

PSI

JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Oktober 2021

60. Jahrgang



CD Lux

Alexander Dirscherl
Mit Nachhaltigkeit
begeistern

Product Guide

Outdoor, Schirme,
Werkzeug, Messer
Gesundheit und Hygiene

PSI Messe 2022

Neue Nachhaltigkeit

Messe-Herbst 2021

Die Branche trifft sich
wieder

**GRÜNER
KNOPF**

SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH.
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.

Der Grüne Knopf

Punkten mit
zertifizierten Textilien

INNOVATIONEN



Laser-Distanz-Messer "Quick"
Messdistanz bis 30m.

Edeles Aluminium-Gehäuse mit LCD Display.
Einfache Einknopf-Bedienung.
Akkutechnologie und Abschaltautomatik.
Laserschutzklasse 2 oder 1 lieferbar.

Hochwertige schwarze Geschenkbox.



Laser-Messgerät „Quick-Magic“
Automatische Flächen- u. Volumenberechnung
für Distanzen bis 30m.

Großes 1,44" Zoll TFT-LCD Display.
Laserschutzklasse 2 oder 1 lieferbar.

Hochwertige schwarze Geschenkbox.



Buchenholz-Gliedermaßstäbe in Bicolor-Optik
mit farbigen Endgliedern.

Spitzenklasse in 14 Farbkombinationen.
Mindestmenge 100 Stück.

Innenliegende, federnde Metallgelenke für
leichtgängiges Öffnen und Schließen.
Winkelskala auf 2. Glied.
Ideal geeignet für Digitaldrucke.



Farbiger Qualitätsmaßstab wie oben.
16 neuen Farben bereits ab 100 Stück.

Maßstäbe mit CE-Zertifizierung.

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

 100 Jahre
meterex®
germany.since 1920



Editorial

Handel im Wandel

Das Umfeld für den Handel mit Werbeartikeln hat sich in den vergangenen Jahren spürbar verändert. Neue Wettbewerber sind auf den Plan getreten. Sie bringen viel Erfahrung im Online-Handel und hohe Logistikkompetenz mit. Gleichzeitig ändert sich die Erwartungshaltung der Kunden. Corona hat seinen Teil dazu beigetragen. Man muss sich nur im privaten Umfeld umsehen: Ein Großteil der Freunde und Bekannten hat im Lockdown gelernt, dass es durchaus angenehm ist, wenn man heute etwas bestellt, den Weg des Produktes noch verfolgen kann und es morgen schon auf dem Tisch hat. Schnell wird dies zur generellen Erwartungshaltung an Einzel- und Großhandel. Der Großhandel in der Werbeartikelwirtschaft kann dem mit spezifischem Produkt-Know-how, mit persönlichen Kundenbeziehungen und gutem Service Paroli bieten.

Viele, wenn nicht zu viele, Händler und Berater sehen diese Leistungen aber als Argumente in einer Abwehrschlacht. Zukunftsträchtiger wäre es, würde man diese Qualitäten mit einer guten Strategie in Puncto Digitalisierung koppeln. Denn das Internet bietet auch dem Großhandel enorme Chancen, seine Kunden noch besser zu bedienen und an sich zu binden. Gesehen wird das durchaus, nur an der Umsetzung hapert es noch oft, weil zu halbherzig vorgegangen wird. Denn wo Chancen sind, da sind auch Risiken und E-Commerce lässt wenig Raum für Rezepte und Konzepte aus der Vergangenheit. Wer hätte früher gedacht, dass Leute Schuhe kaufen, ohne sie je anprobiert zu haben? Möglich war das nur, weil Leute die Zeit nach dem Kauf neu gedacht haben – die problemlose Rückgabe.

Das wird bei gebrandeten Werbeartikeln nicht funktionieren. Deshalb wird es im Werbeartikelhandel auch die Zeit vor dem Kauf sein, die Spielraum für neue, digitale Veränderungen bietet. So könnte eine Online-Strategie darauf ausgerichtet sein, die Beratung in den Vordergrund zu stellen. Nun ist Beratung digital schlecht darstellbar. Ein Online-Auftritt, professionell gestaltet und gut auffindbar, der ein Schaufenster für schöne Produkte ist, könnte aber auch vermitteln, dass diese Produkte ihre Wirkung nur dann optimal entfalten können, wenn sie für die jeweilige Zielgruppe richtig eingesetzt werden. Einige Luxusmarken verfolgen mit ihren Artikeln ähnliche Strategien – weg von der Masse. Dies muss aber konsequent umgesetzt und gelebt werden. Beratung, Kundennähe und ausgesuchte Produkte sind die Erfolgsgaranten in der Werbeartikelwirtschaft. Wer sie mit digitalen Möglichkeiten kreativ aufwertet, der wird weiter guten Erfolg haben.

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

Punkten mit zertifizierten Werbetextilien 10

PSI AKTUELL

PSI Messe 2022: Neue Nachhaltigkeit 15

PRODUCT GUIDE

Outdoor, Schirme, Werkzeug, Messer 18

BRANCHE

Unternehmen, Ereignisse, Märkte 36

Die Lieferantentage: Premiere in Gießen 42

20 Jahre BAPP: „Elektrisierende“ Jubiläumsmesse 44

Werbeartikelmesse NRW: „Anfassbar gut“ 46

PRODUCT GUIDE

Gesundheit und Hygiene 48

UNTERNEHMEN

CD-LUX: Mit Nachhaltigkeit begeistern 60

ZARA goes Fruit of the Loom 64

PRODUCT GUIDE

Innovative Produkte 66

MYPSI

72

MEINUNG

78

VORSCHAU – IMPRESSUM

80



Perfekt für unterwegs!

Theo ist unser Bio- und Fairtrade-zertifizierter Weekender mit Tragegriffen aus Gurtband in bis zu 4 Farben.

Der trendige Weekender eignet sich ideal als Reisetasche für den nächsten Kurztrip, Städtereise oder Geschäftsreise – auch ein Wellness-Wochenende lässt sich mit der Tasche genießen.

Mit seinen Maßen von 50 x 25 x 25 cm bietet unser **Theo** zudem genügend Stauraum, um alles Nötige für die nächste Reise sicher verstauen zu können.

Als langlebiger Werbeartikel ist **Theo** ein echter Hingucker: Die maximale Druckgröße beträgt ca. 12 x 12 cm und bietet damit ausreichend Platz, den Weekender mit einem Logo oder einer anderen Werbebotschaft zu bedrucken.

Als Druckverfahren lässt sich Siebdruck auswählen; zusätzlich kann die Reisetasche aber auch im Stick veredelt werden.

Stylisch, modern und back to the 80's, das ist unser beliebter **Theo**.



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

N° 2330

Theo



Heavy Cotton

In vier verschiedenen
Farben



- ✓ **GOTS - zertifiziert**
- ✓ **Fairtrade - zertifiziert**
- ✓ **OEKO-Tex - zertifiziert**
- ✓ **390 g/m² Cotton**

www.misterbags.de



Nachhaltigkeit in textilen Lieferketten

10

Der Grüne Knopf wurde 2019 vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) eingeführt. Die jüngsten Entwicklungen rund um das staatliche Textilsiegel zu zertifizierten Lieferketten und seine Bedeutung für die Werbeartikelbranche erklärt Textil-Experte Stefan-Roller-Aßfal.

Draußen werben

18

Auch in einer durchorganisierten Lebenswelt verlangt es den Menschen – eben seiner „Natur“ entsprechend – immer wieder nach dem elementaren Erlebnis im Freien. Eine ganze Industrie widmet sich diesem Drang namens „Outdoor“. Dass es sich im „Draußen“ noch einmal so gut werben lässt, haben die kreativen Köpfe der Branche längst herausgefunden.



Es geht wieder los

42



Nach langer virusbedingter „Durststrecke“ kommt wieder Schwung ins Messewesen. Auch in der Werbeartikelwirtschaft spürt man die Freude über den endlich wieder möglichen und für diese Branche unersetzlichen unmittelbaren Kontakt mit Produkten und Kunden. Wir waren für Sie auf den ersten „analogen“ Branchenevents nach dem Lock-down und schildern die Eindrücke.

Mit Nachhaltigkeit begeistern

60

Die Adventskalender-Spezialisten von CD-LUX aus dem bayerischen Cham sind bekannt für innovative Adventskalender-Programme in erstklassiger Qualität. Seit einem Jahrzehnt beschäftigt sich das Unternehmen auch intensiv mit Umweltschutz-Themen, was sich auch deutlich niederschlägt in einem nachhaltigen wie vielfältigen Produktsortiment.



NACHHALTIGKEIT ALS ROTER FADEN

Nachhaltigkeit avanciert zur gesellschaftlichen Bewegung. Es kristallisiert sich eine neue Art des Verbrauchs heraus: der intelligent-nachhaltige Umgang mit Ressourcen. Eine wichtige Rolle spielen dabei (technologische) Innovationen. Green Tech hilft, heutige und künftige Herausforderungen zu überwinden. (zukunftsinstitut.de, Dossier Megatrend Neo-Ökologie). So unterstützt sie zum Beispiel dabei, Emissionen einzufangen und in etwas Sinnvolles umzuwandeln, CO₂ zu binden, statt welches in die Atmosphäre abzugeben und damit als Rohstoff nutzbar zu machen. So lässt sich CO₂ heute bereits recyceln und etwa zu einer verarbeitungsfähigen Kunstfaser spinnen. Das Ergebnis: ein durchsichtiges, elastisches Garn mit 20 Prozent CO₂-Anteil. (zdf.de, „Plan B: Socken aus CO₂“). Doch es gibt auch andere Beispiele, wie sich Nachhaltigkeit als roter Faden durch die Herstellung von Alltagsprodukten ziehen kann.

Ex-Flasche wird Lanyard

RPET Ecological aus recycelten Kunststoffflaschen
Lanyard.pro Allersgrupa
www.lanyard.pro
PSI 49171



Wohltat mit entgiftender Wirkung

Detox Werbe- und Wellness-Tee mit biologischen Zutaten und aus ökologischer Produktion: CO₂- und plastikneutraler Brewer, hergestellt mit 100 Prozent erneuerbarer Energie und ohne Aluminium
Römer Drinks by Römer Wein und Sekt GmbH
www.roemer-drinks.de
PSI 50967



Erhöhter Tragekomfort, reduzierte Emission

Maßgeschneiderte rPET-Socken aus recyceltem Polyestergerne
Bosscher International B.V.
www.bosscher-international.com
PSI 44755

Für eine abfallfreie Welt

Ocean Socks rPET (94 Prozent recyceltes PET, 6 Prozent recyceltes Spandex. Ein Paar dieser Socken verhindert, dass rund 30 Plastikflaschen in den Ozean gelangen. Grundlage ist die Idee der Plastic Bank, eine soziale Unternehmung, die die weitere Verschmutzung der Ozeane mit Kunststoffabfällen stoppen und gleichzeitig das Leben von Menschen verbessern will, die diese Abfälle sammeln und gegen eine finanzielle Unterstützung abgeben.)

INTERALL GROUP B.V.
www.interallgroup.com
PSI 41727



WARM AND COMFY

RECYCLED
POLYESTER

DUPONT
SORONA

AUTUMN STYLES

JN1161 + JN1162

daiber

myrtle
beach

JAMES &
NICHOLSON

HOTLINE 07432 7016-800 WWW.DAIBER.DE

**Rundum natürliche Wohlfühlzeit**

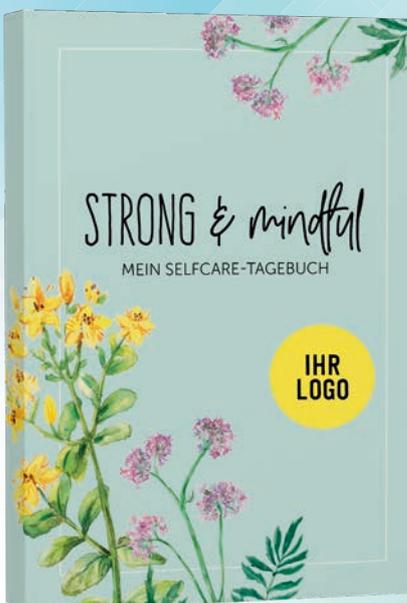
Zirbenkissen
ASB Herbalind gGmbH
www.herbalind.com
 PSI 46706

Gesundheit geht uns alle an und durchdringt deshalb mittlerweile auch als Megatrend alle Bereiche unseres Alltags. Sie wird ganzheitlicher und wieder stärker als etwas gesehen, das nicht allein den einzelnen Menschen betrifft. Health-Trends sind somit auch soziokulturelle Entwicklungen, die aus der Gesellschaft heraus entstehen. Sie finden ihren Ausdruck nicht zuletzt in der Konsumkultur und in Produktwelten. Das heißt: Das Wissen um diese Entwicklungen kann auch entscheidende Hinweise auf Potenziale in anderen Branchen – fernab der Gesundheitsbranche – liefern. (zukunftsinstitut.de, Dossier Megatrend Gesundheit). Welche Potenziale in der Werbearbeitwirtschaft liegen, zeigen unsere und weitere Beispiele im PSI Product Finder.

ES BETRIFFT UNS ALLE.

Mehr Ruhe und Ausgeglichenheit

Selfcare-Journal
Edition Michael Fischer GmbH
 – EMF Verlag
www.emf-verlag.de
 PSI 49982

**Bewusste Alternative**

Apfelringe von Streuobstwiesen
B&B Promotional Sweets
www.promotionalsweets.pl
 PSI 47460

**Medizinisch und ökologisch**

Erste-Hilfe-Tasche, zu 85 Prozent aus recyceltem Filz
Medical Promotion by Gramm
medical healthcare GmbH
www.medical-promotion.de
 PSI 47105

Messegelände Düsseldorf

11-13

JAN

22

Das Who und
How der Branche.
Mein PSI. Live.



Das große
Wiedersehen
der Branche.

Jetzt Tickets
sichern.
psi-messe.com

Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft

PSI

Built by

RX

In the business of
building businesses

81

.....
Prozent
 der befragten
 Marketing-
 Führungskräfte

in einer neuen Studie von Kantar haben den übergeordneten Wunsch, ihre Mediaspendings besser kontrollieren zu können. horizont.net

1 von 2

.....
 der für das regelmäßige „Corona-Konsumbarometer“ der Zeitschrift *absatzwirtschaft* Befragten (53 Prozent) rückt die Balance zwischen wirtschaftlichen und gesundheitlichen Aspekten bei der Bewältigung der Krise wieder in den Vordergrund. absatzwirtschaft.de

44,86 Milliarden

.....
Euro wurden 2020 in Deutschland mit kommerzieller Werbung umgesetzt. Damit ist die Werbebranche unter den Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft der zweitumsatzstärkste Markt. zaw.de

74 Prozent

.....
 der internationalen Werbeexperten sind fest davon überzeugt, dass die Zunahme von Werbeökosystemen und -netzwerken den Digital out of Home-Bereich stark wachsen lassen werden. Das ergab eine Studie von Alfi, einer AI enterprise SaaS Werbeplattform. 65 Prozent der Experten erwarten ein Wachstum zwischen 50 und 55 Milliarden US-Dollar bis 2026.

2,65 Milliarden

.....
Euro haben Unternehmen in Deutschland im Juli in Werbung investiert. Das satte Plus von 15,1 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat wirkt sich laut Nielsen auch positiv auf die Jahresbilanz aus. Für das Gesamtjahr weist Nielsen ein Plus von 4,7 Prozent aus. horizont.net

657 Milliarden

.....
US-Dollar werden 2021 global für Werbung ausgegeben werden: Das geht aus einer Schätzung der Marktanalyse von MAGNA hervor. Das entspräche einer Steigerung von 14 Prozent. 2022 soll der gesamte Markt dann noch einmal um weitere 7 Prozent wachsen. magnaglobal.com

Jedes zweite

.....
 kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in der Schweiz verfügt über eine digitale Strategie. Allerdings muss auch fast jedes zweite der KMU (44 Prozent) seine Markt-/Marketingpositionierung teilweise oder vollständig anpassen. Das ergab die Studie „Strategieentwicklung im digitalen Zeitalter“ von FHNW, Strategylab und weiteren Partnern. fhnw.ch, strategylab.net



GRÜNER KNÖPF

SOZIAL, ÖKOLOGISCH, STAATLICH,
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.
www.g-k.eu/karlowisky

Global Recycled Standard

THIS PRODUCT CONTAINS
72% GRS RECYCLED POLYESTER.
CERTIFIED BY CU 2091976

OEKO-TEX®

CONFIDENCE IN TEXTILES

STANDARD 100

513-0999 HÖHESTEN NITTI

Gepflicht auf Schmetzmulle
www.oeko-tex.com/standard100

THE FISH
creative seafood

THE FISH
creative seafood



DIE NEUEN

Green Generation

KOCHJACKEN

Gefertigt aus **RECYCELTEM POLYESTER** | Multifunktionell einsetzbar
5 moderne Trendfarben | Perfekt für Veredelung geeignet

NACHHALTIG | BEQUEM | VIELSEITIG

Der Grüne Knopf wurde 2019 vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) eingeführt. Die jüngsten Entwicklungen rund um das staatliche Textilsiegel und seine Bedeutung für die Werbeartikelbranche erklärt Textil-Experte Stefan Roller-Abfalg.

Der Grüne Knopf
fördert Nachhaltigkeit
in textilen
Lieferketten

Punkten mit zertifizierten Werbetextilien



Auch PSI-Aussteller Gorfactory mit seiner Marke Roly setzt auf den Grünen Knopf.



b Lieferkettensorgfaltspflichten-Gesetz oder Green Deal der Europäischen Kommission – immer mehr gesetzgeberische Verfahren und politische Initiativen erhöhen die Anforderungen an Hersteller, Importeure sowie Entwickler von Produkten und Dienstleistungen. Auch der Bundestagswahlkampf in Deutschland hat das Thema Nachhaltigkeit in all seinen Facetten vom Klimaschutz über nachhaltigen Konsum bis hin zu den Fragen des fairen Handels noch weiter in den Fokus gerückt. Die Textilindustrie befindet sich derzeit wie viele andere Branchen auch in einem Transformationsprozess hin zu nachhaltigem Wirtschaften. Der Grüne Knopf, das staatliche Textilsiegel, ist Ausdruck dieser rasanten Entwicklung. Bis zum Ende des Jahres 2021 soll – begleitet von einem umfassenden Konsultationsprozess – die Version 2.0 des Grünen Knopfs finalisiert werden. Immer mehr Unternehmen sowie Verbraucher*innen interessieren sich für sozial und ökologisch nachhaltig hergestellte Textilien. Ihnen allen bietet der Grüne Knopf Orientierung beim nachhaltigen Einkauf.

Gute Akzeptanz

Das Siegel wurde im September 2019 vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) eingeführt. Bereits im Jahr 2020 gingen rund 90 Millionen Textilprodukte, die mit dem Grünen Knopf zertifiziert sind, über den Ladentisch. Unternehmen können ihre Produkte zertifizieren lassen, wenn 46 Sozial- und Umweltstandards erfüllt werden. So werden neben den Produkten und deren sozialen und ökologischen Produktionsbedingungen auch die Geschäftspraktiken der Unternehmen unter die Lupe genommen. Unternehmen, die Produkte mit dem Grünen Knopf führen, müssen nachweisen, dass sie ihren menschenrechtlichen und ökologischen Sorgfaltspflichten in ihren textilen Lieferketten nachkommen. Unter anderem wird geprüft, ob sie die Risiken und Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit entlang der textilen Lieferketten kennen und mit effektiven Maßnahmen adressieren sowie transparente Beschwerdemechanismen für potenziell Betroffene fördern und im Schadensfall Abhilfe und Wiedergutmachung leisten.

Viele Vorteile

Die Vorteile einer Zertifizierung mit dem Grünen Knopf sind vielfältig, etwa Orientierung beim Einkauf für Verbraucher*innen, Vertrauenswürdigkeit durch den staatlichen Absender oder die glaubwürdige Dokumentation verantwortungsvollen Handelns der Unternehmen. Zudem



profitieren die Unternehmen von den umfangreichen Kommunikationskampagnen, die das BMZ und die Geschäftsstelle Grüner Knopf, ansässig bei der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), umsetzen. Dabei bindet die Geschäftsstelle des Grünen Knopfs die Unternehmen regelmäßig in diverse Formate ein, um gemeinsam das Siegel bekannter zu machen.

Grüner Knopf als Meta-Siegel

Der Grüne Knopf fungiert als Meta-Siegel, das die Kriterien anderer Siegel zur Erfüllung der Produktkriterien des Grünen Knopfs anerkennt. So können sich Unternehmen, die beispielsweise ihre Produkte bereits nach dem strengen GOTS-Siegel zertifiziert haben, dieses anerkennen lassen und somit nachweisen, dass sie die Produkthanforderungen erfüllen. Durch diese Anerkennung werden die geleisteten Vorarbeiten der Unternehmen und besonders glaubwürdiger Siegel in Wert gesetzt. Verbraucher*innen wiederum erhalten eine bessere Orientierung im Siegeldschungel. Welche Siegel zur Erfüllung der sozialen und ökologischen Produktkriterien anerkannt werden, ist auf der Webseite <https://www.gruener-knopf.de/kriterien> zu finden.

Attraktiv auch für textile Werbeartikel

Im Mai 2021 führten bereits 65 Unternehmen Produkte mit dem staatlichen Textilsiegel. Eine fortlaufend aktualisierte Übersicht gibt es auf der Webseite www.gruener-knopf.de/verbraucher. Unter den Unternehmen, die bereits Produkte mit dem Grünen Knopf führen, gehören unter anderem 3Freunde, Brands Fashion, Hakro, Karlowsky, Kaya & Kato und textilekonzepte. Viele Produkte dieser Firmen waren bereits auf dem Textile Campus der PromoTex Expo im Rahmen der PSI 2020 in Düsseldorf zu sehen. Ein vertrauenswürdiger Siegel wie der Grüne