

PSI JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

August/September 2021

60. Jahrgang

Product Guide

Ökologische und
nachhaltige Produkte
Schokolade und Süßes

Branche

Unternehmen, Ereignisse,
Märkte

QTRADO

Logistics

Nachhaltige
Werbemittellogistik

Gustav Daiber

So geht Workwear

Preisexplosion und
Lieferverzögerungen

Aufschwung
mit
Hindernissen



NEU

RETTERGUT

FROHES FEST

100% Genuss
100% gesüßert, fair produziert!

100% AUS KARTON

FOREST FRIENDLY
FSC® C112998

NEU

Graspapier

GRASS PAPER
Cragpapier

FROHE WEIHNACHTEN
WUNSCHT DAS TEAM VON

Ritter SPORT

100% AUS KARTON



NEU

Jetzt Katalog anfordern!

Klimaneutral
Unternehmen
ClimatePartner.com/13089-1903-1001

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

**Die Adventskalender-Experten.
Mehr Begeisterung. Mehr Möglichkeiten. Mehr Service.**

NEU

Trohe Weihnachten
BAIER

INLAY AUS 100% RECYCLING-MATERIAL HERGESTELLT

ZENTIS

FOREST FRIENDLY
FSC® C112998

NEU

MERRY SIXT-MAS
AND AN EXCITING RIDE INTO 2022!

INLAY 100% BIOBASIIERT UND KOMPOSTIERBAR
Zertifiziert nach DIN EN 13432

FAIRTRADE
Südtirol

TIPP

Merry NachtExpress
FERCAM
FROHE WEIHNACHTEN

INLAY AUS 100% RECYCLING-MATERIAL HERGESTELLT

Lindt
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIER
SEIT 1845

Lindt
LINDOR

NEU

INlay aus PAPIERFASER
100% BIOLOGISCH
ABBAUBAR

WEIHNACHTEN
und einen GUTEN
ins neue Jahr!

Frohes Fest

INLAY & SPRÜNGLING
COCOA
LEARNING PROGRAM

Lindt
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIER
SEIT 1845

NEU

MERRY SIXT-MAS
AND AN EXCITING RIDE INTO 2022!

INlay aus PAPIERFASER
100% BIOLOGISCH
ABBAUBAR

Lindt
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIER
SEIT 1845

**Süße
Adventskalender
in Premium-
Qualität!**

www.cd-lux.de

NEU

Frohes Fest
FROHLICHE FROHSTAGE

INLAY AUS 100% RECYCLING-MATERIAL HERGESTELLT

Lindt
LINDOR



TIPP

MERRY CHRISTMAS
FROHE WEIHNACHTEN
HAPPY NEW YEAR

ProSiebenSat.1
Lindt

INLAY 100% BIOBASIIERT UND KOMPOSTIERBAR
Zertifiziert nach DIN EN 13432

INLAY & SPRÜNGLING
COCOA
LEARNING PROGRAM

Lindt
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIER
SEIT 1845



Editorial

Impfen, impfen, impfen

Ja, dies ist eine eindringliche Bitte: Helfen Sie uns und der ganzen Werbeartikelwirtschaft die Corona-Impfquoten in die Höhe zu treiben. Nach Schätzungen der Wissenschaft müssen mindestens 85 Prozent von uns vollständig geimpft sein, damit eine sogenannte Herdenimmunität erreicht ist. In den meisten europäischen Ländern sind derzeit zwischen 50 und 65 Prozent vollständig geimpft. Ein weiter Weg also noch, bis wir wieder eine Chance auf unser normales Geschäfts- und Privatleben haben.

Weil das vielen Unternehmen zu langsam geht, wollen sie in den USA, aber auch in anderen Teilen der Welt, ihre Mitarbeiter zur Impfung verpflichten. Google Chef Sundar will keine Ungeimpften mehr auf seinen Campus lassen. Uber, Netflix und Facebook erwägen ähnlich strikte Maßnahmen. In europäischen Ländern dürfte das aus rechtlichen Gründen zumindest derzeit nicht möglich sein. Also wird es auch auf die Überzeugungskraft der Unternehmen ankommen, ihre Mitarbeiter, ihre Kunden, ihre privaten Kontakte von der Notwendigkeit einer freiwilligen Corona-Impfung zu überzeugen. Oft hilft ja das sogenannte „anschubsen“. Freibier, Bratwurst und Kinokarten sind beliebte Mittel. Man glaubt es nicht, aber es hilft. Unternehmen sollten da auch ein paar Dinge einfallen können.

Ja, man kann der Meinung sein, dass das ständige Herumreiten auf Inzidenzwerten nicht zielführend ist. Dass man längst andere Parameter hätte hinzuziehen müssen. Aber die Politik ist derzeit nicht gewillt, dies zu tun. Hilft es also weiter? Nein. Schade ist auch, dass es kein verlässliches europäisches Vorgehen gibt. Emmanuel Macron macht Druck auf gewisse Berufsgruppen und erntet massiven Gegendruck von der Straße. England normalisiert bei recht hoher Impfquote weitgehend das Leben. Andere Länder im Süden entwickeln sich gleichzeitig wieder zu Hochrisikogebieten. Was also tun?

Nochmal: Bitte helfen Sie uns allen, der ganzen Branche also, dass mehr geimpft wird. Machten Sie sich und Ihre Mitarbeiter zu Impf-Botschaftern. Unsere Messen, unsere Verbandstreffen, unsere Hausmessen, unsere Präsentationstermine – all das, was wir so lieben, werden wir nur mit hoher Impfquote zurück kriegen. Vieles sehe auch ich beim Thema Corona sehr kritisch. Wir müssen es diskutieren – aber erst nach der Impfung – das habe ich in anderthalb Corona-Jahren gelernt.

In diesem Sinne

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 Pageni 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
FOKUS	
Aufschwung mit Hindernissen	10
PSI AKTUELL	
Branche unterstreicht Mehrwert von PSI	18
PRODUCT GUIDE	
Ökologische und nachhaltige Produkte	20
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	48
GW-NEWSWEEK und TREND 2021: Termine stehen	56
Ein Grundsatzverfahren zum neuen UWG	58
PRODUCT GUIDE	
Schokolade und Süßes	60
UNTERNEHMEN	
QTRADO Logistics: Nachhaltige Werbemittellogistik	72
Gustav Daiber: So geht Workwear	74
Karlowsky Fashion: Zertifiziert mit „Grünem Knopf“	76
Halfar System: Ein Vierteljahrhundert in der Tasche	78
BUSINESS	
Neue Gesetze für mehr Nachhaltigkeit	80
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	82
MYPSI	
Seit 30 Jahren Mitglied im PSI	90
PSI Sustainability Awards: Das ist neu	92
Digital Fridays: Konzentriertes Programm	94
MEINUNG	
	98
VORSCHAU – IMPRESSUM	
	100



Zero Waste

Unsere **Renata** – Recycelte Baumwolltasche mit langen Henkeln (ca. 70 cm).

Die absolute Besonderheit der bedruckbaren Recycling-Tasche **Renata** ist, dass sie zu 70% aus recycelten Baumwollresten und 30% recyceltem Kunststoff (rPET) besteht.

Das Ergebnis spricht für sich: langlebige Qualität und individuelles Design, denn jede recycelte Baumwolltasche ist einzigartig.

Renata hat eine zeitlose Standard-Größe von 38 x 42 cm, ist mit langen Henkeln (ca. 70 cm) ausgestattet und besitzt eine hochwertige Grammatik von 200 g/m².

Für eine individuelle Werbeanbringung kann die Recycling-Tasche beidseitig mit einem Logo oder einer Werbebotschaft im Siebdruck veredelt werden. Hierzu steht eine Druckfläche von 28 x 30 cm zur Verfügung.

Mit diesem Werbeartikel setzen Sie ein starkes Statement: Zero Waste.



www.misterbags.de

N° 2347

Renata

[re'na:ta]

Der Name stammt aus dem Lateinischen und bedeutet „die Wiedergeborene“.



70% waste cotton &
30% rPET



Fokus: Preisexplosion und Lieferverzögerungen

10

In vielen Ländern kommt die Wirtschaft wieder in Schwung – allerdings mit Hindernissen. Dies führt jedoch in vielen Bereichen zu Rohstoffengpässen und auch der Frachtraum ist knapp. Die Folge sind Lieferverzögerungen, die Preise steigen. Die Werbeartikelbranche ist davon zwar auch betroffen, schaut aber dennoch zuversichtlich ins zweite Halbjahr.

PSI: Zeichen für Neuanfang

18

Zur PSI als Europas größter Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft gibt es keine Alternative. Sie ist über Jahrzehnte kontinuierlich gewachsen. Für die Branche und das PSI bedeutet diese Veranstaltung aber kein Zurück in die Normalität. Inzwischen ist das Netzwerk mit seinen Mitgliedern gemeinsam neue Wege gegangen und hat neue Erfahrungen gesammelt.



Für eine lebenswerte Zukunft

20

Trotz Pandemie: Das drängendste globale Problem ist und bleibt die ökologische Zukunft des Planeten – und damit auch die lebenswerte Umwelt unserer Spezies. Der Verantwortung dazu ist sich auch unsere Branche mehr und mehr bewusst – und präsentiert entsprechend Nachhaltiges. Ein weiterer Themenkreis unseres Product Guide präsentiert süße Versuchungen.



Nachhaltige Werbemittellogistik

72

„Stehen bleiben ist keine Option. Höher, schneller, weiter ist die Devise.“ Nach diesem Motto entwickelt sich QTRADO Logistics, professioneller Dienstleister für alle Facetten im Bereich Logistik, ständig weiter. Mit seinen umfangreichen und nachhaltigen Services steht der offizielle Partner des PSI auch allen Mitgliedern des Netzwerks zur Verfügung.





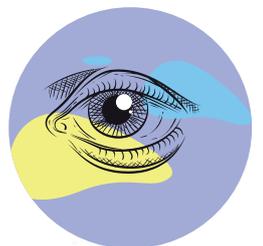
Echte Klassiker

Trends kommen und gehen. Klassiker bleiben und sind gefühlt immer da. Sie bilden den zeitlosen Kontrapunkt zur zeitabhängigen Mode. Klassikern werden gleich mehrere Gütesiegel zugeordnet: Sie besitzen eine lange (inter)nationale, nicht selten generationsübergreifende Bekanntheit sowie oftmals kulturellen Einfluss, haben einen gewissen Traditions- und hohen Wiedererkennungswert und stehen für Qualität. Ein legendäres Beispiel ist der berühmte Wiener Kaffeehausstuhl des bereits vor 225 Jahren geborenen deutschen Tischlers Michael Thonet. „Kein anderes Möbelstück ist auf so vielen zeithistorischen Bildern und mit so vielen berühmten Persönlichkeiten zu sehen“, schreibt die Frankfurter Allgemeine Zeitung („Vom einfachen Tischler zum Pionier der Möbelproduktion“, 21. Juni 2021). Nicht minder berühmt ist der weltweit erste Motorroller, den der Flugzeugingenieur Corradino D’Ascanio vor genau 70 Jahren patentieren ließ. Beauftragt hatte ihn ein gewisser Enrico Piaggio, der dem Zweirad für Jedermann den Namen Vespa gab. (tagesschau.de, „Der Sound der 50er-Jahre“)



Das Bindeglied zwischen den Klassikern, die es bereits sind, und denen, die das Zeug dazu haben, einmal einer zu werden, ist die Kreativität. Das beweisen auch die (potentiellen) Klassiker unter den Werbeartikeln, die es vielfach im PSI Product Finder zu entdecken gibt. Ihnen gemeinsam ist der multisensorische Werbe-USP.

<https://psiproductfinder.de/>



WARM AND COMFY

RECYCLED
POLYESTER

DUPONT
SORONA

AUTUMN STYLES

JN1161 + JN1162

daiber

myrtle
beach

JAMES &
NICHOLSON

HOTLINE 07432 7016-800 WWW.DAIBER.DE

Tragende Rolle

Taschen als Promotioontools erfreuen sich steter Beliebtheit und rangieren in den Top 3 der von Unternehmen am häufigsten eingesetzten Werbeartikel. Tendenz steigend – spielen sie doch eine im wahrsten und metaphorischen Sinne des Wortes tragende Rolle: als unverzichtbare Begleitung im Alltag, bei der Arbeit und auf Reisen, aber auch als Blickfang (für Werbebotschaften) sind sie aufmerksamkeitsstark im täglichen Einsatz. So ist es wenig verwunderlich, dass es die so genannte Fishnet-Bag bis zur angesagten It-Bag und zu einem der Trends 2021 geschafft hat. Nachhaltig starke Träger gibt es auch aus Reihen der PSI Mitglieder, wie unsere Beispiele auf dieser Seite und weitere im PSI Product Finder zeigen.

Cool für Business und Einkauf

Go Urban Cooler Bag aus rPET
Troika Germany GmbH
www.troika.de/business
PSI 46311



Sonnengruß in Taschenform

Shopper Sunny aus Bio-Baumwolle
Halfar System GmbH
www.halfar.com
PSI 45666



Natürlich besticktes Bio-Leinen

Biologisch abbaubare Leinenbeutel
Stickerei Klam
www.klam.de
PSI 49110



Umweltfreundlich verpackt

Taschen aus Jute, Baumwolle, Canvas, Juco
True Jute c/o Ideamine International B.V.
www.truejute.com
PSI 60123





1. Umhängeband 100% aus pflanzlichem Bastmaterial biologisch kompostierbar



3. **Lebkuchenteig** mit reinem Bienenhonig aus Bayern. 100g Lebkuchen enthalten 4000 Bienen-Blütenbesuche in Bayern



Das nachhaltigste Lebkuchenherz der Welt



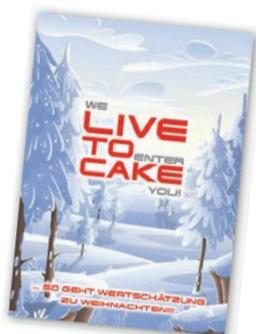
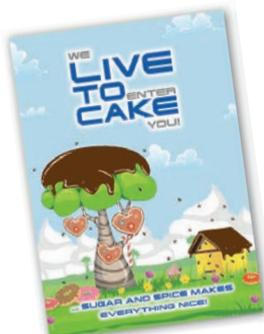
CLIMATEBEE
RESPEKTVOLLE
NATURVERBUNDENHEIT



4. **0,10 €** je Lebkuchenherz wird an **ClimateBee** gespendet, zur Neugründung und Pflege von **Bienenvölkern**



2. **FOLIE recyclebar.** New Start - Folie zu 40% aus Recyclingmaterial



Jetzt gleich unsere neuen Kataloge anfordern!

Event- und Werbekonditorei

ZUCKERSUCHT®

www.zuckersucht.de

100,8 Punkte

erreichte der ifo
Geschäfts-

klimaindex im Juli. Die Unternehmen bewerten ihre aktuelle Geschäftslage etwas besser, jedoch nahm der Optimismus mit Blick auf die Entwicklung in den kommenden Monaten merklich ab. ifo.de

79%

der Deutschen bewerten es laut einer Ad-Alliance-Studie positiv, wenn Unternehmen in ihrer Werbung ihr gesellschaftliches Engagement kommunizieren. horizont.net

72 Prozent

der für die von Welect in Kooperation mit [m]Science durchgeführten Studie „Campaign Zero – Null Cookies“ Befragten empfinden das Prinzip des selbstbestimmten Werbekonsums gut. Laut Studienergebnissen gefällt dieses Prinzip sogar 68 Prozent von Adblocker-Nutzern sowie 67 Prozent derjenigen, die Online-Werbung generell als eher störend ansehen. adzine.de

3 Monate

In diesem Zeitraum sollten Maßnahmen nach Meinung von 50 Prozent der für die Studie von Sportfive und Onefootball befragten Marketer Wirkung zeigen. horizont.net

45 Milliarden

Euro soll 2021 der Gesamtnettoumsatz mit Werbung in Deutschland laut einer Prognose des Schickler Media-Index betragen. Das entspräche einem Plus von 6,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. horizont.net

32.000

Downloads innerhalb von 30 Tagen nach ihrer Veröffentlichung katapultieren Podcast-Episoden direkt in die Meisterklasse, dem obersten Prozent. Episoden mit mehr als 18.000 Downloads zählten zu den obersten zwei Prozent, ab 3.000 Downloads kann man stolz darauf sein, zu den Top Ten zu zählen. Überraschend: Mit mehr als 125 Downloads befindet sich eine Podcast-Episode schon unter den erfolgreichsten 50 Prozent. adzine.de

Jeder vierte

Beschäftigte in Deutschland (24 Prozent) könnte seine Beschäftigung an drei bis fünf Tagen von zuhause aus ausüben – im Vergleich zu 22 bzw. 21 Prozent in den USA und Frankreich. Das ergab die in acht Wirtschaftsnationen durchgeführte Studie „The future of work after COVID-19“ des McKinsey Global Institute (MGI). Ein weiteres Ergebnis: Deutschland ist von den Veränderungen in der Arbeitswelt in Europa am meisten betroffen. wuv.de

As an environmentally-friendly company, we are introducing a new line of biodegradable products, certified by COBRO-Packaging Research Institute.

Biodegradable badge (56mm)

Biodegradable badge with safe pinless closure.



Biodegradable self assembling badge

Biodegradable badge (56mm) with pinless closure which can be easily made without any specialised equipment.



Name badges pinless

Transparent ID with a safe pinless closure in two sizes



COLOR: Transparent

Mobile card pocket (85x55mm)

Mobile card pocket for mobile phones gives you a secure and elegant way to carry your documents, credit cards or money.



COLOR: Transparent

Token

Biodegradable token for trolley marked with pad printing, digital printing or flat sticker. It can serve as an interesting alternative to paper coupons or currency during events.



Token size: 1€

Microfiber cloth RPET

Microfiber glass cleaning cloth with a customisable design is ideal for cleaning glass and delicate surfaces without leaving any streaks or smudges.



Multifunctional bandana (250x480mm)

Bandana 150 gsm made of recycled polyester is a product designed for eco-aware customers who care for the environment.



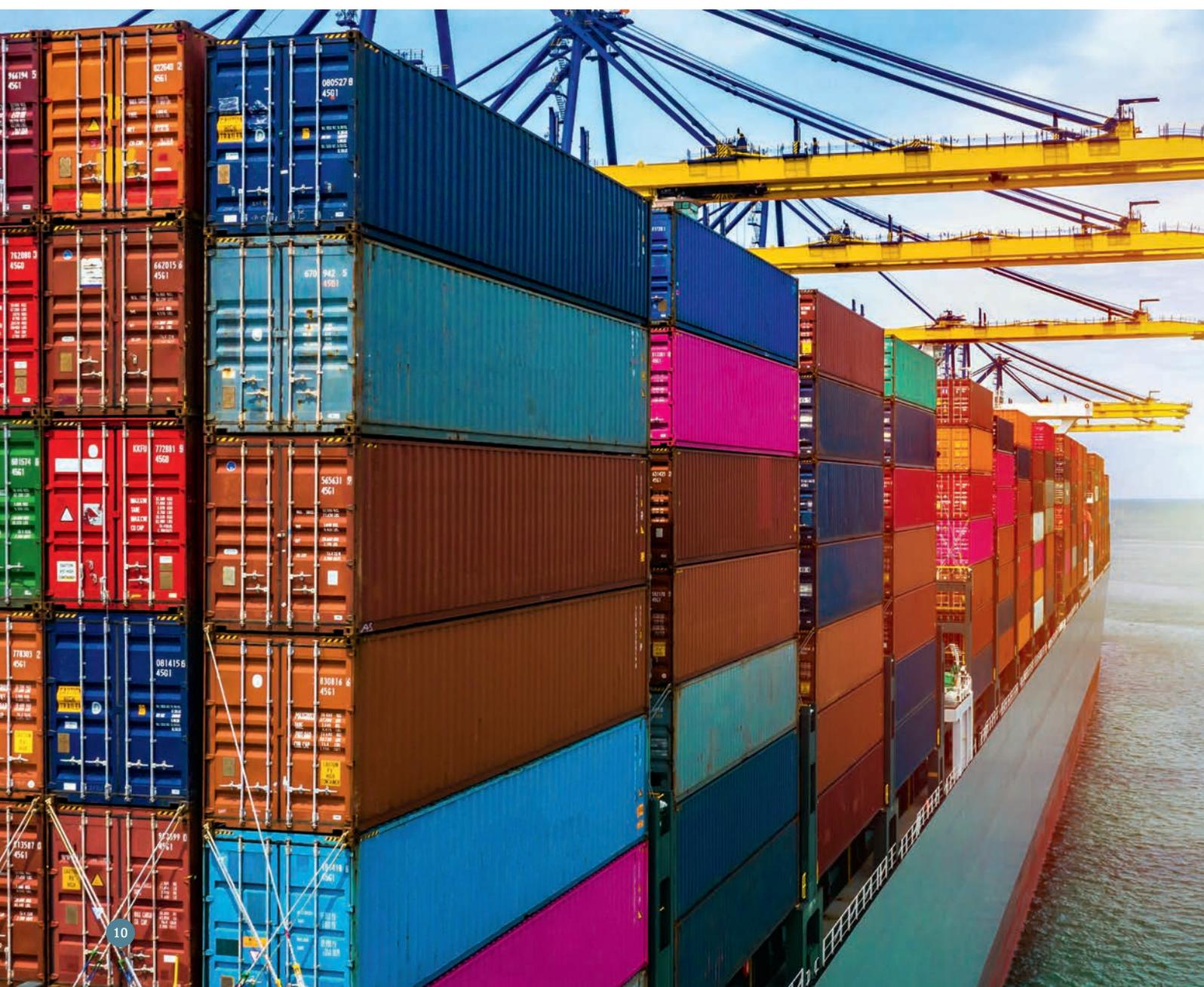
Camera cover (30x13mm)

Camera cover sliding with a customisable graphic design is designed for laptops, computers and tablets.



COLOR: Transparent

In vielen Ländern kommt die **Wirtschaft wieder in Schwung**. Dies führt jedoch in vielen Bereichen zu **Rohstoffengpässen** und auch der **Frachtraum ist knapp**. Die Folge sind **Lieferverzögerungen**, die **Preise steigen**. Die Werbeartikelbranche ist davon zwar auch betroffen, schaut aber dennoch **zuversichtlich ins zweite Halbjahr**.



Preisexplosion und Lieferverzögerungen

Aufschwung mit Hindernissen



Die Pandemie geht um die Welt – und trifft mal diese, mal jene Länder besonders heftig. Lockdowns und Nachfrageeinbrüche in den jeweiligen Regionen verändern nun schon seit eineinhalb Jahren das wirtschaftliche Umfeld und beeinflussen die Rohstoffmärkte, die Industrieproduktion und den weltweiten Transport. Inzwischen haben unter anderem Unterstützungsprogramme sowie die erneut wachsende Nachfrage dazu geführt, dass sich die Konjunktur in einigen Regionen wieder erholt. Laut ifo-Geschäftsklima-Index bewerten etwa deutsche Unternehmen ihre aktuelle Geschäftslage bereits seit Monaten zunehmend optimistischer und erwarten, dass sich der positive Trend auch im zweiten Halbjahr fortsetzt. Mit China und den USA haben zwei riesige Märkte etwas zeitversetzt zu einer beachtlichen Dynamik zurückgefunden.

Materialknappheit und Preishöhen

Es geht also bergauf, eine gute Nachricht. Doch geht die Entwicklung teilweise so sprunghaft voran, dass die Rohstoffe nicht schnell genug produziert und geliefert werden können. Hinzu kommen ein verändertes Nachfrageverhal-

ten, Produktionsausfälle, fehlende Frachtkapazitäten, Handelskonflikte, und auch die Suez-Kanal-Blockade wirkte noch lange nach. Die Rohstoffknappheit und damit einhergehende Preissteigerungen sorgen in vielen Branchen für Unsicherheit. Die Preiserhöhungen machen sich unter anderem bei Holz und Holzprodukten, Papier, Pappe und Verpackungsmaterial bemerkbar. Der globale Chipmangel verteuert elektronische Bauteile und führt im Extremfall zu Produktionsstopps. Auch Kunststoffe sind betroffen. Die Ergebnisse einer Umfrage des Portals für Kunststoffverarbeiter hat ergeben, dass sich die Preise vieler Standard-Kunststoffe seit Jahresbeginn um über 70 Prozent erhöht haben. Auch Rezyklate sind von erheblichen Preissteigerungen betroffen.

Transport- und Logistikkosten steigen

Alle Branchen klagen zudem über stark gestiegene Transport- und Logistikkosten. Dass rund um die südchinesische Metropole Shenzhen wieder steigende Corona-Fallzahlen registriert wurden, führte zu beträchtlichen Abfertigungsengpässen in den Häfen Yantian und Shekou sowie in Nansha (im benachbarten Guangzhou). Im Mai kam

Rohstoffknappheit treibt die Preise nach oben. Holz und Holzprodukte sind besonders betroffen.



es im weltweit viertgrößten Containerhafen – dem Yantian International Container Terminal (YICT) – wegen Quarantänemaßnahmen zu einem Stau von Schiffen, der sich nur langsam auflöst. Schon 2020 gab es ähnliche Probleme in chinesischen Häfen. Von dort werden viele Lieferungen für die Werbeartikelbranche verschifft, so dass die Branche also weiterhin mit Verzögerungen und erhöhten Kosten rechnen muss.

Preise auf Rekordhoch

Die Verkaufspreise im Großhandel sind im Juni 2021 um 10,7 Prozent gegenüber Juni 2020 gestiegen. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) mitteilt, hatte es eine höhere Vorjahresveränderung zuletzt im Oktober 1981 im Rahmen der zweiten Ölkrise gegeben (+11,0 Prozent gegenüber Oktober 1980). Die hohen Steigerungsraten sind laut Destatis teilweise eine Folge des sehr niedrigen Preisniveaus der Vorjahresmonate im Zusammenhang mit der Corona-Krise. Experten gehen davon aus, dass sich dieser sogenannte Basis-Effekt bis zum Herbst abgeschwächt haben wird. Dass bei der Inflationsrate in Deutschland für einige Monate eine Vier vor dem Komma stehen könnte,

hält Bert Rürup, Chef des Handelsblatt Research Institute (HRI) zwar für möglich, aber eher für ein vorübergehendes Phänomen. Spätestens ab dem nächsten Jahr wird sich dieser Preisauftrieb wieder spürbar in die Nähe der Zwei-Prozent-Marke zurückbilden, wird Rürup im Handelsblatt zitiert.

Die Werbeartikelbranche ist auch betroffen

Zusammen mit Unternehmern der Branche gehen wir der Frage nach, inwieweit auch die Werbeartikelindustrie die Auswirkungen der oben skizzierten Situation zu spüren bekommt. Denn Werbeartikel in ihrer ganzen Vielfalt kommen aus unzähligen Branchen und sind als Importe und Exporte Teil der internationalen Warenströme. Zunehmend schwieriger werden daher die Fixierung von Produktions- und Lieferterminen, Preiskalkulationen und natürlich auch die Kundenkommunikation. Denn Kunden müssen über etwaige Folgen wie Preiserhöhungen und Lieferschwierigkeiten informiert und über die Umstände aufgeklärt werden. Wie schätzen Werbeartikelunternehmer die Lage ein?

>>

Containerstau in den Häfen führt zu Verzögerungen in der gesamten Logistikkette.

