

PSI

JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeatikel

Oktober 2020

60. Jahrgang



Klio-Eterna Schreibgeräte

Ralf und Jessica Richter
Kunststoff von seiner
besten Seite

Product Guide

Herbst, Winter, Schirme,
Outdoor
Messer und Werkzeug

100 Jahre meterex

Präzision
für höchste Ansprüche

Prodir

Von der Natur für die Natur

Material mit Zukunft

Kunststoff

– besser als sein Ruf

NOVELTIES 2020



Laser-Distance-Meter "Quick"
Measuring distance up to 30m.

Elegant aluminium case with LCD display.
Simple one-button operation.
Battery technology and automatic switch-off.
Laser protection class 2 or 1 available.
High quality black gift box.



Laser-Meter „Quick-Magic“

Automatic area and volume calculation
for distances up to 30m.
Large 1.44" inch TFT-LCD display.
Laser protection class 2 or 1 available.
High quality black gift box.



Beech wood folding rulers in bicolour look.

Top class in 14 colour-combinations.
Minimum quantity 100 pieces.

Inner fitted spring metal joints for
smooth opening and closing.
Angle scale on 2nd section.



Coloured quality folding rule as above
in 16 new colours,
from 100 pieces available.

Both items with CE-certification.

Karl Kuntze (GmbH & Co.)
Poensgenstraße 17
40764 Langenfeld
Tel. +49 2173 998869-0
Mail: meterex@meterex.com
www.meterex.com

100 Years
meterex[®]
germany.since 1920



Editorial

Es geht wieder was

Die Corona-Krise hat den Handel ins Mark getroffen. Grenzschließungen, Reisewarnungen und unterschiedliche Maßnahmen in ganz Europa haben Verunsicherung geschürt. Der Austausch von Gütern ist erschwert, Wertschöpfungsketten sind unterbrochen und der Nachfragerückgang dürfte aufs Jahr gesehen mehr als deutlich sein. So weit, so schlecht. Auch kann niemand voraussagen, ob die globalen Warenströme nach Corona wieder Tritt fassen und wieder so werden, wie wir sie in den vergangenen zehn und mehr Jahren erlebt haben.

Fragen ohne Antworten.

Ja, wir werden uns auf Wandel einstellen müssen. Teile der Arbeitswelt ändern sich, weil wir neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit entdecken. Kultur, Sport und Gesellschaft brauchen nach Corona (wenn es das denn je geben wird) Zeit, bis sie dem Frieden trauen und sich zu altem Glanz aufschwingen. Persönliches Kennenlernen, haptisches Erleben und geselliges Beisammensein sind jedoch nicht klein zu kriegen. So weit, so gut.

Aber wie wird es weiter gehen? Was das Virus angeht, so leben wir immer noch in einer Wolke gefühlter Ahnungslosigkeit. Trotzdem fordert uns die Krise auf, vieles neu zu denken und uns weiterzuentwickeln. Wege in die Zukunft müssen gesucht und gefunden werden. Wir dürfen uns aber nicht an dem festbeißen, was da vielleicht kommen könnte, oder auch nicht. Es kommt sowieso. Wir müssen uns fragen, wo wir denn selbst gerne hinwollen. Wir müssen Zukunft bauen, nicht entgegennehmen. Das muss unser Ziel sein.

Schauen wir in die Branche hinein, dann sehen wir viele Unternehmen, die die Krise nutzen und unterwegs zu neuen Ufern sind. Auf der PSI 2021 werden wir erleben, was da alles so am Start ist. Wir freuen uns darauf. Schon jetzt finden wieder kleine und große Messen statt. Der „Caravan Salon“ mit der „Tour-Natur“ in Düsseldorf haben gezeigt, was geht. Auch sie waren besondere Messen in besonderen Zeiten. Aussteller und Besucher waren mehr als zufrieden und froh, dass wieder was geht (Seite 74). Die Umsätze im Werbeartikel-Handel gehen in die gleiche Richtung – hier mehr, da weniger – aber nach oben.

Leider nicht überall in Europa. Aber überall, so hört man, kämpft sich die Branche mit Elan in hoffentlich bald bessere Zeiten. Seit es das PSI gibt, hat sich die Branche schon durch drei große Krisen gearbeitet – das wird sie auch diesmal schaffen.

Auf gutes Gelingen

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

Wir wollen Fische im Meer, keinen Müll.



Prodir is a brand of Paganì Pens SA.

New QS40 True Biotic.

Created by nature for nature.

prodir®

Personality pens.
Swiss made.

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich
T +43 7205 69480

www.prodir.com
open.prodir.com

TRENDS & BRANDS

4

MARKTFORSCHUNG

8

PRODUCT GUIDE

Herbst, Winter, Schirme, Outdoor

10

BRANCHE

Unternehmen, Ereignisse, Märkte

24

Prodir launcht neuen QS40 True Biotic

30

Senator-Chef übernimmt Kultmarke KAHLA

32

JAMES & NICHOLSON:

Neue Workwear-Kollektion

34

PRODUCT GUIDE

Messer und Werkzeug

36

UNTERNEHMEN

Kunststoff: Vielseitiges Material mit Zukunft

52

Klio-Eterna: Kunststoff von der besten Seite

54

gifts-on-point/Zernisch Werbung:

Stärken gebündelt

58

meterex:

100 Jahre maßgenaue Werbeartikel

60

PRODUCT GUIDE

Innovative Produkte

64

MYPSI

Sichere Messeteilnahme in Corona-Zeiten

76

MEINUNG

78

VORSCHAU – IMPRESSUM

80

**MISTER BAGS®**

Mund & Nasen Masken

Die waschbare Mister Bags Mund-Nasen Maske besteht aus zweilagiger OEKO-TEX zertifizierter Baumwolle und lässt sich problemlos bei 60 Grad hygienisch rein waschen. Für einen angenehmen Sitz sorgen die elastischen Paspeln, die mühelos um die Ohren gelegt werden.

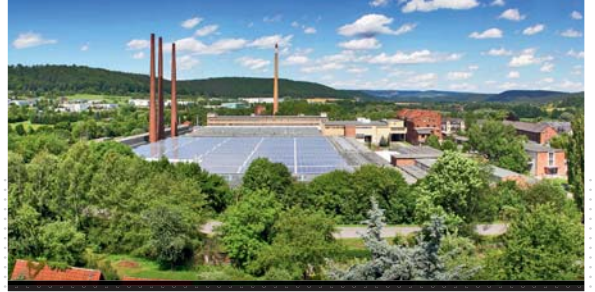
Wichtig: Diese Maske ersetzt keinen sterilen Mund-Nasen-Schutz oder eine Maske mit FFP2/FFP3-Standard.

**2-3 WOCHEN
LIEFERZEIT!**

Key-Facts:

- › Hergestellt in Europa
- › 100% Baumwoll-Jersey (2-lagig)
- › Waschbar
- › OEKO-TEX zertifiziert
- › Farben: schwarz und weiß
- › Größe: ca. 17 x 20 cm
- › Druckfläche: 6,5 x 6,5 cm
- › Druck: Transferdruck
- › Halterung mit Gummiband
- › Unterstützt die Reduzierung von Tröpfchenauswurf, z.B. bei Husten oder Niesen
- › Kein persönlicher Schutz oder Fremdschutz vor Ansteckung

www.misterbags.de



Traditionsunternehmen gerettet

32

Daniel Jeschonowski, Inhaber des Werbeartikelspezialisten SENATOR GmbH, hat zum 1. September das Traditionsunternehmen KAHLA/Thüringen Porzellan GmbH übernommen. Damit sichert der Senator-Chef mit der „Made in Germany“-Strategie die Betriebsfortführung am angestammten Firmenstandort. An erster Stelle stehen für ihn Erhalt und Ausbau der Innovationskraft und Herstellerkompetenz.

Dritte Workwear-Kollektion lanciert

34

Nach zwei erfolgreichen Workwear-Kollektionen lanciert die Daiber-Eigenmarke JAMES & NICHOLSON die neue Arbeitsbekleidung „SOLID STYLE“ und erweitert damit das Sortiment für alle Zielgruppen der Arbeitsbranche. Die dritte Kollektion setzt auf drei Attribute: unifarben, reduziert, hochwertig.



Kunststoff: Besser als sein Ruf

52



Kunststoff wird mit Ausdauer verteuert. Zeit also, seine Stärken, Schwächen und davon ausgehende Gefahren zu analysieren und Vorurteilen auf den Grund zu gehen. Wir haben mit namhaften Kunststoffherstellern der Branche gesprochen, die ein detailliertes Bild „ihres“ Werkstoffs gezeichnet haben: Innenansichten verantwortungsvoller Kunststoffherzeuger.

Sichere Messteilnahme in Corona-Zeiten

76

Der „Caravan Salon“ ist mit einem sehr ähnlichen Sicherheits- und Hygienekonzept wie dem der PSI 2021 über die Bühne gegangen. Das PSI hat mit gut 30 Werbeartikelprofis die Fachmesse besucht. Gemeinsames Fazit: Sicheres und erfolgreiches Face2Face-Business ist möglich, Befürchtungen konnten entkräftet werden, die PSI 2021 ist mit ihrem Konzept gut aufgestellt – zur Sicherheit aller.



3 Fakten zu Green Marketing

1 Green Marketing ist der Prozess der Planung, Umsetzung und Kontrolle der Entwicklung, Kalkulation, Werbung sowie des Vertriebs eines Produkts unter folgenden Aspekten: den Bedürfnissen der Kunden gerecht werden, unternehmerische Ziele erfüllen und den Prozess in Einklang mit dem Ökosystem gestalten. (Donald Fuller, Sustainable Marketing, Managerial-Ecological Issues, 1999).

2 Green Marketing gilt zwar als Trend, ist aber nicht unbedingt neu. Der Begriff „Sustainable Marketing“ (also nachhaltiges Marketing) wurde bereits vor einem Vierteljahrhundert geprägt.

3 Authentisches Green Marketing als Wettbewerbsvorteil: Es erkennt Kundenbedürfnisse besser, sorgt für ein langfristig verbessertes Unternehmensimage und ist auf nahezu alle Branchen anwendbar. (duesseldorf-wirtschaft.de, „Nachhaltigkeitsmarketing“)



Ressourcenschonend – in Serie

Baumwolltaschen „Organic“
Halfar System GmbH
www.halfar.com
PSI 45666



GREEN MARKETING

Zurück zur Natur

Leinen-Kollektion
Boogie Design
www.boogie-design.com
PSI 49348



Nachhaltig unterwegs

Faltbarer Rucksack aus
100% recyceltem PET
Recycle Bags
www.recyclebags.eu
PSI 48301



Das wachsende Nachhaltigkeitsbewusstsein der Verbraucher aufgreifen und gleichzeitig durch eigene unternehmerische Maßnahmen verantwortungsbewusstes nachhaltiges Handeln unter Beweis stellen: In der Werbeartikelwirtschaft finden sich dafür immer mehr Vertreter. So kann die Branche nachhaltig in Sachen Green Marketing ein Zeichen setzen – und mit entsprechenden Produkten Unternehmen anderer Branchen aufmerksamkeitsstark den Weg zu einem Green Marketing ebnen. Über die Beispiele dieser Seite hinaus bietet der PSI Product Finder eine große Auswahl nachhaltiger Werbeartikel.



Anziehende Botschaften

Magnet-Linie „Eco Look“
Emagnets
www.emagnets.eu
PSI 48915



**LOOK
GOOD.
FEEL
BETTER.
THE J&N
SPORTS
COLLEC
TION**

**OUR FIRST
SPORTS
COLLECTION
MADE OF
RECYCLED
POLYESTER**



APPROVED

by **LABTECH**

daiber

**myrtle
beach**

**JAMES &
NICHOLSON**

HOTLINE +49 7432 7016-800 WWW.DAIBER.DE

Kleine Verpackung – große Wirkung

Badesalz-Sachets „Bademomente“

Römer Wellness

www.roemer-wellness.de

PSI 46887



Kleine Gebäckspezialitäten

Werbeflow-Pack Mini-Printen

Kalfany Süße Werbung GmbH & Co KG

www.ksw24.com

PSI 42706



Maximale Wertschätzung – minimaler Aufwand

Dankebox in Corporate Design

DANKEBOX

www.dankebox.de

PSI 60068



... im Gedächtnis. Denn: Was fällt bei der riesigen Menge an digitaler Werbung noch auf? Der Brief. Und der feiert ein Comeback (wuv.de, „Der Brief feiert sein Comeback als Werbemittel“). Sogar der E-Commerce hat ihn wieder für sich entdeckt und bezieht zunehmend physische Mailings in seinen Media-Mix mit ein. Die Spendings bewegen sich im Milliarden-Euro-Bereich. Selbst globale Online-Big-Player setzen inzwischen auf diese Art der Kommunikation (horizont.net/etailment.de, „Warum Onlinehändler Briefe schreiben“). Passende Mailingverstärker vermag die Werbeartikelbranche zu liefern.

Werbeartikel gegen Fachkräftemangel

Werbeartikel haben nahezu unbegrenzte Wirkungsfelder. Sie zielen nicht nur darauf ab, (potentielle) Kunden und Geschäftspartner zu erreichen. Als echte Eyecatcher gestaltet und ansprechend designt können sie Unternehmen auch als attraktive Arbeitgebermarke positionieren. So lässt sich mit werbenden Allroundern haptisch dem Fachkräftemangel begegnen.

Doppeltes Aha-Erlebnis

Beleuchteter Kugelschreiber

mit Bewegungseffekt

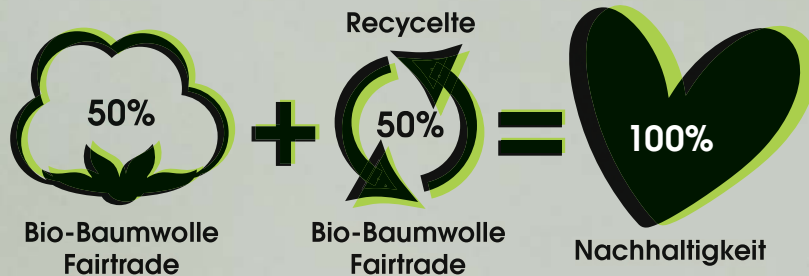
Lumitoys-GmbH

www.lumitoys.de

PSI 46095



Unsere Neuheit: Recycelte Bio-Baumwolle



FRANK&RICHIE
eco friendly products



Kein Mischgewebe



Fair, sozial,
ressourcenschonend

Exklusiv bei
memo Promotion

Kontaktdaten

memo AG
Am Biotop 6 · 97259 Greußenheim
Tel. +49 9369 905-410 · info@memo-promotion.de
www.memo-promotion.de

memo
promotion

45 Prozent

der jungen Deutschen sagen, dass

Medien für sie langfristig eine größere Bedeutung haben werden. Das zeigt der aktuelle Havas Media Corona Monitor. horizont.net

90%
der Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung lesen regelmäßig oder gelegentlich Fachmedien. Das geht aus einer Sonderauswertung der LAE hervor. horizont.net

82 Prozent

der in Deutschland für die Studie der internationalen Kommunikationsagentur Allison+Partners befragten Marketingexperten in B2B-Unternehmen glauben, dass es enorm oder sehr wichtig sei, ihre Marke menschlicher zu gestalten. marketing-boerse.de

Acht

Marketing-Trends, die jeder Marketer kennen sollte, hat die internationale Data and Analytics Group YouGov identifiziert und in ihrem Whitepaper „Marketing-Trends der Zukunft“ beleuchtet. Zu den Trends zählen u. a. Authentizität und Brand Purpose. yougov.de

156 Millionen

Euro brutto haben Werbungtreibende in Deutschland im Juli für Radiowerbung ausgegeben. Damit legt die Gattung gegen den allgemeinen Trend deutlich zu – um 13,7 Prozent. horizont.net

3 von 4

Unternehmen erachten ihre Content-Marketing-Strategie als erfolgreich. Das ergab die International Content Marketing Trend Study 2020 von Statista. Personalisierte Inhalte sind demnach im B2B- und B2C-Bereich gleichermaßen entscheidend. marketing-boerse.de

33%
Beschwerdefälle erreichten den Deutschen Werberat im ersten Halbjahr 2020. Mit 66 Fällen erntete die digitale Werbung bei den Werbemitteln die meiste Kritik. werberat.de

TIPP



PSI Sustainable Product
2019
Recommended by PSI



UNSER KAKAO
FÜR DIE BESTE RITTER SPORT ALLER ZEITEN
unserskacao.de

NEU



FROHES FEST

Lindt




**Gratis-Layout
und Gestaltung**

**Jetzt Muster und
Angebot anfordern**

**Full-Service
Einzelversand**



Klimaneutral
Unternehmen
ClimatePartner.com/13089-1903-1001



**WÄLDER
FÜR IMMER
FÜR ALLE**
FSC
Das Zeichen für vorbildliche Waldwirtschaft
FSC® C112998 www.fsc.org



**PSI
SUSTAINABILITY
AWARDS**

Gewinner
Sustainable Product 2019
- Product -

TIPP



Frohes Fest

Lindt
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIÈRE
SEIT 1845

NEU



Frohes Fest

**100% AUS
KARTON**

**Ritter
SPORT**

NEU



Merry NightExpress

FERCAM
FROHE WEIHNACHTEN

**INLAY AUS 100%
RECYCLING-
MATERIAL
HERGESTELLT**

Lindt
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIÈRE
SEIT 1845

Lindt
LINDOR

TIPP



**Von Europcar,
da komm ich her!**

Lindt
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIÈRE
SEIT 1845

NEU



**MERRY SIXT-MAS
AND AN EXCITING
RIDE INTO 2021!**

**INLAY AUS 100%
RECYCLING-
MATERIAL
HERGESTELLT**

Lindt
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIÈRE
SEIT 1845

**Weihnachtliche
Präsente mit
Augenleuchten-
Garantie!**

www.cd-lux.de

**FULL-SERVICE EINZELVERSAND
FÜR ALLE PRODUKTE**



SONY

3D

**FROHE WEIHNACHTEN
UND EIN GESUNDES
NEUES JAHR
WÜNSCHT IHNEN**

SIEVERT



TIPP



**MERRY CHRISTMAS
HAPPY NEW YEAR**

**Fröhliche
Weihnachten**

**INLAY 100%
BIOBASISERT UND
KOMPOSTIERBAR**
Zertifiziert nach DIN EN 13432

Lindt
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIÈRE
SEIT 1845



Outdoor ist in.
Eine ganze Industrie widmet sich diesem Trend und auch **die Werbemittelbranche hat** – ungeachtet von Wirtschaftskrisen und Wetterkapriolen – **vieles** zu diesem Thema **beizusteuern.**