

PS1

JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Juli 2021

60. Jahrgang

-Anzeige-



MAGNA
sweets and more

ADVENTSKALENDER

NACHHALTIG WERBEN IN DER ADVENTSZEIT

Adventskalender in
Premium-Qualität
kreativ und nachhaltig

Lindt Lindor Adventskalender LKW mit Lindt Schoko Nikolaus Eco



www.magna-sweets.de

IN THE BUSINESS OF BUILDING BUSINESSES



In the business of
building businesses

rxglobal.com

Düsseldorf · G-30212

PS1 JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Juli 2021

60. Jahrgang

Product Guide

Weihnachten, Präsentsets,
Sonderanfertigungen
Spielzeug und
Plüschrprodukte

Hirsch Ideas

Neue Linie
effektiver Schutzprodukte

doppler

75 Jahre Schirme von Welt

PSI Jubilare

Seit 40 Jahren Mitglied
im Netzwerk

Spannende PSI Eventserie bis Dezember

Sieben Digital Fridays

IN THE BUSINESS OF BUILDING BUSINESSES



In the business of
building businesses

rxglobal.com



Editorial

Umparken im Kopf

Corona hat das Schneller-Höher-Weiter abrupt abgebremsst und Raum und Zeit für neues Denken und in der Folge für neue Erkenntnisse geschaffen. Hatten wir uns nicht alle etwas der träumerischen Vorstellung vom „global village“ hingegeben? Von einem Welt-

Dorf, in dem wir dank Digitalisierung weltweit und zeitgleich kommunizieren und uns auch verstehen. Eine Technologie, eine Sprache. Nationale Grenzen sind gesprengt, Lieferketten rund um die Welt. Ähnlich wie Gutenberg mit seinem gedruckten Wort den Weg vom Analphabetismus zur modernen Welt geebnet hat, so sollte die Digitalisierung den Weg zum „Global Village“ bereiten. In Teilen ist das sicher gelungen. Wir zoomen und posten heute mit Partnern in Tokio, Hongkong oder San Francisco. Aber ein einziges Dorf, so die Illusion vieler Zeitgenossen, sind wir nicht geworden. Die Welt hat sich eher fragmentiert. Diktaturen, autoritäre Systeme und die westliche Welt stehen sich ähnlich unversöhnlich gegenüber wie im Kalten Krieg.

Nicht die Digitalisierung ist jedoch daran schuld, denn Technologie hat keine moralische Kraft. Es sind die Menschen, die an alten Machtstrukturen festhalten und sie brutal verteidigen. Corona hat dies erschreckend offengelegt. Wie im Mittelalter haben sich ganze Länder in Abschottung geflüchtet. Lieferketten brachen zusammen, Container rosteten und rosteten in Häfen und Flugzeuge sind im Wüstenklima geparkt.

Ja, wir müssen sicher in einigen Bereichen umparken im Kopf, wenn wir Liefersicherheit, Nachhaltigkeit und Nähe garantieren wollen. Denn auch in unserer Branche gibt es jede Menge Produkte, die aus vielen Quellen in vielen Ländern gespeist werden. Das Narrativ des „Global Village“ als problemloser Lieferant sollte auf den Prüfstein. Die Infrastruktur muss auf jeden Fall krisensicherer gemacht werden – auch die eigene hierzulande. Ein erneuter Lockdown – warum auch immer – darf nicht noch einmal zu Umsatzeinbrüchen von bis zu 80 Prozent führen.

Spätestens im Früh-Herbst sollte es der Werbeartikelwirtschaft gelingen alte Kunden wieder zu begeistern und neue hinzu zu gewinnen. Die Aufgabe der zweiten Jahreshälfte wird „Nähe“ sein. Die Magie einer persönlichen Begegnung kann kein Zoom-Talk ersetzen. Aber auch hier gilt es umzuparken. Wir müssen das persönliche Treffen wiederbeleben, gleichzeitig die Digitalisierung vorantreiben. Wir müssen unsere Kunden besser kennenlernen, sie besser umgarnen und sie besser erreichen. Ein Umparken nicht nur im Kopf, das nicht einfach ist und dazu noch viel Geld kosten wird. Trotzdem müssen wir es gemeinsam angehen.

In diesem Sinne gutes Gelingen

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

New Cloud Pens.

Die neue Web-App für haptische Markenbotschafter.

The sky's the limit.

Scannen und entdecken, was Cloud Pens leisten:



Prodir is a brand of Pagani Pens SA.

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

PSI DIGITAL

Digital Fridays widmen sich spannenden Themen

10

PRODUCT GUIDE

Weihnachten, Präsentsets, Sonderanfertigungen

12

BRANCHE

Unternehmen, Ereignisse, Märkte

36

Hirsch Ideas entwickelt

neue Linie Fresh Aid+

42

CHOICE Inspiration LIVE:

Erfolgreiche Online-Präsentation

44

PRODUCT GUIDE

Spielzeug und Plüschprodukte

46

UNTERNEHMEN

doppler: 75 Jahre Schirme von Welt

58

BUSINESS

Corona-Hilfen:

Subventionsbetrug lohnt sich nicht

62

PRODUCT GUIDE

Innovative Produkte

64

PSI JUBILARE

Seit 40 Jahren Mitglied im PSI

74

MEINUNG

76

VORSCHAU – IMPRESSUM

78



MISTER BAGS®

Food Bag Collection



GOTS - zertifizierte Bio-Baumwolle



Fairtrade - zertifiziert



OEKO-TEX - zertifiziert



LFGB getestet (lebensmittelecht)



Mesh aus recyceltem PET
oder 100% Baumwolle



Die gesamte Baumwolle wurde von Fairtrade-Produzenten angebaut, nach Fairtrade-Standards zertifiziert und gehandelt. Fairtrade fördert bessere Arbeits- und Lebensbedingungen für Baumwollproduzenten sowie den Umweltschutz. Mehr Info: info.fairtrade.net/sourcing

www.misterbags.de

Adam

N° 2333



Eva

N° 2334



Sissi

N° 2343



Franz

N° 2342



Fritz

N° 2346



Digital Fridays: Die digitalen Sieben

10

Sie sind die thematische Verlängerung der erfolgreichen PSI Digital und bilden die Brücke zur nächsten Präsenzmesse vom 11. bis 13. Januar 2022 in Düsseldorf: die Digital Fridays. An insgesamt sieben Freitagen von Juni bis Dezember widmen sie sich Themenschwerpunkten. Den Anfang bildeten Live-Vorträge zur „Design- und Produktsicherheit“.

Es weihnachtet sehr

12

Kaum ist das Jahr halb vorüber, rückt das Jahresendgeschäft auch schon in den Blick – und mit diesem die allseits beliebte Weihnachtszeit. Auch diesmal hat die Branche bereits schöne,



nützliche und nachhaltig wirkende Gaben dazu kreiert. Weiter auf der Wunschliste: maßgerechte Sonderanfertigungen. Und ab Seite 46 geht's spielerisch zu.

Schirme von Welt – 75 Jahre doppler

58

Das Traditionsunternehmen doppler blickt auf eine 75-jährige Erfolgsgeschichte zurück, die ohne den Mut, Fleiß und Optimismus aller mitwirkenden Generationen nicht möglich gewesen wäre. Siebeneinhalb Jahrzehnte, in denen doppler mit seinen exzellenten Produkten von Österreich aus den Sprung in die Welt schaffte und heute als größter Schirmhersteller Europas gilt.



Seit 40 Jahren Mitglied im PSI

74

In der Juni-Ausgabe des PSI Journals haben wir die Gold-Jubilare vorgestellt, also diejenigen, die seit 50 Jahren Mitglied im PSI sind. Zu den Mitgliedern, die ebenfalls ein großes Stück Erfolgsgeschichte mitgeschrieben haben, gehören die Lieferanten und Händler, die seit mittlerweile 40 Jahren im internationalen Netzwerk der Werbeartikelwirtschaft dabei sind.





Süße Träume auf Lavendel

Kräuterkissen Schlaf-Gut

ASB Herbalind GmbH

www.herbalind.com

PSI 46706

Charakteristische Akzente setzen

Gourmet-Botanicals mit Aromadose

BACCYS GmbH

www.baccys.com

PSI 60231



OLFAKTORISCHE ERFOLGSFAKTOREN

Düfte haben einen enormen Einfluss auf unser Leben. Der Mensch besitzt über 400 verschiedene Geruchsrezeptoren, verteilt auf 30 Millionen Riechzellen. Das macht es uns möglich, tausend Milliarden Geruchsmuster zu differenzieren – weit mehr, als wir Worte dafür finden. Angenehme Düfte rufen Wohlgefühl hervor, was sie zu einem wichtigen Bestandteil der Markenkommunikation macht (mylife.de, „Düfte und ihre Wirkung“) – und entfalten ihre ganze (Duft-)Note, wenn sie – je nach Produkt – auch noch Zunge und Gaumen schmeicheln.



Ästhetisch und sinnlich

Natürliches Wellness-Set „Be Esthetic“

LimeBOX

www.lime-box.com

PSI 48956



Pure Schönheit mit Geschmacksnuancen

ErblühTee Set (Glaskanne mit Teeblumen)

Creano GmbH

www.creano.com

PSI 48136

DER BERÜHMTESTE DUFT DER WELT



Einen Duft wollte sie ursprünglich nicht in ihrem Repertoire und lancierte doch das erfolgreichste Parfum der Welt: Coco Chanel N° 5. 1920 ließ sie sich allerdings doch zwanzig Entwürfe des ehemaligen Zaren-Parfümeurs Ernest Beaux vorführen, aus denen sie die Nummer fünf auswählte. Denn die Grand Dame der Haut-Couture brachte nach eigenen Worten stets am fünften Tag des fünften Monats ihre neue Kollektion heraus und taufte kurzerhand das Parfum auf ihre Glückszahl N° 5. Im Jahr 1921 zunächst auf hundert Flaschen limitiert, trat der Duft seinen weltweiten Siegeszug an und ist auch heute nach 100 Jahren so frisch wie eh und je. (faz.net, „Chanel N° 5 wird hundert“)

RECYCLED
POLYESTER

APPROVED

by LABTECH ID120924

JN519 | JN525

JN520 | JN528

FLINT

feel your power

daiber

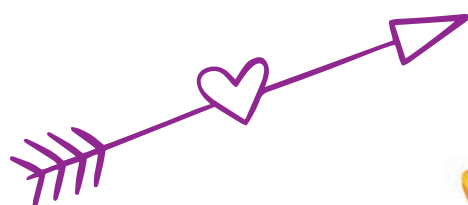
HOTLINE 07432 7016-800 WWW.DAIBER.DE

myrtle
beach

JAMES &
NICHOLSON



Ein Wort – (mindestens) zwei Bedeutungen und das verbale Bindeglied für zwei Trends: einer, der sich schon etwas länger abzeichnet, in den vergangenen Monaten jedoch deutlich an Beliebtheit gewonnen hat, und einer, der als kreativer Output einer herausfordernden Zeit gewertet werden kann. Die Rede ist von **Micro Wedding** (oder auch Tiny Wedding oder „Minimony“) und **Home Office Radio**. Bei beiden lautet das Motto: auf (den) Empfang gehen. Bei den „Klein-Hochzeiten“ beschränkt sich der Empfang auf eine Gesellschaft mit maximal **zehn Personen**. Beim Home Office Radio handelt es sich um ein von einem Radiosender produzierten **Audioformat für Unternehmen**. So sind alle Beschäftigten auf Empfang und es wird ein Stück „Wir-Gefühl“ ausgestrahlt. Nicht nur für Micro Weddings oder den Heimfunk sind unsere **Produktvorstellungen** auf dieser Seite geeignet. Mit stylischen und stilsicheren haptischen **Eyecatchern** lässt sich auch werbend auf Empfang gehen.



Für besondere Anlässe

Veuve Clicquot Yellow Label
Modern Mesh Ice Jacket
Schäfer Promotion GmbH
www.schaefer-global.com
PSI 46903



Geprägte Highlights für Gastgeber

Linclass-/Linclass-Light Servietten
Mank GmbH • DESIGNED PAPER PRODUCTS
www.mank.de • www.sovieshop.de
PSI 43707



State of the Art-Technik – Retro-Design

Bluetooth-Lautsprecher mit Radiofunktion „RETROradio“
micx-media in concept gmbh & co. kg
www.micx.media
PSI 45899



WIR FÜHREN PRODUKTE MIT DEM SIEGEL:

- ” Der Grüne Knopf ist ein staatliches Siegel für nachhaltig hergestellte Textilien.
- ” Er stellt verbindliche Anforderungen, um Mensch und Umwelt im Produktionsprozess von Textilien zu schützen.
- ” Insgesamt müssen 46 anspruchsvolle Sozial- und Umweltkriterien eingehalten werden, die von unabhängigen Prüfstellen kontrolliert werden.

Zertifiziert durch Control Union,
CU 1091876
www.g-k.eu/karlowsky



#NACHHALTIGKEIT #VERANTWORTUNG

WIR FÜHREN PRODUKTE MIT DEM SIEGEL:

**GRÜNER
KNOPF**
SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH.
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.



Die Werbeartikelbranche macht sich bereit für ein längst ersehntes Live-Treffen und zeigt, dass sie hinter Europas Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft steht. Im Rahmen einer großen Kampagne machen sich zahlreiche Mitglieder für ihr Netzwerk stark, bis sich vom 11. bis 13. Januar 2022 das „Who und How“ der Fachszene wieder persönlich in Düsseldorf treffen kann. Während die Branchengrößen, also das „Who“, das geballte Fachwissen rund um den Werbeartikel mitbringen, zeigen die Händler mit dem „How“, wie damit erfolgreich Business gemacht werden kann.



Kampagne „Wir sind PSI“ mit optimistischem Ausblick

Das **Who** und **How** der Branche steht hinter PSI



Die namhaften Köpfe der Werbeartikelwirtschaft stehen hinter dem internationalen Netzwerk. „Die PSI ist die europäische Leitmesse und wir brauchen sie 2022 mehr denn je“, sagt Armin Halfar, Geschäftsführer der Halfar System. „Das Netzwerk stellt für uns eine der wichtigsten Interessensvertretungen dar, die Industrie, Werbemittelberater und Hersteller in Kontakt bringt und damit dem Werbemittel eine Plattform bietet, die weit über die einfache Produktdarstellung hinausgeht. Als Kommunikator in Richtung Politik und Wirtschaft ist die Messe eine wichtige Komponente.“

Nichts geht über persönlichen Kontakt

Ähnlich sehen es auch andere. Unter der Kampagne „Wir sind PSI“ treten bis zum Stattfinden der Messe aktuell verschiedene Keyplayer der Branche für „ihre“ Messe ein und geben dabei einen positiven Ausblick auf die Zeit nach der Pandemie. „Es gibt viele Möglichkeiten in Kontakt zu bleiben, auch in einer Pandemie-Situation“, bekräftigt Alexander Ullmann, Geschäftsführer bei uma Schreibgeräte. „Wir sind uns aber alle einig, dass nichts über den persönlichen Kontakt geht. Deshalb sind wir sehr froh, dass die PSI 2022 auch wieder real stattfindet.“ Er glaubt für die Zukunft an eine starke Leitmesse, bei der sich Lieferanten und Händler gegenüber anderen Werbeformen für die haptische Werbung stark machen sowie positive Signale für die haptische Werbung in die anwendende Industrie und Politik senden.

Internationale Branche kommt nach Düsseldorf

Unterstützung kommt auch von internationaler Seite. Bereits aus Deutschland, den Niederlanden, Frankreich, Portugal, Spanien, Italien, der Türkei, Dänemark, dem Vereinigten Königreich sowie Schweden, Polen und Saudi-Arabien gibt es Anmeldungen für die Vor-Ort-Veranstaltung im Januar. Mit dabei sind Hersteller und Lieferanten wie

XINDAO, koziol ideas for friends, STABILO Promotion Products, Stilolinea, VICTORINOX, Waterdrop Microdrink oder TROIKA Germany. Auch die LEUCHTTURM Gruppe, Sanjuan Hermanos, Croatian umbrella, Clipper, Cottonland – Textile Agency, badge4u und Bio Laboratories erwarten die Besucher zum Jahresauftakt mit ihren Neuheiten, Bestsellern und Verfahren aus den Bereichen Werbeartikel, Textil und Veredelung.

Neue Zutrittsregelung stärkt den Handel

„Wir freuen uns über das große Vertrauen aus der Branche“, sagt PSI Director Petra Lassahn. Sie stellte kürzlich dem Beirat der Werbeartikelwirtschaft das neue Konzept der Messe vor. In dessen Fokus steht eine erfolgreiche Kooperation aller Marktteilnehmer, also Lieferanten, Importeure und Händler. Daher beinhaltet es auch eine angepasste Zutrittsregelung für die Messteilnehmer. Unverändert einfach haben es dabei Mitglieder, an der Leitmesse teilzunehmen. Sie können ihr Ticket auch zukünftig einfach über den Ticketshop erwerben. Eingeladene Industriekunden mit einem Voucher-Code können diesen ebenfalls in wenigen Schritten im Ticketshop einlösen. Unternehmen, die weder Mitglied sind noch von einem Mitglied persönlich eingeladen wurden, können sich im Ticketshop registrieren, müssen sich jedoch vorab legitimieren. „So kontrollieren wir, dass ausschließlich Personen mit einem geschäftlichen Schwerpunkt in der Werbeartikelindustrie die Messe besuchen und stärken so dem Handel den Rücken“, begründet Petra Lassahn die neue Zutrittsregelung.

Veredelung und Textilien sind neue Fokusthemen

Auch inhaltlich schärft die Veranstaltung ihr Profil. Unter dem Markendach der PSI finden zukünftig auch Veredelungsverfahren sowie nachhaltige Textilien neben den Trends aus der Werbeartikelwirtschaft ein Zuhause. Damit wird das Konzept vereinheitlicht. Die Themenschwerpunkte spiegeln sich auf den verschiedenen Sonderflächen, aber auch im Rahmenprogramm wider, darunter eine Veredelungs-Sonderschau und der Textile Campus. Für alle, die im Januar nicht nach Düsseldorf kommen können, wird das Programm auch digital übertragen. <