

PSI JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeatikel

Februar 2022

61. Jahrgang

-Anzeige-



Die Handschrift der Werbung



uma NATURALS – so schreibt man klimaneutral
25 Modelldesigns · 6 verschiedene Materialien · nachhaltig zertifiziert

Mehr erfahren unter: uma-naturals.com

NATURALS

CDLUX

NEU



Lindt
HELLO

NEU



TIPP



Lindt
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIER
SET 1945

TIPP



OSTERN & FRÜHLING

Ausgezeichnet nachhaltig. 100 % klimaneutral.



NEU



NEU

Gras-Papier
Karton mit 25 %
Grasanteil



LINDT & SPRÜNGLI
COCOA
BERLINING PRIMA
Lindt
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIER
SET 1945

TIPP



NEU



Klimaneutral
Unternehmen
ClimatePartner.com/13089-1903-1001

FSC
WÄLDER
FÜR IMMER
FÜR ALLE

Das Zeichen für vorbildliche Waldbirtschaft
FSC® C112998 www.fsc.org

PSI

JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

Februar 2022

61. Jahrgang



Besonders
besorgniserregende
Stoffe (SVHC)

PSI Sustainability Awards 2022

Alle Kategorien
und Nominierten

Product Guide

Ostern, Garten, Hobby,
Handwerk

Ökologische und
nachhaltige Produkte

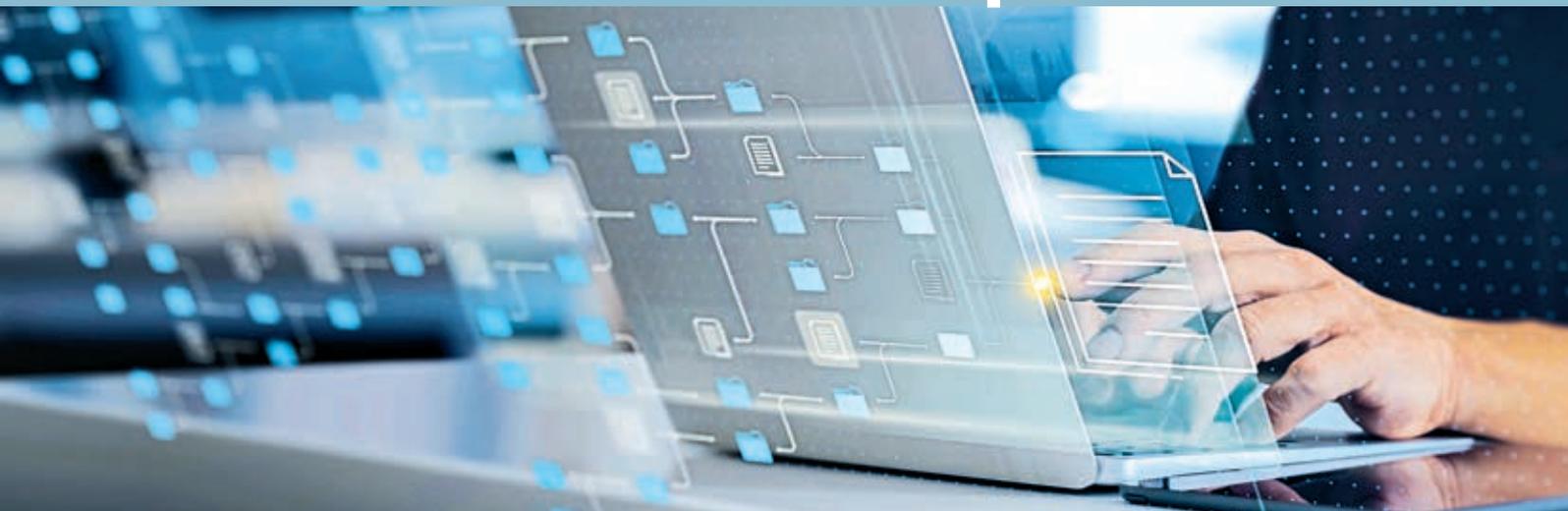
25 Jahre e!xact

Zauberwürfel
und noch viel mehr

Ein Jahrhundert Döbler

Kreativ, individuell,
erfolgreich

SCIP Datenbank schafft Transparenz



CD LUX

NEU



Ritter Sport mini



Milka



TIPP



UNSER KAKAO FÜR DIE BESTE RITTER SPORT ALLER ZEITEN



Ritter Sport

Einzelversand-Service an Ihre Kunden

Jetzt Muster und Angebot anfordern

Gratis Layout und Gestaltung

TIPP



Lindt SCHWEIZER MÄTTE CHOCOLATIER SEIT 1845

WERBUNG MIT GENUSS

Ausgezeichnet nachhaltig. 100 % klimaneutral.

TIPP

Gras-Papier
Karton mit 25 %
Grasanteil



Lindt SCHWEIZER MÄTTE CHOCOLATIER SEIT 1845



UTZ Certified Kakao



UTZ & SPRÜNGLI COCOA RAINING PROGRAM

Lindt SCHWEIZER MÄTTE CHOCOLATIER SEIT 1845

NEU



Ritter Sport



UTZ & SPRÜNGLI COCOA RAINING PROGRAM



I ♥ MILKA Pulver

Milka

LOCOZ LIFE



FERRERO ROCHER



WÄLDER™ FÜR IMMER FÜR ALLE

Das Zeichen für vorbildliche Waldwirtschaft
FSC® C112998 www.fsc.org

Klimaneutral Unternehmen
ClimatePartner.com/13089-1903-1001



Editorial

Wir sind der Weizen

Fast 60 Jahre lang war es die Februar-Ausgabe des PSI Journals, die voller Messeberichte war: Neuheiten, Firmen, Personen, Verbände, Strategien und vieles mehr. Wer hätte je gedacht, dass dies durch ein mikroskopisch kleines Virus mal anders sein könnte. Nun ist es schon das zweite Jahr, in dem die Februar-Ausgabe nicht die gewohnte Nach-Messe-Ausgabe ist.

Aber es gibt Hoffnung. Omikron scheint nicht so gefährlich zu sein, wie seine Vorgänger-Varianten es waren. Ein Großteil der europäischen Bevölkerung ist geimpft und geboostert – täglich werden es mehr. Geriet die Politik vor einem Jahr bei einer Inzidenz von 100 noch in Panik, so hat man inzwischen gelernt, dass unter den heutigen Bedingungen weit höhere Inzidenzen ein halbwegs normales Leben ermöglichen und ermöglichen müssen. Es gibt auch wissenschaftliche Erkenntnisse, dass die Omikron-Variante zwar schneller kommt, aber auch schneller wieder auf dem Rückmarsch ist.

Alles ein Umfeld, das uns auf eine schöne und erfolgreiche Frühlings-PSI Ende April hoffen lässt. Ziemlich genau zu eben dieser PSI werden die Bäume wieder grüne Blätter treiben, Sträucher und Blumen sich wieder mit Blüten schmücken. Die Tristesse der Wintermonate verabschiedet sich. Unsere Stimmung wird besser, wir werdenmunterer und voller Energie sein. Corona hat uns gelehrt, eher das Gute zu sehen und das Richtige zur richtigen Zeit zu tun.

Ja, zurzeit ist die Werbeartikelwirtschaft europaweit wieder etwas ausgebremst. Es fehlen Veranstaltungen der Kunden, Budgets werden wieder etwas zurückgehalten, Werbung hat in Zeiten von Homeoffice und Impfnachweisen nicht gerade Hochkonjunktur. Das wird sich aber bald ändern. Je mehr der Frühling und damit die Sonne die Oberhand gewinnen, um so mehr werden auch gebeutelte Branchen wieder aufleben und erstarken. Die Menschen wollen es einfach. Die Evolution hat uns nicht zu Maske und Abstand erzogen. Wir wollen uns wieder sehen und anfassen – nicht anboxen.

Deshalb bin ich auch sehr zuversichtlich, dass wir bald wieder Licht am Horizont sehen. Wir müssen es aber auch an uns ranlassen und mutig voran gehen. Hie und da wird behauptet, Corona trenne die Spreu vom Weizen. Wenn da was Wahres dran ist, dann wollen wir zum Weizen gehören – zu denen, die die Zeit genutzt haben, um sich besser und zukunftsfähiger aufzustellen. Zu denen, die die Nase vorne haben, wenn Wirtschaft wieder Gas gibt. Ich freue mich schon jetzt, Sie alle auf der PSI vom 26. bis 28. April in Düsseldorf wieder zu sehen.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de

Hörst du es, das Meeresrauschen?



Prodir is a brand of Pagine! Pens SA.

**Der neue DS5
Shell Metall-Clip.**
Gehäuse aus 30%
Muschelrecyclat.

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	
Besonders besorgniserregende Stoffe (SVHC): Ein Jahr SCIP Datenbank	10
PSI SUSTAINABILITY AWARDS 2022	
Die Kategorien und Nominierten im Überblick	14
PRODUCT GUIDE	
Ostern, Garten, Hobby, Handwerk	16
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	24
CosmoShop/KS1: Webshops optimal anbinden	28
allbranded: Märkte erweitert	30
PRODUCT GUIDE	
Ökologische und nachhaltige Produkte	32
UNTERNEHMEN	
25 Jahre elxact: Gut aufgestellt in die Zukunft	44
275 Jahre Abraham Dürninger & Co GmbH: Textildruck aus Leidenschaft	48
Ein Jahrhundert Döbler: Kreativ, individuell, erfolgreich	52
BUSINESS	
Starke Marken trotzen der Krise	54
ZAW-Trendbefragung zeigt uneinheitliche Entwicklung	56
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	58
MEINUNG	66
VORSCHAU – IMPRESSUM	68



NEU:

JUCCO!



MISTER BAGS®

Entdecke Neues: **JUCO**

- ✓ **Stauraumwunder**
- ✓ **72% Jute und 28% Baumwolle**
- ✓ **19 cm Boden - & Seitenfalte**
- ✓ **Knopf zum Verschließen**
- ✓ **dreigeteiltes Innenfach**
- ✓ **LFGB getestet**

Otto N° 2366

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES
STANDARD 100
14.HIN.48167 HOHENSTEIN HTTI
Tested for harmful substances.
www.oeko-tex.com/standard100



Jetzt Muster anfragen!
www.misterbags.de



Ein Jahr SCIP Datenbank 10

Besonders besorgniserregende Stoffe (SVHC), die in einem Produkt in einer Konzentration von mindestens 0,1 Gewichtsprozent vorkommen, müssen seit Januar 2021 in der SCIP Datenbank registriert werden. Philipp Reusch, Experte in den Bereichen Produkthaftung, Produktsicherheit und Rückrufmanagement, zieht Bilanz.

PSI Sustainability Awards 2022 14

Die PSI Sustainability Awards bleiben auch nach der Verschiebung der PSI an die Messe gekoppelt. Die festliche Abendgala, bei der die Gewinner bekanntgegeben werden, wird also im April in Düsseldorf stattfinden. Auch in diesem Jahr werden die Awards wieder in den neun bekannten Kategorien vergeben. Neu ist das Auswahlverfahren. Alle Kategorien und Nominierten im Überblick.



Frühlingshaftes und Nachhaltiges 16



Bald hält der Frühling wieder Einzug. Damit verbunden das Osterfest, die Arbeit im Garten und wieder erwachsende Regsamkeit in Hobby und Handwerk. Das PSI Journal zeigt dazu eine Auswahl starker Produktinnovationen – ebenso

ökologische und nachhaltige Produkte, denn auch viele kleine Schritte helfen dabei, ein funktionierendes Ökosystem aufrechtzuerhalten.

Zauberwürfel und viel mehr 44

Zum 25. Firmenjubiläum hat sich elxact neu aufgestellt und präsentiert sich in überarbeitetem, jungem Erscheinungsbild und mit vielen neuen Produkten, Ideen und Services. Die Geschäftsführerinnen Christiane Nemetz und Angela Guckes über das Unternehmen, ihre Ziele und die Herausforderungen der Zeit.



3 Fakten zu Green Marketing

1 Green Marketing ist der Prozess der Planung, Umsetzung und Kontrolle der Entwicklung, Kalkulation, Werbung sowie des Vertriebs eines Produkts unter folgenden Aspekten: den Bedürfnissen der Kunden gerecht werden, unternehmerische Ziele erfüllen und den Prozess in Einklang mit dem Ökosystem gestalten. (Donald Fuller, Sustainable Marketing, Managerial-Ecological Issues, 1999).

2 Green Marketing gilt zwar als Trend, ist aber nicht unbedingt neu. Der Begriff „Sustainable Marketing“ (also nachhaltiges Marketing) wurde bereits vor einem Vierteljahrhundert geprägt.

3 Authentisches Green Marketing als Wettbewerbsvorteil: Es erkennt Kundenbedürfnisse besser, sorgt für ein langfristig verbessertes Unternehmensimage und ist auf nahezu alle Branchen anwendbar. (duesseldorf-wirtschaft.de, „Nachhaltigkeitsmarketing“)

GREEN MARKETING

Transparent und sicher

GOTS-zertifizierte Textilprodukte
Malgrado fashion & promotion GmbH
PSI 46913



Zurück zur Natur

Leinen-Kollektion
Boogie Design
www.boogie-design.com
PSI 49348



Textile Umweltbotschafter

Hamam Towels
WoW Sustainable Collection
Interall Group B.V.
PSI 41727

Das wachsende Nachhaltigkeitsbewusstsein der Verbraucher aufgreifen und gleichzeitig durch eigene unternehmerische Maßnahmen verantwortungsbewusstes nachhaltiges Handeln unter Beweis stellen: In der Werbeartikelwirtschaft finden sich dafür immer mehr Vertreter. So kann die Branche nachhaltig in Sachen Green Marketing ein Zeichen setzen – und mit entsprechenden Produkten Unternehmen anderer Branchen aufmerksamkeitsstark den Weg zu einem Green Marketing ebnen. Über die Beispiele dieser Seite hinaus bietet der PSI Product Finder eine große Auswahl nachhaltiger Werbeartikel.

Nachhaltiges für Alltag und Arbeit

Individualisierte Porzellanbecher
SND PorzellanManufaktur GmbH
PSI 45567



RECYCLED
POLYESTER

duPont
sorona

BIONIC
FINISH^{ECO}

SUSTAINABLE FASHION

WINTER STYLES

DISCOVER LADIES' | MEN'S PADDED JACKET! JN1167 | JN1168

daiber

HOTLINE 07432 7016-800 WWW.DAIBER.DE

myrtle
beach

JAMES &
NICHOLSON

3 Subtrends des Megatrends Beauty

Kaum eine Branche produziert so viele (schnellebige) Trends wie das Geschäft mit der Schönheit. Schon im alten Ägypten gab es eine gepflegte Kosmetikkultur. Spätestens seit dem 20. Jahrhundert hat sich die Kosmetik zu einer eigenen Industrie entwickelt (vgl. E. G. Jung, J. Funke: „Kosmetik im Wandel der Jahrtausende“). Bis zum Jahr 2025 hat cosmetic-business.com unter Berufung auf das britische Marktforschungsunternehmen Mintel Schönheitstrends herausgearbeitet. Drei Trends haben wir beispielhaft herausgegriffen:

1

Digital gestützte Schönheit:

Verbraucher können dank intelligenter Technologien ihre individuellen Pflegebedürfnisse selbst diagnostizieren und sich so maßgeschneiderte Kosmetika zusammenstellen.

2

Naturschutz und Nachhaltigkeit:

Naturschutz und Nachhaltigkeit sind Themen, die sich auch in der Entwicklung und Produktion von Kosmetik weiter durchsetzen, da auch Verbraucher mehr Wert darauf legen, möglichst bewusst und sparsam mit natürlichen Ressourcen umzugehen.



Vegane Naturkosmetik

Lipjar Eco
KHK GmbH
www.lipcare.de
PSI 46131

3

Natürliche und organische Kosmetik:

Parallel zur wachsenden Nachfrage nach Naturkosmetik steigt mit dem Wunsch nach mehr Kontrolle über die Inhaltsstoffe von Kosmetik auch das Interesse der Konsumenten an selbst hergestellten Produkten.



Zeit für Entspannung

Natürliche Badesalze mit wertvollen Mineralien & Spurenelementen
LimeBOX
PSI 48956



GRÜNER KNÖPF

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

 **Global Recycled Standard**

THIS PRODUCT CONTAINS
72% GRS RECYCLED POLYESTER.
CERTIFIED BY CU 200876

OEKO-TEX[®]
CONFIDENCE IN TEXTILES
STANDARD 100

513-0998 HOHENSTEIN HTTI
Geprüft auf Schadstoffe
www.oeko-tex.com/standard100

Green Generation

KOCHJACKEN

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

NACHHALTIG | BEQUEM | VIELSEITIG



68

Prozent

der Deutschen fordern einer aktuellen GfK-Prognose zufolge von Unternehmen, dass sie sich möglichst umweltbewusst verhalten. horizont.net

47,2%

der für die Studie des US-Branchenverbandes PPAI Befragten haben gebrandete Werbeartikel per Post von einem Unternehmen erhalten. Damit wurden über diesen Weg deutlich mehr Personen erreicht als über jeden anderen. ppai.org

Die Hälfte

der für die PPAI-Studie Befragten (48,7 Prozent) gab an, Werbeartikel mehr als fünf Jahre zu behalten. Den Spitzenplatz unter den Gründen belegte dabei der hohe Nutzen (75,4 Prozent). Mit großem Abstand folgen etwa der Spaßfaktor und Design. ppai.org

66 Prozent

der befragten Werbevermarkter einer globalen Studie der auf digitales Marketing spezialisierten Agentur DCMN erwarten, dass ihre Budgets in diesem Jahr steigen werden. Eine Ausnahme bilden deutsche Marketingentscheider: Hier sind es nur 55 Prozent. horizont.net

4 bis 5 Prozent

Wachstum im Durchschnitt pro Jahr erwartet GroupM für den deutschen Werbemarkt in den nächsten fünf Jahren. Das ergab der „This Year, Next Year“ Forecast des Agenturnetzwerks. Das Agenturnetzwerk Zenith kommt in seinem „Advertising Expenditure Forecast“ für 2021 auf ein Wachstum in Deutschland von circa 6,6 Prozent, in den Folgejahren dann von 3,7 und 3,8 Prozent. adzine.de

94,7 Punkte

wies der **ifo Geschäftsklimaindex** im Dezember 2021 auf (nach 96,6 Punkten im November). Die Unternehmen bewerteten ihre aktuelle Geschäftslage weniger gut. Auch der Pessimismus mit Blick auf das erste Halbjahr 2022 nahm zu. ifo.de

3 von 4

Verbraucher*innen (78 Prozent) ignorieren oder löschen jeden zweiten Marketing-Newsletter (oder mehr), den sie abonniert haben. Das ergab der internationale Studienreport „The New Customer Imperative“ des Unternehmens Airship, für den mehr als 9.000 Konsument*innen befragt wurden. absatzwirtschaft.de

Expo and Event logistics

Getting your show on the road

Worldwide event transport planning and coordination -
with local expertise.

→ www.kuehne-nagel.com





Besonders besorgniserregende Stoffe (SVHC), die in einem Produkt in einer Konzentration von mindestens 0,1 Gewichtsprozent vorkommen, müssen seit Januar 2021 in der SCIP Datenbank registriert werden. Philipp Reusch, Experte in den Bereichen Produkthaftung, Produktsicherheit und Rückrufmanagement, zieht Bilanz.

Die SCIP Datenbank liefert Informationen über besonders besorgniserregende Stoffe (SVHC) während des gesamten Lebenszyklus von Produkten. Unternehmen müssen sich registrieren, wenn in ihren Erzeugnissen SVHC in einer Konzentration ab 0,1 Gewichtsprozent vorkommen.

MEHR TRANSPARENZ BEI BESONDERS BESORGNISERREGENDEN STOFFEN (SVHC)

Ein Jahr SCIP