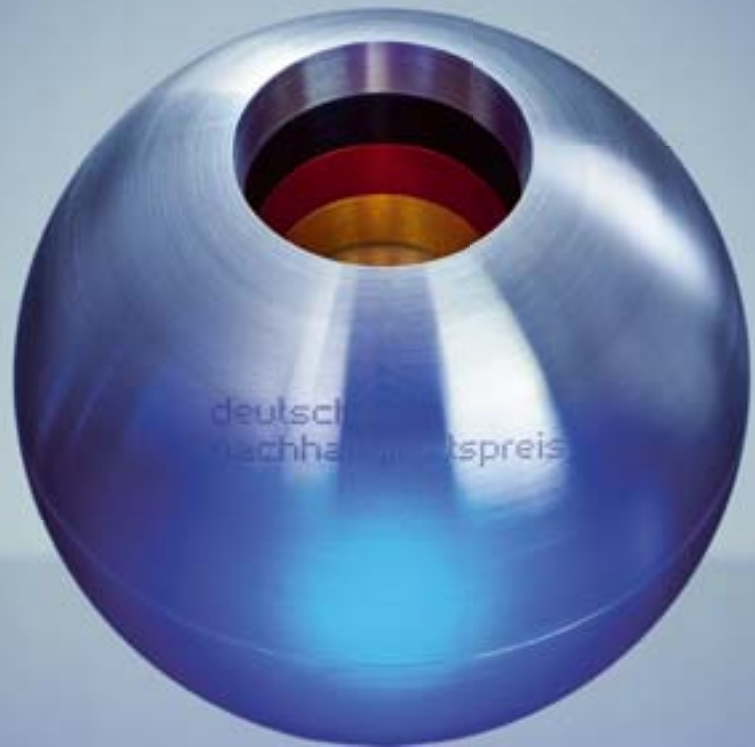


Ehrenpreisträger Ban Ki-moon

SUSTAINABILITY MADE IN GERMANY.

Zum 11. Mal zeichnet der Deutsche Nachhaltigkeitspreis Menschen aus, die sich erfolgreich den Herausforderungen der Zukunft stellen. Er prämiert die Geschäftsmodelle von morgen, die besten Ideen für die Städte der Zukunft und Forschung, die den Wandel zu nachhaltigem Leben und Wirtschaften möglich machen. Ehrenpreise gehen an prominente Ikonen des humanitären und ökologischen Engagements.

Am Abend des 7. Dezembers 2018 werden in Düsseldorf der Deutsche Nachhaltigkeitspreis sowie der Next Economy Award im Rahmen des Deutschen Nachhaltigkeitstages verliehen, dem meistbesuchten nationalen Kongress zur Nachhaltigkeit.



#DNP11

WWW.NACHHALTIGKEITSPREIS.DE

[f](#) [i](#) [in](#) /nachhaltigkeitspreis [t](#) @_DNP_

88

.....
Milliarden
 US-Dollar
 wurden 2017
 in den USA in
 digitale Wer-

bung investiert. Ein neuer Rekord, wie der jüngste Internet Advertising Revenue Report des Interactive Advertising Bureau (IAB) ergeben hat.

53,3%

.....
 der werbetreibenden Unternehmen aus der Industrie gaben im Rahmen des aktuellen PSI Branchenbarometers an, bei ihrer Entscheidung für einen Werbeatikel gerade wegen der guten Beratung auf einen Werbeatikelhändler zurückzugreifen.

40,2 Prozent

.....
 der globalen Werbeausgaben fließen in diesem Jahr ins Netz. Das geht aus dem aktuellen Forecast von Zenith hervor. Damit geht die Verlagerung der Budgets in Richtung Digital weiter, schreibt [horizont.net](#). Eine alarmierende Zahl für die Werbeatikelbranche.

23,3 Milliarden

.....
 US-Dollar betrug laut der PPAI Sales Volume Survey der Umsatz auf dem US-amerikanischen Werbeatikelmarkt. Laut PPAI (Promotional Products Association International) entspricht dies einem Plus von 9,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

800 Millionen

.....
 Euro fließen 2020 hierzulande in Influencer Marketing. Das geht aus einer Prognose von Goldmedia hervor. In der DACH-Region werden die Spendings mit 990 Millionen Euro bereits an der Milliardenmarke kratzen, so [horizont.net](#).

8 Stunden

.....
 als traditioneller Arbeitstag seien überholt, schreibt die WirtschaftsWoche und bezieht sich auf die Erkenntnisse vieler Forscher, die auch exzessive Überstunden für verschwendet halten. Mehr Arbeit schaffe nicht mehr Produktivität, so Managementprofessor Morten Hansen von der Universität Berkeley, Kalifornien.

410 Millionen

.....
 Euro will die EU künftig Start-ups als Startsumme zur Verfügung stellen, um zu verhindern, dass sie in die USA abwandern, schreibt [horizont.net](#).

HOME & LIVING



INTERNATIONAL
ISSUE 2018

AUSSTECHEFORMCHEN-
SET COOKIE



Art. 56-0304398

INSPIRION
▶ TRADING IDEAS

SO SCHMECKT WEIHNACHTEN

Weihnachtliche Highlights finden Sie ab August im neuen Katalog
CHRISTMAS SPECIAL oder unter www.promotiontops.de !

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

Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) in der Praxis

Herausforderung

Fokus



In den letzten Monaten war das Thema Datenschutz-Grundverordnung in aller Munde. Berufsverbände, Medien und Handelskammern haben informiert, auch der GWG hat eine sehr gute Broschüre aufgelegt und Seminare durchgeführt. Je näher der 25. Mai rückte, desto mehr stieg auch die Nervosität, umso hektischer wurden die Vorbereitungen. Alle Unternehmen der Branche sind betroffen, und die meisten haben in den letzten Monaten Strategien und Maßnahmen entwickelt, um die neuen Standards zu erfüllen. Dennoch herrscht noch große Unsicherheit, ob man alle Anforderungen bedacht hat und auf dem richtigen Weg ist. Zum Stichtag war bei vielen Firmen zwar noch nicht alles perfekt, aber zumindest sind die Aufgaben klar formuliert und ein Großteil davon ist erledigt. Es dürfte kein ernst zu nehmendes Unternehmen mehr geben, das sich nicht mit dem Thema beschäftigt hat.

Freier Datenverkehr im EU-Binnenmarkt

Worum geht es in der DS-GVO? Die Verordnung ändert die Konzeption und weitgehend auch die Detailregelungen des geltenden Datenschutzrechts nicht grundlegend. Vielfach werden die Bestimmungen der EG-Datenschutzrichtlinie 95/46 übernommen, die die Grundlage des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) bildet. Viele der dort verankerten Grundsätze werden aktualisiert und modernisiert, es gibt jedoch auch neue Vorgaben – mit dem erklärten Ziel, den Schutz der Privatsphäre sicherzustellen. Insgesamt sollen EU-Bürger mehr Kontrolle über ihre personenbezogenen Daten erhalten und leichter darauf zugreifen können – unabhängig davon, wohin die Daten übermittelt und wo sie gespeichert oder verarbeitet werden. Vor allem bei internationalen Geschäften im Internet fin-

Die am 25. Mai in Kraft getretene Datenschutz-Grundverordnung, die im Kern den EU-Bürgern mehr Kontrolle über ihre personenbezogenen Daten geben soll, ist kompliziert und wirft noch immer viele Fragen auf. Für Unternehmen bedeutet die Umsetzung der Maßnahmen einen enormen Aufwand. Wir haben uns in der Branche umgehört, wie sich Händler und Lieferanten in Sachen Datenschutz neu aufgestellt haben.