

Düsseldorf · G-30212



PSI

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Januar 2021
60. Jahrgang

JOURNAL

Special
Neuheiten
2021



Und die Gewinner sind ...



Your partner in promotional eco bottles

Bottle
Promotions

Reusable
printed bottles
made from
sugarcane or
biodegradable
material

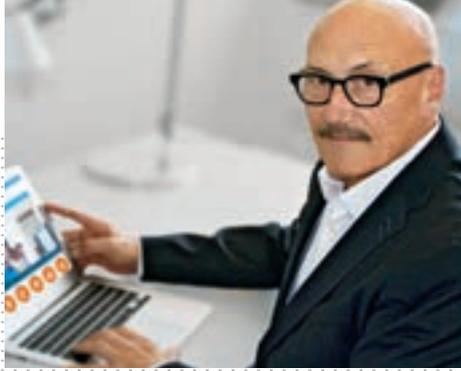
A pure
Dutch
product



*We care for
our planet*

a **Tacx** company

www.bottlepromotions.com | joy@tacx.com | carl@tacx.com



Editorial

Auf ein besseres Neues

Das Jahr 2020 war nun wirklich kein Jahr, das sich zur Wiederholung aufdrängt. Ganz und gar nicht. Gern hätten wir es uns und Ihnen erspart. Ein kleines Virus hatte etwas dagegen. Und jetzt leben wir seit fast einem Jahr mit Abstand, Masken und Infektionszahlen. Spaß macht das nicht, ist aber rein persönlich erträglich, misst man es an anderem Elend in der Welt.

Aber das dicke Ende kommt sicher noch. Bald werden neben die Infektionszahlen die Zahlen der Insolvenzen, der Arbeitslosen und der enormen Staatsschulden treten. Dann wird es noch etwas ungemütlicher. Richten wir uns also darauf ein und versuchen wir, unsere Unternehmen erfolgreich durch diese aufgewühlte See zu steuern. Hoffnung machen die vielen Aktivitäten, die real, aber auch digital aus der Branche heraus stattfinden. Ebenso die vielen Teilnehmer an den diesjährigen Sustainability Awards.

Trotz all dem: ich schätze, die Umsatzrückgänge werden gegenüber dem Vorjahr im Schnitt zwischen 25 und 30 Prozent liegen. Informationen aus vielen Telefonaten der vergangenen Wochen lassen diesen Schluss zu. Gott sei Dank, oder sagen wir in dem Fall, besser: Der Politik sei Dank, dass wir Kurzarbeit und Corona-Hilfen haben. Auch wenn nicht alles reibungslos und optimal läuft, in Europa dürfen wir stolz auf diese Instrumente sein. Sie retten auch Unternehmen unserer Branche.

Eigentlich müsste man das Jahr 2020 verabschieden und sagen: Haken dran, Mund abputzen. Das wird aber nicht gehen, denn das „winzige“ Übel namens Covid-19 wird uns noch einige Zeit begleiten. Ob uns die Maßnahmen der Regierungen gefallen oder nicht, ob wir sie für sinnvoll halten oder nicht, wir werden damit leben müssen. Hoffen wir auf ein besseres 2021, auf ein baldiges Ende von Ansteckung und Einschränkungen. Hoffen wir auf Impfstoff und Medikamente. Hoffen wir darauf, dass all unsere persönlichen und geschäftlichen Freundschaften ohne Schaden durch diese Zeit kommen.

Lassen Sie uns im Lockdown etwas ausruhen, um Kraft zu schöpfen, damit wir mit neuem Elan an die Herausforderungen gehen können. Machen wir das Beste draus. Wir vom PSI Journal sagen danke für Vertrauen und Offenheit, für Zusammenarbeit und Anregungen, für Lob und Kritik im alten Jahr – gerne zahlen wir es 2021 mit gleicher Münze zurück.

Alles Gute also für ein neues Jahr, das hoffentlich besser wird als man heute vermuten darf. Und damit Sie auch 2021 die Früchte Ihrer Arbeit genießen können – bleiben Sie bitte gesund!

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

Wir wollen Fische im Meer, keinen Müll.



Prodir is a brand of Pagani Pens SA.

**New QS40
True Biotic.**
Created by nature
for nature.



PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2021

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

<hr/>	
TRENDS & BRANDS	
.....	4
<hr/>	
MARKTFORSCHUNG	
.....	8
<hr/>	
PSI SUSTAINABILITY AWARDS 2021	
Awards 2021 unter besonderen Vorzeichen	10
Die Kategorien im Überblick	12
Die Gewinner	13
Die Jury: Geballtes nachhaltiges Know-how	20
Rückblick auf bisherige Verleihungen	22
<hr/>	
PRODUCT GUIDE	
Nachhaltige Produkte	24
<hr/>	
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	36
Zum Tode von Fritz Bauer	42
Brands Fashion gewinnt	
Deutschen Nachhaltigkeitspreis	44
<hr/>	
PSI 2021	
Kick-off für den Aufschwung	46
<hr/>	
PRODUCT GUIDE	
Neuheiten 2021	50
<hr/>	
UNTERNEHMEN	
CHOICE-CEO-Talk: „Change is our CHOICE“	78
CHOICE Neuheiten-Präsentation	80
koziol »ideas for friends: HI Collection	92
Kalfany SüBe Werbung:	
Kontinuität, Qualität, Innovationsstärke	94
<hr/>	
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	96
<hr/>	
PSI JUBILARE	
25 Jahre Mitgliedschaft	102
<hr/>	
KLEINANZEIGEN	
.....	104
<hr/>	
PSI SUPPLIER FINDER „EXTRAKT“	
Zertifikate und Siegel	104a
<hr/>	
MEINUNG	
.....	122
<hr/>	
VORSCHAU – IMPRESSUM	
.....	124



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



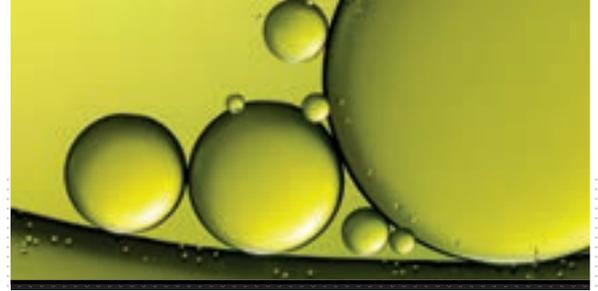
Franz

N° 2342



Fritz

N° 2346



PSI Sustainability Awards 2021 unter besonderen Vorzeichen 10

Am 12. Januar wurden im Rahmen eines digitalen Gala-Events die Gewinner der insgesamt neun Kategorien der sechsten PSI Sustainability Awards bekanntgegeben. Die persönliche Übergabe der Auszeichnungen wird dann im Rahmen der auf den 18. bis 20. Mai verschobenen PSI 2021 erfolgen. Wir stellen Ihnen die Gewinner und die erfolgreichen Initiativen, Kampagnen und Produkte auf diesen Seiten schon jetzt ausführlich vor.

PSI 2021: Kick-off für den Aufschwung 46

Das Messtrio aus PSI, PromoTex Expo und viscom wird aufgrund der aktuellen und unklaren weiteren Entwicklungen rund um die Covid-19-Pandemie erst im Mai stattfinden. Dann wird sich die Branche unter entspannteren Bedingungen endlich wieder persönlich treffen können. Wir blicken nach vorn und sprechen mit Event-Direktorin Petra Lassahn.



Neuheiten 2021 50



Auch wenn die PSI 2021 erstmals in ihrer Geschichte nicht im Januar über die Bühne geht – die Leser des PSI Journals müssen auf die Neuheitenschau Anfang des Jahres nicht verzichten. Die kreativen Köpfe der Branche zeigen sich nach wie vor sehr einfallreich, wenn es darum geht, neue Produkte und Werbeideen zu entwickeln. Hier kommt unsere Auswahl.

„Change is our CHOICE“ 78

Dieses Jahr ist alles anders! – Mit diesen Worten luden die sechs Schwesterunternehmen der CHOICE-Gruppe zu ihrem traditionellen Pressetalk. Statt an Ständen mit neuen Produktkollektionen traf man sich diesmal Corona-bedingt per Video-Talk zwar nur mittelbar, jedoch nicht weniger interessant und aufschlussreich.





Weizenstroh für den Schreibtisch

Druckkugelschreiber 8210
aus 40 Prozent Weizenstroh
HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co. KG
www.hepla.de
PSI 41583

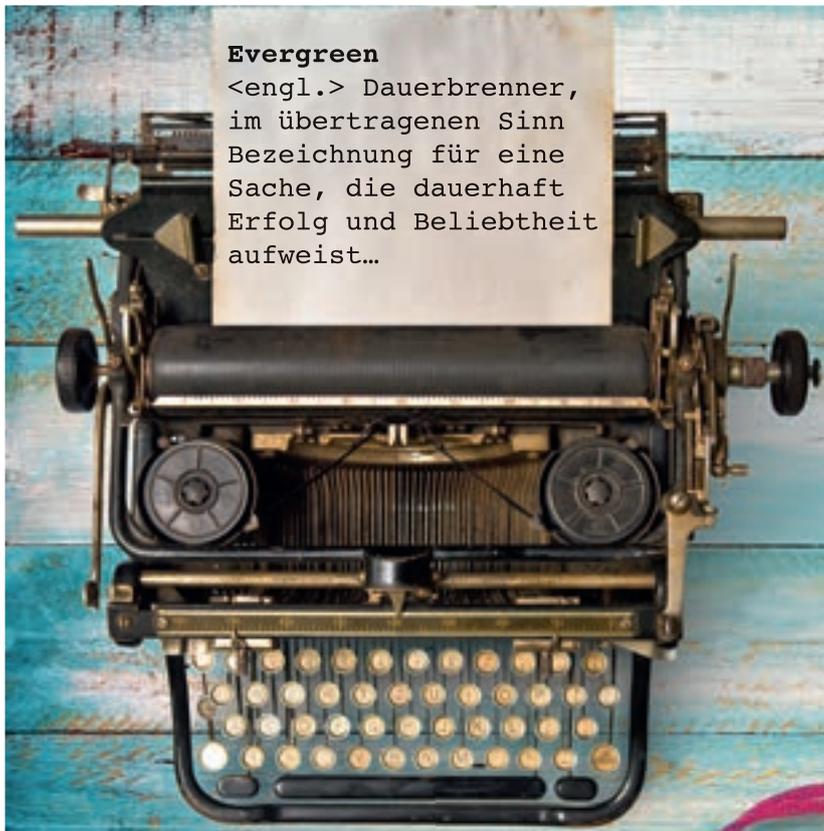


Schreibgeräte belegen unangefochten den Spitzenplatz in Sachen Werbeartikel-Liebhaber. Auch sehr beliebt sind Notizbücher. Zusammen sind sie ein echtes Dream-Team. Weitere Top-Player bietet der PSI Product Finder.



Recycling aus dem Meer

Recyceltes PET Filz Notizbuch/
WoW Sustainable Collection
INTERALL GROUP B.V.
www.interallgroup.com
PSI 41727



Evergreen

<engl.> Dauerbrenner, im übertragenen Sinn Bezeichnung für eine Sache, die dauerhaft Erfolg und Beliebtheit aufweist...

... wenn diese „Sachen“ seit Jahren die Top-Positionen im Ranking der am häufigsten eingesetzten Werbeartikel belegen und dabei auch noch nachhaltig sind – dann sind es Evergreens par Excellence.



Früher Flasche – heute Tasche

Faltshopper „Stockholm“
Fairbags GmbH
www.fairbags.de
PSI 43877



Rundum fair

„Made in Heimat“-Serie
Joytex GmbH & Co. KG
www.joytex.de
PSI 41990



Die Redewendung „eine Wucht in Tüten“ steht umgangssprachlich für „großartig sein“. Das gilt auch für Taschen, wie unsere nachhaltigen Beispiele und weitere im PSI Product Finder zeigen. Taschen erfreuen sich starker Nachfrage und stehen in der Werbeartikel-Gunst ebenfalls weit oben.

COSY AND WARM



AUTUMN AND WINTER STYLES

JACKETS & VESTS

daiber

myrtle
beach

JAMES &
NICHOLSON

HOTLINE 07432 7016-800 WWW.DAIBER.DE



„**Trendwörter** beleuchten aktuelle **Veränderungsprozesse**, indem sie soziokulturelle Dynamiken in kompakten Begriffen zusammenfassen. Als **Schlaglichter des Wandels** öffnen sie die Augen für **neue Realitäten**“, schreibt das Zukunftsinstitut auf seiner Website. Im Rahmen ihres **Zukunftsreports 2021** haben die Futurologen die wichtigsten Begriffe für das kommende Jahr benannt und aufgerufen, über das **Trendwort 2021** abzustimmen (www.zukunftsinstitut.de/artikel/zukunftsreport/wahl-trendwort-2021/).

WELCHE TRENDS WERDEN SICH DURCHSETZEN?



Der Urlaub zuhause hatte im vergangenen Jahr Hochkonjunktur – wenn auch für viele eher unfreiwillig. So wurde laut Zukunftsinstitut aus der „Vacation“ eine „Staycation“. Ein Trend, der gekommen ist und bleiben wird? Trends wie Hygge oder Tschotchke betonen den Wohlfühlaspekt in den eigenen vier Wänden. Was für den Alltag recht ist, kann auch für den Urlaub inspirierend sein.

Nicht erst der durch die Pandemie ausgelöste Verzicht auf öffentliche Verkehrsmittel hat dem Fahrrad einen Aufschwung beschert – wenngleich er ihn noch stärker gefördert hat. Von einer Fahrradrevolution spricht gar das Zukunftsinstitut und nennt diese „Velo-rotation“. In Bewegung bleiben, heißt es auch für 2021. Der Trend zur aktiven Mobilität lässt sich adäquat unterstützen.



Das Jahr 2021 wird zeigen, welche Trends sich durchsetzen werden. Es zeichnen sich viele ab. Die Werbearbeitwirtschaft, die ihre Innovationskraft nachhaltig unter Beweis zu stellen vermag (wie die PSI Sustainability Awards ab S. 10 zeigen), hat viel Potenzial, selbst Trendsetter zu sein und Zeichen zu setzen mit Blick auf eine generationsübergreifende Nachhaltigkeit. Auch Ausrufezeichen.



CD LUX

Einzelsend-Service an Ihre Kunden

Jetzt Muster und Angebot anfordern

Gratis-Layout- und Gestaltung

Frohe Ostern!



OSTERN & FRÜHLING

Ausgezeichnet Nachhaltig. 100 % Klimaneutral.

Namens-Personalisierung!
Persönlicher geht's nicht!
Mit den Namen Ihrer Kunden oder Mitarbeiter!

NEU

I ♥ MILKA
Valrhoné

Milka COCOA LIFE



NEU

Lindt SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIER SEIT 1845

NET & SPRUNGE COCOA LEARNING PROJECT

Klimaneutral Unternehmen
ClimatePartner.com/13089-1903-1001

WÄLDER™ FÜR ALLE
FSC

Das Zeichen für vorbildliche Waldbirtschaft
FSC® C112098 www.fsc.org



36

Prozent der europäischen Marken-Boycottierer nannten den Schaden für die Umwelt als Grund für ihren Boykott der Marke (Österreich 52 Prozent, Schweiz 49 Prozent, Deutschland 44 Prozent). Das ergab die aktuelle YouGov-Studie „Brand Boycotters“. yougov.de

den für die Umwelt als Grund für ihren Boykott der Marke (Österreich 52 Prozent, Schweiz 49 Prozent, Deutschland 44 Prozent). Das ergab die aktuelle YouGov-Studie „Brand Boycotters“. yougov.de

35,8 %

der Deutschen werden mit Werbebotschaften über TV erreicht. Laut einer Exklusivumfrage des Shopper Marketing Networks Offerista liegt TV im Ranking der Werbemedien damit vor Print-Prospekten und Radio. horizont.net

74 Prozent

der Deutschen sagen laut aktuellem Edelman Trust Barometer, dass Marken gesellschaftliche Probleme durch Innovationskraft, Stärke und Zusammenarbeit mit anderen gesellschaftlichen Akteuren lösen sollen. horizont.net

1 von 3

für den Trendmonitor Deutschland des Marktforschungsinstituts Nordlight Research Befragten (31 Prozent) achtet beim Kauf von Produkten und Dienstleistungen auf namhafte Markenhersteller – besonders stark innovationsorientierte Verbraucher (52 Prozent) und Großstädter (37 Prozent). trendmonitor-deutschland.de

395 Milliarden

US-Dollar werden Unternehmen im Jahr 2021 weltweit in digitale Werbung investieren - ein Plus von 14 Prozent gegenüber 2020. Das geht aus einer Prognose von Buy Shares hervor. horizont.net

10.000

Menschen (in D, E, F, GB, USA) wurden für die Studie „Vier grundlegende Veränderungen in der Werbung im Jahr 2020“ der Mess- und Analyse-Plattform für digitale Medien Double Verify zu ihrem Konsumverhalten befragt. Demnach probieren 44 Prozent neue Marken aus, nachdem sie eine relevante Werbung gesehen haben. absatzwirtschaft.de

60 Sekunden

vergehen schnell – aber in dieser Zeitspanne passiert im Internet eine Menge, wie eine Statista-Grafik auf Basis einer Schätzung von Visual Capitalist zeigt. Zum Beispiel werden 47.000 neue Instagram-Stories veröffentlicht, 41,6 Millionen WhatsApp-Nachrichten verschickt und eine Million US-Dollar E-Commerce-Umsatz generiert. horizont.net



Die Nominierten der PSI Sustainability Awards 2021

Innovator of the year

Alta Seta GmbH & Co KG
FARE – Guenther Fassbender GmbH
Halfar System GmbH
JUNG since 1828 GmbH & Co. KG
Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG
koziol ideas for friends GmbH
Lediberg GmbH
Magna sweets GmbH
Mahlwerck Porzellan GmbH
MASTER ITALIA S.p.A
mbw Vertriebsges. mbH
MYRIX GmbH
Prodir – Pagani Pens SA
Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG
Uhhh ApS
uma Schreibgeräte Ullmann GmbH
Vonmählen GmbH
XINDAO BV

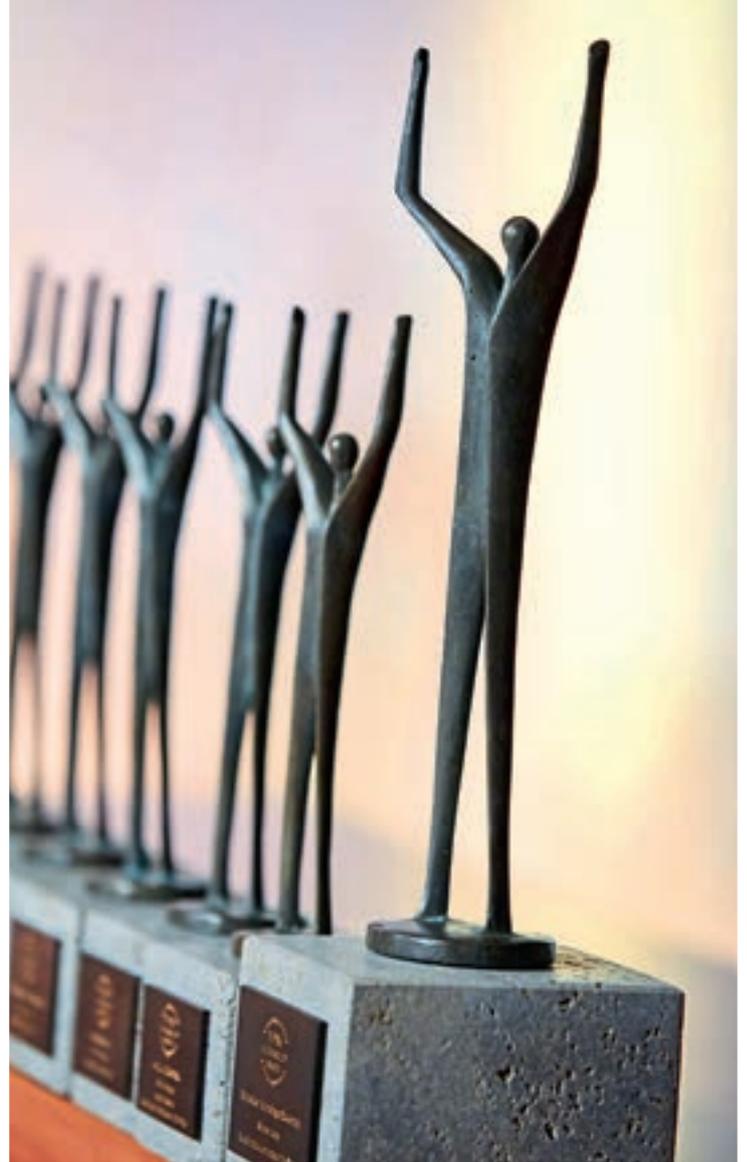
Sie sind neugierig, wer gewinnen wird? Die Bekanntgabe der Preisträger erfolgt am **12. Januar 2021**.
Weitere Infos finden Sie **unter www.psi-awards.de**.

PSI Sustainability Awards 2021 unter besonderen Vorzeichen Nachhaltigkeit gewinnt



Bereits seit Jahren demonstriert die Werbeartikelwirtschaft, dass Nachhaltigkeit ein immer größerer Bestandteil ihres Tagesgeschäfts ist. Nicht nur Produkte, auch umfangreiche Kampagnen und sogar die Strukturen ganzer Unternehmen werden inzwischen auf das Thema Nachhaltigkeit ausgerichtet. Mit den PSI Sustainability Awards bietet das PSI der Branche eine Plattform, um eindrucksvoll zu belegen, dass Werbeartikel gerade nicht

einfach produzierte Wegwerfprodukte sein müssen. Die aktuelle Corona-Krise hat das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum nochmals geschärft und dem Thema einen weiteren Schub gegeben. Allerdings hat sie auch dazu geführt, dass die Bekanntgabe der Gewinner und die persönliche Übergabe der PSI Sustainability Awards zu zwei unterschiedlichen Zeitpunkten erfolgen müssen. Am 12. Januar wurden im Rahmen eines digitalen Gala-Events die Gewinner der insgesamt neun Kategorien bekanntgegeben. Der 12. Januar wäre auch der Termin gewesen, an dem die PSI Sustainability Awards erstmals auf der PSI hätten verliehen werden sollen. So blieb es im ersten Schritt bei einer digitalen, wenn auch nicht minder feierlichen exklusiven Gala. Die persönliche Übergabe der sechsten PSI Sustainability Awards wird dann im Rahmen der auf den 18. bis 20. Mai verschobenen PSI 2021 erfolgen. Ein weiteres Novum neben der Trennung von Bekanntgabe und Verleihung ist die neue Kategorie 8 „Innovator of the Year“. In dieser von der cyber-Wear Heidelberg GmbH gesponsorten Kategorie geht es um ein nachhaltiges Produkt und seine Story. Im Vordergrund stehen dabei die Motive hinter der Nachhaltigkeit sowie die ökologische und soziale Verantwortung, die die Partnerunternehmen für ihre Produktion und Produktionsstätten mit all ihren Mitarbeitern übernehmen. Somit würdigt die neue Award-Sonderkategorie nicht nur das nachhaltige Produkt, sondern umfassend den nachhaltigen Kontext, in den es eingebettet ist. Auf den folgenden Seiten präsentieren wir die siegreichen Unternehmen mit ihren Produkten, Kampagnen und Maßnahmen, stellen die Jury vor und werfen einen Blick zurück auf die bisherigen Verleihungen. >>



Nachhaltigkeit im Überblick

Das sind die neun Kategorien

Die PSI Sustainability Awards werden in insgesamt neun Kategorien vergeben. Das ökonomische, umwelttechnische und soziale Engagement der Werbeartikelwirtschaft spiegelt sich in den ersten drei Kategorien des Branchen-Nachhaltigkeitspreises wider. Die eingereichten Zertifikate werden über ein online hinterlegtes Scoringssystem automatisch mit einer Punktezahl bewertet. Berücksichtigt werden dabei auch die Art des Unternehmens als Hersteller oder Importeur von Werbeartikeln, die Größe des Unternehmens sowie der Produktionsstandort und etwaige weitere Produktionsstätten. Je anspruchsvoller das Profil eines Zertifikats, desto höher ist die Punktezahl. In den Kategorien Environment Initiative, Social Initiative, Sustainable Product, Sustainable Campaign und Innovator of the Year geht es um soziale und ökologische Initiativen, einzelne Produkte, Produktsets, Produktlinien und Kampagnen. Die Einreichungen werden von einer Jury bewertet. Der Gesamtsieger ergibt sich aus der Addition der erreichten Punkte in den Einzelkategorien 1 bis 8.

Kategorie 1: Economic Excellence 2021

Um das Qualitätsmanagement von Unternehmen geht es in der Kategorie Economic Excellence der PSI Sustainability Awards. Bewertet werden bestehende Zertifikate zum Qualitätsmanagement eines Unternehmens sowie über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehende Zertifikate zum Qualitäts- oder Sicherheitsmanagement von Produkten des Unternehmens – entweder aus eigener Herstellung oder als exklusive Importprodukte.

Kategorie 2: Environmental Excellence 2021

Die Kategorie Environmental Excellence rückt bestehende Zertifikate zum Umweltmanagement sowie bestehende Zertifikate zu aus ökologischer Sicht nachhaltigen Produkten eines Unternehmens in den Fokus – entweder aus eigener Herstellung oder als exklusive Importprodukte.

Kategorie 3: Social Excellence 2021

Um die Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten geht es in der Kategorie Social Excellence. Bewertet werden dabei entsprechend bestehende Zertifikate.

Kategorie 4: Environment Initiative 2021

In der der Kategorie Environment Initiative dreht sich alles um eigene Umweltinitiativen oder selbstentwickelte Umweltstandards (nicht-zertifizierte betriebsinterne Eigeninitiativen wie beispielsweise Investitionen in Maschinenpark und Arbeitsbedingungen unter ökologischen Aspekten, Energiesparmaßnahmen und Reduktion des CO₂-Abdrucks, Recycling, Müllreduktion, Reduktion des Wasserverbrauchs, Reduktion belastender Chemikalien und Abwässer, Green IT, Photovoltaik-Anlagen).

Kategorie 5: Social Initiative 2021

Eigene soziale Initiativen eines Unternehmens oder selbstentwickelte Sozialstandards (kulturelle, soziale und gesundheitsfördernde Zusatzangebote für die Belegschaft, praktizierte Diversity, Inklusion sowie soziales und kulturelles Engagement für Kommunen/Regionen und/oder karitatives Engagement, Spenden, Hilfsprojekte etc.) werden in dieser Kategorie bewertet.

Kategorie 6: Sustainable Product 2021

Eigene Herstellung oder exklusives Importprodukt: Hier überzeugt, wer bestehende Zertifikate zu aus ökologischer Sicht nachhaltigen Produkten seines Unternehmens vorzuweisen hat.

Kategorie 7: Sustainable Campaign 2021

Die Kategorie Sustainable Campaign rückt Marketingkampagnen in den Fokus, in deren Rahmen ein ökologischer Werbeartikel Bestandteil von mehreren aufeinander abgestimmten Kommunikations- und Werbemaßnahmen ist.

Kategorie 8: Innovator of the Year 2021

Neu ab 2021 ist die Awards-Sonderkategorie: In dieser von der cyber-Wear Heidelberg GmbH gesponsorten Kategorie geht es um ein nachhaltiges Produkt und seine Story, eingereicht von einem nachhaltig aufgestellten Unternehmen. Der Konsument soll von der Geschichte des Produktes erfahren, von seinen Bestandteilen und der Zusammensetzung der Materialien, über die Produktionsstätten und die Menschen, die diese Artikel herstellen. Und natürlich auch über den ökologischen Fußabdruck des Produktes und seine Reise, die es bis zu seinem Bestimmungsort zurücklegt.

Kategorie 9: Sustainable Company of the Year 2021

Der Gewinner dieser Kategorie ergibt sich aus der Addition der Punkte in den Einzelkategorien 1 bis 8.

Die Gewinner der PSI Sustainability Awards 2021



Kategorie 2: Environmental Excellence 2021

Gewinner: Schneider Schreibgeräte GmbH ...

... ist mit einer umfassenden und hochwertigen Zertifizierung vorbildlich aufgestellt und hat ihre ökologische Exzellenz unterstrichen. Darüber hinaus konnte das Unternehmen mit einer Environment Initiative punkten.

Platz 2: Karl Knauer KG

**Platz 3: Klio-Eterna Schreibgeräte
GmbH & Co. KG**



WINNER



WINNER

Kategorie 1: Economic Excellence 2021

Gewinner: Karl Knauer KG ...

... hat ihre umfangreiche Zertifizierung konsequent weiterentwickelt und mit einem detaillierten jährlichen Reporting die kontinuierlich nachhaltige Entwicklung des Unternehmens besonders transparent dokumentiert.

Platz 2: Halfar System GmbH

Platz 3: PROMIDEA SRL



Kategorie 3: Social Excellence 2021

Gewinner: Halfar System GmbH ...

... konnte trotz der besonderen sozialen Herausforderungen in diesem Jahr ihr Social-Excellence-Profil in den Bereichen Mitarbeiterförderung, Familienfreundlichkeit, Inklusion und Integration weiter schärfen.

Platz 2: uma Schreibgeräte Ullmann GmbH

Platz 3: PROMIDEA SRL

Kategorie 4: Environment Initiative 2021

Gewinner: Halfar System GmbH ...

... wird für das umfangreiche Umweltkonzept ihres neuen Logistikzentrums ausgezeichnet, das zu deutlichen CO₂-Einsparungen führt. Als ursächlich dafür nennt Halfar etwa die überdurchschnittliche Gebäudedämmung, eine energieeffiziente Öko-Gasheizung und eine PV-Anlage mit 70 kWp + 24 kWh Stromspeicher + Ökostrom. Das Umweltkonzept schafft darüber hinaus 1.500 Quadratmeter Lebensraum für Pflanzen, Vögel und Insekten. Dazu sieht das Konzept die Anlage von Magerwiesen, Stein- und Holzhaufen, einer Wasserfläche und Sandlinse, einer Natursteinmauer sowie den Anbau alter Obstsorten und weiterer Pflanzen vor, die als Nahrungsquelle für Wildtiere dienen. „Der ganzheitliche Ansatz zu allen Belangen der Nachhaltigkeit ist einzigartig und wird überzeugend gelebt“, begründet die Jury ihre Entscheidung, warum bei ihr die Initiative „Kooperative Vielfalt – sichtbar gemachte Nachhaltigkeit anhand des Umweltkonzept zum neuen Halfar Logistikzentrum“ überdurchschnittlich gut punktete.

Platz 2: terminic GmbH (Initiative: Artenvielfalt schützen – ein Herzensprojekt)

Platz 3: Karl Knauer KG (Initiative: Umweltorientierung und Nachhaltigkeit bei Karl Knauer)

Kategorie 5: Social Initiative 2021

Gewinner: Karl Knauer KG ...

... unterstützt die Vereinbarkeit von Familie und Beruf als eine wichtige Komponente des Wertesystems. Dazu leistet die 2011 von der Karl Knauer KG, HYDRO Systems KG und der Gemeinde Biberach gegründete Kindertagesstätte „Fliegerkiste“ einen konkreten und wichtigen Beitrag. Seit 2020 engagiert sich das Unternehmen zudem für den Natur- und Umweltschutz. In Kooperation mit Bienenmartins Imkerei hat es eine 2.600 Quadratmeter große Bienenweide angelegt und unterhält ein eigenes Bienenvolk mit Bienenkästen. Den eigenen Karl Knauer-Honig haben die Auszubildenden bei einem Ausflug in die Imkerei händisch abgefüllt. Den PSI Sustainability Award 2021 erhält die Karl Knauer KG für ihre Initiative Kindertagesstätte „Fliegerkiste“ und Umweltprojekt Bienenweide, „die Nachhaltigkeit mit Landschaftsökologie und Bildung clever verknüpft“, so die Jury, die die „konkrete Einbindung von Mitarbeitern und Kommune“ lobte.

Platz 2: BIC GRAPHIC EUROPE S. A. (Initiative: TERRACYCLE PATROL)

Platz 3: uma Schreibgeräte Ullmann GmbH (Initiative: Nachhaltig Bärige-Aktion)

Die Gewinner der
**PSI Sustainability
Awards 2021**



WINNER



WINNER

Die Gewinner der PSI Sustainability Awards 2021



WINNER

Kategorie 6: Sustainable Product 2021

Gewinner: blvck GmbH ...

... wird für ihr von der Jury als „wirkvolles, nachhaltiges und einprägsames Werbemittel“ beurteiltes Produkt ausgezeichnet: den Pferdeapfel Bio Naturdünger. „Wenn auch nicht überall einsetzbar“, so die Begründung, handele es sich dennoch um „ein natürliches Produkt, einen nutzenorientierten Werbeartikel und einen Produktionsprozess, der mit Akribie und Herzblut entwickelt wurde.“

Platz 2: tobra GmbH & Co. KG

(2 in 1 Handyständer flipster®)

Platz 3: FARE – Guenther Fassbender GmbH

(Mini-Taschenschirm ÖkoBrella Shopping)

Kategorie 7: Sustainable Campaign 2021

Gewinner: cyber-Wear Heidelberg GmbH ...

... wurde von der Deutschen Bahn beauftragt, für die Kampagne #starkeschiene „Werbemittel mit dem Fokus Nachhaltigkeit und ‚Made in Germany‘ zu entwickeln“. Die Kampagne soll dazu beitragen, mehr Verkehr auf deutsche Schienen zu bringen – für das Klima, für die Menschen, für die Wirtschaft und für Europa. Die passende Merchandise-Collection hat cyber-Wear geliefert: einen Druckkugelschreiber aus recyceltem PET-Material, eine Trinkflasche, eine Art Box, Obst- und Gemüsebeutel, einen Mehrwegbecher, die „Gute Schokolade“, ein Bienenwachstuch, einen Bleistift und einen Schreibblock aus Graspapier. Alle Artikel finden ihren Nutzen im Alltag, sind nachhaltige Alternativen sowie Träger einer ökologischen Botschaft, echte Eyecatcher und bieten gleichzeitig attraktive Werbeflächen. Das Fazit der Jury: „Eine kreative Kampagne mit pfiffigen Produkten und einem ganzheitlich klar erkennbaren Nachhaltigkeitsansatz.“

Platz 2: PROMIDEA SRL (Tender LOOP campaign)



WINNER

Kategorie 8: Innovator of the Year 2021

Gewinner: FARE – Guenther Fassbender GmbH ...

... wird in der neu geschaffenen Kategorie „Innovator of the Year“ für die Umstellung des Werbemittels Schirm in Watersafe ausgezeichnet. Um Klima und Umwelt zu schützen und den Herausforderungen gerecht zu werden, hat bei FARE ein neues und revolutionäres Färbeverfahren Einzug gehalten: Jedes neue Modell der Style-Serie, den Colorline-Schirmen und dem neuen FARE®-Steel ist mit dem waterSAVE Bezug aus STANDARD 100 by OEKO-TEX® zertifiziertem Material aus recycelten Kunststoffen ausgestattet. Das neue Färbeverfahren senkt den Verbrauch von natürlichen Ressourcen, Energie und sorgt auch für eine massive Reduzierung der Umweltbelastung durch schädliche Stoffe. Faktisch bedeutet das eine Emissionssenkung von mehr als 60 Prozent, eine Energiereduktion von bis zu 70 Prozent, gut 98 Prozent weniger Klärschlamm und es werden fast sechs Liter pro Schirm an Wasser eingespart. Den Schirmspezialisten ist es gelungen, durch das Dope dyed-Verfahren plus Material aus recyceltem Kunststoff aus einem vermeintlich einfachen Regenschirm ein sehr nachhaltiges Produkt zu machen, urteilte die Jury: „Die Idee, Schirme auf maximale Haltbarkeit auszulegen, ist klasse.“

Platz 2: JUNG since 1828 GmbH & Co. KG (Gleisdrops)

Platz 3: Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG (Jokey Office Paket)

Kategorie 9: Sustainable company of the Year 2021

Gewinner: Halfar System GmbH ...

... wird nicht nur aufgrund zweier gewonnener Einzelkategorien als nachhaltiges Unternehmen 2021 und damit als Gesamtgewinner ausgezeichnet. Die „Sustainable Company of the Year 2021“ zeigt als Unternehmen, dass es die drei Aspekte der Nachhaltigkeit auf höchstem Niveau miteinander verbindet. So konnte sich Halfar erstmalig mit Zertifizierungen und Audits in allen drei Säulen der Nachhaltigkeit (Economic – Environmental – Social) die Auszeichnung „Sustainable Company of the Year“ sichern.

Platz 2: Schneider Schreibgeräte GmbH

Platz 3: Karl Knauer KG

Die Gewinner der
PSI Sustainability Awards 2021



Die Gewinner der PSI Sustainability Awards 2021



Sonderpreis Jury 2021

SurvivALL ...

... erhält den Sonderpreis Jury für die Umweltinitiative „SurvivALL Project“, die sich für saubere Ozeane bis in die Tiefe einsetzt (wo sich über 90 Prozent des Plastikabfalls im Meer befindet) und zur Gewinnung nachhaltiger Energie und Treibstoff aus Abfall beiträgt. Die Haupttechnologie dahinter ist die katalytische drucklose Verölung (KDV) von Alphakat/Dr. Koch. Mit der Initiative sollen signifikante Verbesserungen der Wetterbedingungen geschaffen, Trinkwasser für alle gewonnen und dem steigenden Meeresspiegel entgegengewirkt werden. „Ein zukunftsweisendes Projekt, das über die Werbeartikelwirtschaft hinaus relevant ist“, befand die Jury. Die Mitglieder waren sich einig, dass diese Initiative, dieses Projekt „unbedingt geehrt werden muss“, auch wenn es nicht um Werbeartikel im klassischen Sinne, jedoch um das Thema Plastik geht.

Sustainable Product 2021

Categories

Sustainable Product 2021

– Category Product Set

PS Concepts GmbH ...

... gewinnt mit der nachhaltigen Version des „Schirm & Shopper Set“ – dem „WE CARE“ Mini super slim Regenschirm mit Einkaufstasche, beides aus hochwertigem Polyester Pongee aus recyceltem Material. Die Spezialhülle mit Reißverschluss ergibt umgedreht eine Einkaufstasche mit Schirmfach unten, zum Trocknen und sicheren Verstauen des nassen Schirms. Nachhaltig ist dabei nicht nur der Bezugsstoff. Auch die Hauptteile aus Kunststoff wie Spitzen, Schieber, Zwinge und Klappe sind aus recyceltem Material. Das hat die Jury überzeugt.



Sustainable Product 2021 Categories

Sustainable Product 2021 – Category Product Line

SLODKIE UPOMINKI Sp. z o. o. sp. k. ...

... hat mit "Fit&Healthy" gewonnen. Ob zuckerfreie Lutscher, mit Agavensirup gesüßte Cookies oder UTZ-zertifizierte belgische Schokolade: Bei SLODKIE UPOMINKI gehen hochwertige Produkte und biologisch abbaubare Verpackung Hand in Hand. Alle Boxen bestehen aus 100 Prozent recyceltem, FSC-zertifiziertem Papier. Die Produkte werden in umweltfreundlichem Cellophan verpackt – zertifiziert nach PEFC, FSC, USDA, Compostable, BPI, TUV OK Compost Home. Transparente Cups mit Deckel sind aus PLA auf Basis von Mais- und Weizenstärke gefertigt. Lutscherstiele bestehen zu 100 Prozent aus Papier. Das „innovative Verpackungsdesign mit einer süßen nachhaltigen Botschaft“ hat die Jury überzeugt.

Sustainable Product 2021 – Category Writing Instruments

Schneider Schreibgeräte GmbH ...

... konnte sich mit „Reco“ an die Spitze setzen. Der erste Kugelschreiber, der mit dem weltweit bekannten Umweltzeichen „Blauer Engel“ ausgezeichnet ist, überzeugt durch seine besonders umwelt- und ressourcenschonende Herstellung. Das Gehäuse besteht aus 92 Prozent recyceltem Kunststoff. Der Reco ist mit einer auswechselbaren Großraummine Eco 725 M ausgestattet, deren Gehäuse ebenfalls aus recyceltem Kunststoff hergestellt wird und damit zusätzlich endliche Ressourcen schont. Die Jury war sich einig: „Sicherlich einer der nachhaltigsten Kugelschreiber auf dem Markt“.



Die Gewinner der PSI Sustainability Awards 2021



Die Gewinner der PSI Sustainability Awards 2021



Sustainable Product 2021

– Kategorie Textile

Manufacturas Arpe, S.L. ...

... wird für die Community Mask SKUT ausgezeichnet. Die gemäß UNE 0065:2020 produzierten wiederverwendbaren Masken können bis zu 20 Mal bei 60 °C gewaschen werden, ohne ihre Wirksamkeit zu verlieren. Manufacturas Arpe setzt auf 100 Prozent erneuerbare Energien und ist nach ISO 14001, ISO 9001 sowie OEKO-TEX STANDARD 100 Class I zertifiziert. Die Maske ist frei von Schadstoffen und damit auch für (Kleinst-)Kinder geeignet, bestätigt Manufacturas Arpe. Das Material besteht aus 100 Prozent Post-Consumer recycelten PET-Flaschen nach GRS.

Sustainable Product 2021

– Kategorie Paper

Hanbückers Werbung GmbH ...

... konnte sich mit dem inpoka (R) falt-Wandplaner behaupten. Das spezielle, geschützte Kalenderdesign wurde für den portosparenden Dialogpostversand optimiert. Die Kalender werden auf FSC-zertifizierter Kartonage oder auf 100 Prozent Recyclingkarton gedruckt. Seit 2020 gibt es zudem ein Add-on: der optional integrierte Urlaubsplaner für kleine Teams oder eine zweite große Werbefläche unten. Ebenfalls neu ist die Möglichkeit, die Kalender mit antimikrobiellem Lack oder antibakterieller Folienkaschierung zu versehen. „Ein gut durchdachtes Produkt, das praktischen Nutzen und nachhaltige Ideen miteinander überzeugend in Einklang bringt“, urteilte die Jury.



Sustainable products recommended by PSI

• Manufacturas Arpe, S.L.	Promotional Eco-designed Cushion
• Samoa GmbH	BIO-Autoreifentüte
• Sprout World	Sprout Pencil
• mbw Vertriebsgesellschaft mbH	MiniFeet RecycleBär
• Lindocastelli GmbH	Palm Crush
• Premium Square Europe B.V.	Upprett
• PS Concepts GmbH	Shopping BAG +

Die Jurymitglieder hatten bei der Bewertung der Sustainable Products die Möglichkeit, ein Produkt, das sie persönlich empfehlen würden, gesondert zu markieren.

Über die erst-, zweit- und drittplatzierten Unternehmen hinaus gibt es selbstverständlich weitere Lieferanten mit Zertifikaten und Siegeln. Eine Übersicht über diese Unternehmen ist ab Seite 104a in dieser Ausgabe zu finden.

Die Jurymitglieder im Einzelnen

Geballtes nachhaltiges Know-how

Die Jury beurteilt und bewertet alle Kriterien, die nicht durch offizielle Zertifikate oder Qualitätssiegel dokumentiert sind. Das betrifft sowohl die einreichenden Unternehmen und ihre dokumentierten Eigeninitiativen als auch die eingereichten Produkte sowie Marketingkampagnen. Wir stellen die Jury-Mitglieder im Einzelnen vor:

Julian Ekelhof, Director CO2OL Climate Solutions

... ist Experte für nachhaltige Geschäftsmodelle, Klimaneutralität und Nachhaltigkeitsberichterstattung und entwickelt für Geschäftskunden individuell angepasste Nachhaltigkeitslösungen und effektive Klimaschutzkonzepte. Dies beinhaltet die Prozesse zur Erstellung und langfristigen Realisierung transparenter Lieferketten.



Karsten Schmidt, Director Corporate Procurement, Facility and TQM, Bertrandt AG

... ist mit den jeweiligen Teams für alle strategischen und operativen Fragen in seinem Verantwortungsbereich innerhalb der Bertrandt-Gruppe verantwortlich.



Anja Späker, Director Publishing, Reed Exhibitions Deutschland GmbH

... ist für den Unternehmensbereich Publishing verantwortlich. Ihr Tätigkeitsschwerpunkt liegt auf dem Cross Media Produktmanagement sowie der Vermarktung von Mitglieder- und Aussteller-Verzeichnissen, Newslettern, Fachmagazinen.



Lutz Gathmann, Designer

... ist staatlich geprüfter Techniker für Gestaltung und Industriedesigner und besitzt auch rund um das Thema Nachhaltigkeit Expertise. Zudem ist er in Sachen Produktsicherheit ausgewiesener Experte. Mit seinem umfassenden Know-how unterstützt er bereits seit Jahren die PSI Sustainability Awards als Jurymitglied.



Melissa Streif, Risikomanagement Consultant, Warth und Klein Grant Thornton

... ist im Bereich Governance, Risk, Compliance & Technology als Prozessspezialistin tätig. Ihr Fokus liegt auf der Beratung namhafter mittelständischer Unternehmen zu nachhaltiger Digitalisierung, Optimierung und Automatisierung von Prozessen.



Daniele Murgia, Partner, 2bdifferent

... ist Experte für Nachhaltigkeit in der Event-, Messe-, Kongress-, Festival- und Sportbranche. Er bietet umfassende Beratung für Unternehmen, Verbände, Organisationen, Veranstalter und Agenturen.



Dr. Jens Wiggershaus, Group Communications & Public Affairs, RWE AG

... ist Teamleiter für Corporate Responsibility und verantwortlich für alle übergreifenden Nachhaltigkeitsthemen in der RWE-Gruppe. Er koordiniert mit seinem Team alle relevanten Berichtsprozesse sowie die Teilnahme an ESG-Ratings.



Daniela Rau, PR und Live-Kommunikation, Deutsche Bahn AG

... ist zuständig für Content-Steuerung-Projekte und Influencerkampagnen als auch Veranstaltungen, zudem für die Auswahl und das Handling nachhaltiger Konzernwerbemittel. Sie berät konzernweit Geschäftsfelder in diesem Rahmen.



Als staatlich geprüfter Techniker für Gestaltung und Industriedesigner hat Lutz Gathmann den Blick für das Ästhetische. Und nicht nur dafür. Er besitzt auch rund um das Thema Nachhaltigkeit

Expertise. So hat er bereits vor gut 25 Jahren nachhaltige Brillen aus nachwachsenden Rohstoffen entwickelt – mit Fassungen aus

Baumwolle, die auch vor Hautallergien schützen sollten. Zudem ist Lutz Gathmann in Sachen Produktsicherheit ausgewiesener Experte. Mit seinem umfassenden Know-how unterstützt er bereits seit Jahren die PSI Sustainability Awards als Jurymitglied.

Lutz Gathmann

„Nachhaltigkeit ist keine Marketingaktion“

Welchen Stellenwert haben die PSI Sustainability Awards und das Thema Nachhaltigkeit in der Werbeartikelbranche inzwischen?

Meiner Überzeugung nach sind die Awards aus der Werbeartikelbranche nicht mehr wegzudenken. Sie sind für uns alle, die wir in der Branche arbeiten, Ansporn und Mahnung zugleich.

Wie schwer ist es, Nachhaltigkeit in der Werbeartikelbranche wirklich umzusetzen?

Es ist sehr schwer, da sollten wir uns besonders in Bezug auf die Kontrolle und Überprüfung der Lieferketten nichts vormachen. Andererseits gibt es viele – manchmal kleine – Verbesserungen, die wir in jedem Unternehmen machen können und die in der Summe auch eine große Wirkung zeigen können. Doch das erfordert von uns ein Umdenken oder Neudenken bzw. Neulernen gewohnter Abläufe und Prozesse und das ist oft besonders schwierig.

Was zeichnet die Einreichungen dieses Jahres aus? Unterscheiden sie sich von denen der letzten Jahre?

Die Einreichungen sind komplexer geworden. Meiner Meinung nach zeigt sich damit, dass, wenn erst einmal ein Anfang in Bezug auf Nachhaltigkeit gemacht wurde, auch eine große Eigendynamik des Themas entsteht.

Warum unterstützen Sie das PSI als Jurymitglied dabei, das Thema Nachhaltigkeit in der Branche zu fördern?

Weil ich der festen Überzeugung bin, dass die Branche, wie alle Lebensbereiche auch, sich diesem Thema nicht entziehen kann, wenn sie eine Chance für die Zukunft haben will.

Warum liegt Ihnen persönlich das Thema Nachhaltigkeit am Herzen?

Weil wir ohne Nachhaltigkeit als Menschen auf diesem Planeten keine Zukunft haben werden. Nur wenn wir es schaffen, mit den Ressourcen aller Art sinnvoll und schonend umzugehen, kann es uns eventuell noch gelingen.

Was würden Sie der Branche abschließend gerne in Sachen Nachhaltigkeit mitgeben?

Nachhaltigkeit ist keine Marketingaktion, sondern erfordert viel Wissen, Arbeit und auch Geld. Darum möchte ich alle Menschen, die in dieser Branche arbeiten und besonders die, die Verantwortung für Unternehmen tragen, dringend bitten, die Nachhaltigkeit zu einem wichtigen Ziel ihres Handelns und zum Unternehmensziel zu machen. Für ihre eigene und unser aller Zukunft.

Auch die übrigen Jurymitglieder haben sich im Gespräch dazu geäußert, wie sie die Branche in Sachen Nachhaltigkeit aufgestellt sehen, welche Werbeartikel sie sich auf Messen wünschen oder wie Corporate Social Responsibility die Werbeartikelbranche verändern wird. Alle Videos dazu gibt es auf www.planet-advertising.com.



Sechs Jahre Branchen-Nachhaltigkeitspreis

Glückliche Gewinner, glanzvolle Galas



Exklusive Auszeichnung, um Nachhaltigkeit messbar zu machen

Die PSI Sustainability Awards wurden erstmals im September 2015 in insgesamt acht Kategorien vergeben. Ins Leben gerufen wurden sie von PSI als exklusive Auszeichnung für den Werbearbeitmarkt, mit der sich die Gewinner vom Wettbewerb abheben können sollen. Ihr Ziel: Nachhaltigkeit messbar zu machen und die PSI Sustainability Awards zur Qualitätsmarke zu entwickeln. Von Beginn an ging es darum, hohe Standards zu setzen, damit der Preis bei den Anwendern von Werbearbeitern Anerkennung findet und dadurch den Gewinnern Nutzen bringt.

Exklusive Abendgalas

Den feierlichen Rahmen für die Premierenveranstaltung 2015 bot der Festsaal der Classic Remise, Düsseldorf, ein denkmalgeschützter Ringlokschuppen aus den frühen 1930er-Jahren. Vom Festsaal der Classic Remise wechselte die exklusive Abendgala ins neoklassizistische Wiesbadener Kurhaus.



Von 2016 bis 2019 fand die Verleihung der PSI Sustainability Awards im Wiesbadener Kurhaus statt.

Illustre Gäste, gespannte Atmosphäre und ein prachtvolles Ambiente waren und sind die idealen Zutaten für eine glanzvolle Preisverleihung.

Ausgiebig netzwerken und über Nachhaltigkeit austauschen - auch das zeichnet die Verleihung der PSI Sustainability Awards aus.

Zu einem gelungenen Gala-Event gehört auch Live-Musik. 2019 brillierten Alexandra Kruijt und Viola Proietti vom PSI Team.



Erweiterung um PSI Sustainability Summit

Die Verbindung von Verantwortung und nachhaltiger Markenführung wird seit 2018 durch den am Nachmittag vor der feierlichen Preisverleihung der PSI Sustainability Awards stattfindenden PSI Sustainability Summit ergänzt, der ganz den eng verzahnten Themen Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility gewidmet ist. Hier treffen Branchenvertreter und Repräsentanten aus der Wirtschaft zusammen, um sich zu Leitthemen auszutauschen und Lösungsansätze zu skizzieren, denn immer mehr Lieferanten und Werbeartikelhändler finden Nachhaltigkeit wichtig bis sehr wichtig.

Persönliche Awards-Übergabe auf der PSI 2021

Persönlich übergeben werden die sechsten PSI Sustainability Awards erstmals unter dem Dach der PSI, die dann selbst zur großen Bühne der Nachhaltigkeit wird. Damit kommt PSI dem Wunsch vieler Teilnehmer nach, die Awards näher an die Branche zu rücken. Dementsprechend werden alle ausgezeichneten Einreichungen zudem an allen drei Messetagen vor Ort zu sehen sein. <