

PSI JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Dezember 2021

60. Jahrgang

11-13

JAN

22

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



Sven Krumrey

memo AG

Nachhaltigkeit in der
Gesellschaft verankern

Product Guide

Marken- und
Designprodukte
Made in Germany/Europe

**Product
Compliance**

Risiken minimieren

Branche

Unternehmen, Ereignisse,
Märkte

PSI 2022

Aufbruch in die **Zukunft**



CD LUX

**Einzelsend-Service
an Ihre Kunden**

**Jetzt Muster und
Angebot anfordern**

**Gratis-Layout-
und Gestaltung**

**Frohe
Ostern!**



OSTERN & FRÜHLING

Ausgezeichnet Nachhaltig. 100 % Klimaneutral.



Klimaneutral Unternehmen
ClimatePartner.com/13089-1903-1001

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





Editorial

Was für ein Jahr

Niemand von uns wird so ein Jahr schon erlebt haben. 2020 war schon nicht ohne. Von ersten Krankheitsfällen in China entwickelte sich Covid-19 zur globalen Herausforderung. Erstmals erlebten die Menschen weltweit, dass das Leben in weiten Teilen zum Stillstand kam. 2021 begann dann als Jahr der Hoffnung, als Jahr der Impfstoffe und möglicher Lockerungen. Zwar konnte die PSI im Januar ihre Tore nicht öffnen, wurde in den Mai verschoben, konnte aber auch dann nur digital stattfinden. Durchaus ein Erfolg, aber natürlich keine PSI, wie wir sie alle kennen und lieben.

Es folgte ein recht entspannter Sommer und fast hatten wir uns wieder an ein normales Leben gewöhnt, da zeigte das Virus, um das sich so zahllose Gespräche drehten und drehen, dass es beabsichtigt zu bleiben. Wissenschaftler hatten das schon längst prophezeit, aber wie so oft vor den Faltschen gepredigt. Nun ist es geradezu amtlich, dass wir mit Covid-19 leben müssen.

Ich habe an dieser Stelle schon einmal ein Plädoyer für das Impfen gehalten und möchte das jetzt noch einmal unterstreichen. Lassen Sie uns alle dafür sorgen, dass unsere Unternehmen und die Werbeartikelwirtschaft in ganz Europa wieder richtig Tritt fassen. Ich bin mir sicher, dass es keinen erneuten Lockdown geben wird, aber wir brauchen mehr als nur das. Wir brauchen Menschen, die wieder mit Mut an die Dinge gehen und investieren. Menschen, die sich wieder auf den Weg machen und größere Ziele ansteuern. Dafür müssen wir alle die richtigen Bedingungen schaffen und möglichst viele mitnehmen.

Messen, die im Herbst stattfanden und jetzt stattfinden, zeigen, dass Begegnung ein großes Bedürfnis der Marktteilnehmer in allen Branchen ist. Es ist nicht immer die Quantität der Vor-Corona-Jahre, wer könnte das auch erwarten. Aber es ist immer eine deutlich höhere Qualität, das hört man allenthalben – und es ist die Qualität, die zählt, besonders unterm Strich.

In der Werbeartikelwirtschaft warten wir alle auf die PSI 2022. Es ist ein bisschen wie die Vorweihnachtszeit vor dieser herausragenden, bedeutenden europäischen Messe für haptische Werbung. Ich persönlich freue mich, wenn sich am 11. Januar 2022 die Tore zur PSI Messe wieder öffnen und wir uns wiedersehen.

Aber erst einmal wünsche ich Ihnen frohe Weihnachten, einen guten Rutsch in ein hoffentlich besseres neues Jahr – und bleiben Sie froh, fit und fidel.

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
PSI 2022	
Aufbruch in die Zukunft	10
Mit zuverlässigem Standbauer punkten	12
PRODUCT GUIDE	
Marken- und Designprodukte	14
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	26
Kompetenzzentrum für Innovationen	30
PRODUCT GUIDE	
Made in Germany/Europe	32
UNTERNEHMEN	
memo AG: Nachhaltigkeit in der Gesellschaft verankern	52
Karl Knauer KG: Schubkraft für regionale Produkte	56
BUSINESS	
Unerlässlich: Product Compliance Management System	58
Studie: Marken als Gewinner der Corona-Krise	60
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	62
MYPSI	70
MEINUNG	72
VORSCHAU – IMPRESSUM	84



MISTER BAGS®

Fair vs. Bio

Fairtrade- vs. Bio-Baumwolle

Gibt es einen Unterschied zwischen Fairtrade und Bio-Baumwolle?

Der Fairtrade-Gedanke beinhaltet viele ökologischen Aspekte, die wir im „Bio“-System wiederentdecken können. Allerdings stellt dieser Bereich nur einen Teilaspekt des fairen Handels dar. Die permanente Bekämpfung von Armut und die Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung ist eng mit einer sozialen und ökonomischen Agenda verknüpft. Trotzdem müssen fair gehandelte Produkte nicht zwangsläufig „Bio“-Standards erfüllen, während diese im Umkehrschluss nicht automatisch einem fairen Handel unterliegen.

Wollt Ihr mehr erfahren, dann geht auf unseren Blogbeitrag Bio vs. Fair.



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.global-standard.org

www.misterbags.de

N° 2327

Wilma



N° 2336

Paul



In vier Farben erhältlich



Aufbruch in die Zukunft

10

Die PSI Messe rückt näher und die Vorbereitungen sind in vollem Gange – bei PSI ebenso wie bei Ausstellern und allen, die vom 11. bis 13. Januar 2022 nach Düsseldorf kommen möchten. Nach einem Jahr Pause steht fest, dass die PSI viel Neues, aber auch Bewährtes bieten wird. Dabei zu sein lohnt sich auf jeden Fall.

Haptisch Zeichen setzen

14

Auch die Welt der Webeartikel profitiert von den designakzentuierten, imagebildenden, Vertrauen weckenden und verkaufsfördernden Attributen von Marken. Und mit „Fair Trade“ lässt es sich werbend zusätzlich punkten – ebenso mit „Made in Germany/Europe“, einem Synonym für Qualität, Zuverlässigkeit und ebenso gelungenes Design.



Nachhaltigkeit in der Gesellschaft verankern

52

Qualitativ hochwertige, nachhaltige Produkte. Ökologisches und soziales Engagement. Langfristiger Erfolg vor kurzfristiger

Gewinnmaximierung. So lässt sich der Gründungsgedanke der memo AG zusammenfassen. Drei Jahrzehnte später hat sich das Unternehmen zu einem europaweiten Multi-Channel-Händler entwickelt.



Risiken minimieren

58

Das Thema der Konformität von Produkten mit den geltenden rechtlichen Anforderungen betrifft alle Unternehmen, die Produkte herstellen oder handeln, also auch Werbeartikel-Unternehmen. Wer hier nachlässig ist, nimmt Risiken in Kauf, die das Unternehmen langfristig beschädigen können.



2021 TRENDS

Trends kommen. Trends gehen. Auch in diesem **Jahr** sind einige gekommen, um zu bleiben. Andere wiederum waren nie wirklich weg. Manche haben sich sogar als **zeitlos** und **krisenfest** erwiesen. Diese Seite wirft einen **Blick** zurück auf die **Produktwelten**, die **2021** am häufigsten beim **PSI Product Sourcing** nachgefragt wurden und die wir exemplarisch vorstellen.

Picknickartikel und Grillzubehör wurden vor allem im ersten Halbjahr stark nachgefragt. Der Drang nach Aktivitäten im Freien war auch 2021 sehr groß.

Funktionale Schreibtischartikel und Drinkware (vor allem der klassische Kaffeebecher) standen 2021 einmal mehr ganz weit oben in der Gunst. Eine Kombination, die für jedes Büro passt – vor Ort im Unternehmen und remote.

Accessoires für die Grillsaison

Rominox® Grillzange BBQ 5in1/

Rominox® Outdoor-Besteck Tanto

Römer Lifestyle by Römer Wein und Sekt GmbH

www.roemer-lifestyle.de

PSI 43892



Moderner Arbeitsplatz

Hochwertige Pads der Marke AXOPAD®

IMTC Manufacturing & Trade GmbH

www.axopad.de

PSI 43000



Ab August wurden vermehrt weihnachtliche (Werbe-)Artikel angefragt – vom klassischen Adventskalender bis zum Baumschmuck.



Aus dem Ozean an den Baum

Weihnatskugeln aus der Reihe Social Plastic®

INTERALL GROUP B.V.

www.interallgroup.com

PSI 41727



NACHHALTIGE MATERIALIEN

WINTERSTYLES 2021

JETZT LADIES' | MEN'S PADDED JACKET ENTDECKEN! JN1167 | JN1168

daiber

HOTLINE 07432 7016-800 WWW.DAIBER.DE





Was vor wenigen Jahren noch futuristisch angemutet hätte, ist längst Gegenwart geworden. Hybrid, ein Gebilde aus zwei oder mehreren Komponenten, ist sicherlich einer der Begriffe des Jahres 2021 und wird wohl auch 2022 nichts in Sachen Trend einbüßen – nicht in der Arbeitswelt und auch nicht in der des Werbeartikels. Digitales und Analoges (und auch Haptisches) zu kombinieren, gewinnt immer mehr an Bedeutung.



Textile Zukunft jetzt

Warum nicht die NFC-Technik clever in die Berufsbekleidung integrieren? Die von der Stickerei Klam angebotenen NFC Wearables sind wasserdicht, stoßfest und hitzebeständig. Wird ein NFC-Knopf in unmittelbarer Nähe eines Smartphones oder NFC Readers platziert, kann eine Vielzahl von Aktionen ausgelöst werden.

Stickerei Klam – Corporate Fashion
www.stickerei-klam.com
 PSI 49110



Starke innere Werte

Die neuen inside NFC PENs von uma verbinden analoges Schreiben mit der interaktiven Welt. Durch die in das Werbeschreibgerät integrierte NFC-Technologie (ein internationaler Übertragungsstandard zum drahtlosen Austausch von Daten über kurze Distanzen) können digitale Informationen verschiedenster Art, etwa Links, hinterlegt werden.

uma Schreibgeräte Ullmann GmbH
www.uma-pen.com
 PSI 41848



WELCHE TRENDS SICH BEHAUPTEN
 WERDEN? DAS JAHR 2022 UND DAS PSI
 JOURNAL MIT SEINER RUBRIK TRENDS
 & BRANDS WERDEN ES ZEIGEN.



KARLOWSKY®



HEISSE WORKWEAR

FÜR DIE KALTE JAHRESZEIT

- | warme Softshellwesten & -jacken
- | weiche Flanellhemden, lässige ChinoHosen & Caps
- | robuste Lederschürzen, gemütliche Sweatwear
- | feurige BBQ- & Grill-Lösungen

WWW.KARLOWSKY.DE



88

Prozent der deutschen Marketer glauben einer Umfrage

von Sitecore zufolge, dass das Weihnachtsgeschäft 2021 über den Fortbestand ihres Unternehmens entscheiden wird. [horizont.net](https://www.horizont.net)

49,7%

der von Statista in Deutschland befragten Menschen sagen, dass sie neue Produkte über Freunde und Bekannte kennenlernen. Durch Werbung werden 38,9 Prozent aufmerksam. [statista.com](https://www.statista.com)

4 von 5

Befragten einer internationalen BBC-Studie sind der Meinung, dass ein klares Engagement für Nachhaltigkeit den Wert einer Marke erhöht. Für nahezu genauso viele sind entsprechende Selbstverpflichtungen von Unternehmen ein wichtiges Kriterium für Kaufentscheidungen. 67 Prozent würden mehr für Marken zahlen, die sich für Nachhaltigkeit und umweltfreundliche Praktiken einsetzen. [adzine.de](https://www.adzine.de)

67 Prozent

der für eine Exportstudie der British Promotional Merchandise Association (BPMA) befragten Werbeartikelieferanten nannten die EU als marktbeherrschende Herausforderung des Wirtschaftslebens. 76,5 Prozent der Lieferanten berichteten von einem Abwärtstrend bei Ausgaben. [bmpa.co.uk](https://www.bmpa.co.uk)

5,068 Milliarden

Euro werden Werbungtreibende im Jahr 2021 in Displaywerbung investieren. Das entspricht einem Wachstum von 23,4 Prozent. Diese neuen Marktzahlen zur digitalen Werbewirtschaft hat der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) veröffentlicht. [ovk.de](https://www.ovk.de)

Jede/r zweite

Verbraucher*in (44 Prozent) in 17 Märkten weltweit hat das Gefühl, von den in der Werbung zu sehenden Menschen nicht vollständig repräsentiert zu werden. In Europa herrscht diese Meinung am ehesten vor, am stärksten in Deutschland und Schweden (60 Prozent in Deutschland bzw. 59 Prozent in Schweden). [yougov.de](https://www.yougov.de)

30 Milliarden

Euro Wertschöpfungsverlust für die deutsche Wirtschaft prognostiziert das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) allein für das zweite Halbjahr 2021. Für das kommende Jahr erwartet das IW ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von vier Prozent. [tagesschau.de](https://www.tagesschau.de)

Produktsicherheit, Regulatory Affairs und Umweltrecht

11.-12. Mai 2022
Taschenbergpalais Dresden

Produktsicherheit. Regulatory Affairs. Umweltrecht. Drei Kernthemen der Product Compliance bilden auch die Inhalte des 2. Product Compliance Dialogs (#pcd22).

Für den 11.-12. Mai 2022 laden wir Sie ein, gemeinsam mit uns in Dresden oder remote brandaktuelle Themen wie das Elektro- und Elektronikgeräte-, das Lieferkettengesetz, das Barrierefreiheitsgesetz, die EUTR, REACH und Konfliktmineralien zu diskutieren.

Auch in diesem Jahr wieder dabei: Vertreterinnen und Vertreter aus der Wirtschaft, der Konsumgüterindustrie, den Marktaufsichtsbehörden und den Prüfstellen.

Sichern Sie sich Ihr Ticket bereits ab 119 € im Early-Bird-Tarif.

Weitere Informationen unter:

[Productcompliance-dialog.de](https://www.productcompliance-dialog.de)

Veranstalter

Location

Die PSI Messe rückt näher und die Vorbereitungen sind in vollem Gange – bei PSI ebenso wie bei Ausstellern und allen, die vom 11. bis 13. Januar 2022 nach Düsseldorf kommen möchten. Nach einem Jahr Pause steht fest, dass die PSI viel Neues, aber auch Bewährtes bieten wird. Dabei zu sein lohnt sich auf jeden Fall.



PSI 2022: Wichtiger denn je Aufbruch in die Zukunft

Langsam fasst die Branche wieder Tritt und mit der PSI kehrt auch ein unentbehrlicher Branchen-Event zurück. Dass die PSI 2022 in diesem besonderen Jahr die Zahlen der Vor-Corona-Zeit erreichen wird, erwartet keiner der Akteure. Vielmehr wird diese Messe auf kleinerem Raum all das kondensieren, was sie seit über 60 Jahren für die Werbeartikelwirtschaft bedeutet: der Kick-off ins neue Geschäftsjahr mit spannenden Neuheiten gestandener Unternehmen wie auch von pfiffigen Newcomern, mit vielen hochwertigen Kontakten, Networking mit alten und neuen Geschäftspartnern und dem Flair einer internationalen Business-Plattform. Dabei zu sein ist wichtiger denn je, denn es hat sich gezeigt: Die Branche braucht ihr Netzwerk und sie will ihren Event. Gerade jetzt setzt die PSI Messe ein Zeichen des Aufbruchs in eine Zukunft mit neuer Dynamik.

Besucher-Erfassungssystem „Emperia“

Für die einfache und effektive Nachbereitung der Messe wird auf der PSI das Besucher-Erfassungssystem „Emperia“ genutzt. Das komfortable, individualisierbare Tool wurde seit 2020 stetig weiterentwickelt und kann schon jetzt heruntergeladen werden (auch in Deutsch). Die Zugangsdaten stellt PSI rechtzeitig vor der Messe zur Verfügung. Die kompakte App belastet ein Gerät nicht und kann intuitiv bedient werden. Sollte die Internetverbindung einmal abbrechen, werden die Scans auf dem Gerät gespeichert und können später synchronisiert werden. Durch die Offline-Fähigkeit geht also kein Kontakt verloren. Kontakt-