

▶ **PSI**

**PSI Journal**

Internationales Magazin  
für Werbeartikel

Mai 2022

61. Jahrgang

**JOURNAL**

**PSI Product  
Finder**

Benefit für Händler

**Touchmore**

Exklusivvertrieb  
von Promotional  
Rubik's Cube®

**emco**

**Bautechnik**

Fußmatten als Werbemittel

**Marbo**

**Mediengruppe**

Anpacker und  
Vorwärtsbringer

**Gesundheit  
Sport  
Fitness**

**Frische  
Werbe-power**



21

JUN

22

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

**PSI**  
SUSTAINABILITY  
AWARDS

Feiern Sie mit uns

Galaabend mit Preisverleihung des  
Nachhaltigkeitspreises der Werbeartikelwirtschaft

**Dienstag, 21 Jun 22, Start 17:30 Uhr**  
Rheinterrasse Düsseldorf

[www.psi-awards.de](http://www.psi-awards.de)

Das internationale Netzwerk  
der Werbeartikelwirtschaft mit  
seiner europäischen Leitmesse



Built by



In the business of  
building businesses



## Editorial

# Das Gebot der Stunde

**D**ie vergangenen Wochen und Monate haben uns gezeigt, wie wichtig und stark Gemeinsamkeit ist. Europa ist zusammengerückt, viele Staaten der Welt sind enger beisammen als je gedacht. Die Werbeartikelwirtschaft ist zwar nicht direkt durch Virus oder Krieg bedroht, aber die Folgen treffen sie unmittelbar und teilweise hart. In der Pandemie sind Umsätze weggebrochen und als diese gerade auf dem Pfad der Erholung waren, überfiel Putin die Ukraine – einen Staat, deren Bevölkerung er selbst „Brudervolk“ nennt. Und schon wieder steht ein Teil der Wirtschaft auf der Brenne. Zu unsicher scheint die Zukunft, zu stark lähmt eine mögliche Inflation. Geld wird erst mal geparkt und nicht investiert. Hinzu kommt, dass man nicht alles kaufen kann, was man kaufen möchte. Vor nahezu allen Häfen der Welt, auch vor europäischen, stauen sich Frachtschiffe auf hoher See.

Seit der Krieg in Teilen der Ukraine tobt, sind auch Bahnwege kaum noch passierbar. Produkte können nicht fertiggestellt werden, weil ein wichtiges Bauteil irgendwo auf den Weltmeeren umherirrt. Hinzu kommen Personalprobleme, auch verstärkt durch Corona und Quarantäne. Wahrlich keine Situation, in der sich Werbeartikel zurücklehnen und den Dingen ihren Lauf lassen können.

Was tun? Manch einer versucht es am Markt mit der Brechstange. Kein erfolgreicher Stil, der einem meist mit Zeitverzögerung wieder auf die eigenen Füße fällt. Andere resignieren, weil sie des Kämpfens müde sind, oder ihre Lebensziele erreicht haben. Verständlich, für die Gesamtbranche aber ein Weg in den Niedergang.

Wiederum andere suchen ihre Zukunft in einer engeren, partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit Lieferanten, die zum Anspruch und Stil des eigenen Hauses passen – oder man arbeitet mit Kollegen zusammen, die vielleicht andere Schwerpunkte und deshalb ein weiteres Produkt-Know-how einbringen können. Auf letztere Wege trifft man zunehmend, spricht man mit Herstellern und Importeuren, aber auch mit Händlern und Beratern.

Gemeinsam scheint zu gehen, was dem einzelnen in der Krise schwerfällt oder gar unmöglich ist. Um dieses Verständnis sollten wir uns alle verstärkt bemühen. Kleine Meinungsverschiedenheiten über Bord werfen, die Welt auch mal mit den Augen des anderen sehen und am gemeinsamen Großen arbeiten – am Erfolg der Werbeartikelwirtschaft insgesamt. Denn nur ihr Erfolg kann unser aller Erfolg sein – Gemeinsamkeit ist das Gebot der Stunde.

In diesem Sinne

**Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal**

**Ihre Meinung dazu: [schloesser@edit-line.de](mailto:schloesser@edit-line.de)**

# Wir wollen Fische im Meer, keinen Müll.

## New DS8 True Biotic.

Gehäuse aus Biopolymeren (PHA), biologisch abbaubar in Erde, Salz- und Süßwasser.



Prodir is a brand of Pagani 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](http://www.prodir.com)  
[open.prodir.com](http://open.prodir.com)



## Unsere Neuzugänge

### in Sachen Jute.

**Leon** ist eine robuste Jutetasche im Hochformat, die mit einigen Details besticht. Mit einer beidseitigen hellen Fronttasche hebt er sich von klassischen Jutebeuteln ab. Weiteren Stauraum bieten das große Hauptfach in den Maßen 31 x 35 x 10 cm und das praktische Seitenfach, in dem sich etwa eine Trinkflasche oder ein Coffee-to-go-Becher gut verstauen lassen.

**Noah** ist mit seinen Maßen von 37 x 30 x 15 cm ein wahres Platzwunder. Ergänzt wird der ohnehin große Stauraum durch eine praktische Seitentasche. Der trendige Canvas-Stoff auf Vorder- und Rückseite der Tasche ist nicht nur ein optisches Highlight. Durch ihn entstehen zwei weitere Taschen. Verschließen lässt sich der stylische **Noah** mit einem Magnetverschluss.

**Henry** ist ein wahrer Riese unter den Jutetaschen. Mit einer Größe von 42 x 33 x 19 cm eignet er sich nicht nur für Einkäufe, sondern auch für die Uni oder den Besuch im Sportstudio. Für ausreichend Stauraum besitzt **Henry** insgesamt vier Fächer. Ein Magnetverschluss sorgt dafür, dass das Hauptfach zuverlässig verschlossen bleibt.

Alle drei Jutetaschen sind OEKO-TEX zertifiziert und auch auf Lebensmittelechtheit geprüft. Zudem haben die drei Taschen modische gepolsterte Henkel im Fischgrätmuster.

Ob im Büro, beim Shopping oder im Urlaub - unsere drei neuen Jutetaschen machen immer eine gute Figur.

#### TRENDS & BRANDS

4

#### MARKTFORSCHUNG

8

#### PSI AKTUELL

So profitieren Händler und Berater vom PSI Product Finder

10

#### PRODUCT GUIDE

Merchandising und Fanartikel [WM]

12

#### BRANCHE

Unternehmen, Ereignisse, Märkte

28

Plan Concept: Rundum gelungener Neustart

34

#### PRODUCT GUIDE

Gesundheit, Sport, Fitness

36

#### UNTERNEHMEN

Touchmore: Exklusivvertrieb von Promotional Rubik's Cube®

56

emco Bautechnik:

Individuelle Blickfänge für mehr Werbeerfolg

60

Marbo-Mediengruppe:

Anpacker und Vorwärtsbringer

64

CLIPY: „Grün“ geschützt vor Sonne und Eis

66

#### BUSINESS

Keine Kompromisse bei Produktsicherheit

68

#### PRODUCT GUIDE

Innovative Produkte

70

#### MYPSI

76

#### MEINUNG

78

#### VORSCHAU – IMPRESSUM

80



# Leon

N° 2363



# Noah

N° 2362



# Henry

N° 2364



## Gewinnbringendes Vertriebstool

10

Werbeartikelhändler leisten mehr, als einfach nur Werbeartikel zu beschaffen. Sie sind Ansprechpartner und Berater – und leben von innovativen Produkten. Ein gezielter Kontakt zu passenden Lieferanten kann zu mehr Umsatz führen. An dieser Stelle kommt der PSI Product Finder ins Spiel: eine intelligente Suchmaschine, die Anbieter und Suchende zusammenbringt.

## Werbendes rund um den Sport

12

Wenn es um Verkaufsförderung geht, erzielen mit Werbeartikeln beworbene Marken oder Dienstleistungen traumhafte Reichweiten. Im Marketing-Mix von Unternehmen sind Promotionsprodukte deshalb die idealen Absatzbeschleuniger, gerade auch bei allen Aspekten des Sports. In diesem Umfeld bringen gezielt eingesetzte „Hapticals“ der gewünschten Werbebotschaft den nötigen Schwung und damit einen eindrücklichen Erinnerungswert.



## Zeitloses Symbol

56



Die auf haptische Markenkommunikation spezialisierte Touchmore GmbH hat den Exklusivvertrieb von Promotional Rubik's Cube® Merchandise in Deutschland und Österreich übernommen. Der Rubik's Cube® verbindet Design und Symbolik auf besondere Art und macht ihn zu einem hochwirksamen Werbeartikel.

## Individuelle Blickfänge

60

Wer an Werbeartikel denkt, dem kommen nicht unbedingt zuerst Teppichmatten in den Sinn. Dabei sind sie in Sachen Langlebigkeit des werbenden Mediums und dauerhafte Präsenz des Kundenlogos geradezu prädestiniert. Und ein durchaus erfolgreiches Geschäftsmodell obendrein, wie das Beispiel der emco Bautechnik zeigt.





## Haptische Entschleunigung

Werbeartikel haben – wenn nicht auf den ersten, so jedoch auf den **zweiten oder dritten Blick** – mit Polaroidbildern einiges gemeinsam. Sie sind etwas durch und durch **Haptisches** und können, je nach Produkt, ihren Beitrag zum **Entschleunigen** leisten: ob **kuschelig, kreativ, nachhaltig** oder mit **Symbolkraft**, doch stets **inspirierend** und **aufmerksamkeitsstark**.



In der Ruhe liegt die Kraft  
Schlüsselanhänger „YOGA“  
TROIKA Germany GmbH  
[www.troika.de/business](http://www.troika.de/business)  
PSI 46311



Wohlig-weiches Tuch für alle Fälle  
CreaTowel Sublimations-Doppeltuch  
ANDA Present Ltd.  
[www.andapresent.com](http://www.andapresent.com)  
PSI 45753



Kunterbuntes Kissenkuscheln  
Kissensortiment, designed von  
Künstlerin Bine Brändle  
Sandini GmbH  
[www.sandini.de](http://www.sandini.de)  
PSI 49768

Vor **75 Jahren** erfand der Physiker **Edwin Land** die **Sofortbildkamera**. Sie revolutionierte das **Fotografieren** und löst bis heute bei Menschen **weltweit** eine große **Faszination** aus. Das zeigt sich auch in den **Verkaufszahlen** der **vergangenen Jahre**, die noch immer bei rund einer **halben Million** verkaufter Apparate jährlich liegen. Im **digitalen Zeitalter** entschleunige diese **Art des Ablichtens**, sagen selbst professionelle **Fotografen** und bescheinigen den Bildern etwas sehr **Haptisches**. (tagesschau.de, „Der Spaß entwickelt sich sofort“)

JN848 JN860 MB6235



workwear

JN859 JN850 JN872



JN859 JN850 JN872



work

JN848 JN860 MB6235



daiber

HOTLINE 07432 7016-800  
WWW.DAIBER.DE





„Die Zukunft des Handels ist eindeutig **phygital**.“ Das ist eine Erkenntnis der vom Marktforschungsinstitut GfK erarbeiteten **Konsumententrends 2022**. Doch was verbirgt sich hinter diesem **Trend**? Im Zeitalter von **Smartphones, Apps & Co.** erwarten Verbraucherinnen und Verbraucher, dass sich **Vertriebskanäle** ergänzen, um **kanalübergreifende Einkaufserlebnisse** zu bieten – auch dort, wo **Online- und Offline-Welt** im stationären Handel aufeinandertreffen. **Phygital-Strategien** gehen noch einen Schritt weiter, „da sie eine **nahtlose Einkaufserfahrung** mit der **Hyperpersonalisierung** des eigenen Angebotes zusammenbringen“, schreibt das e-commerce Magazin und spricht von der „**nächsten Evolutionsstufe**“ der Kundenansprache. Die Grenze zwischen den physischen und digitalen Dimensionen des Handels würden aufgehoben, da **digitale Anwendungen** mit der **physischen Welt interagierten**. (e-commerce-magazin.de, „Phygital Shopping: Wie Händler es schaffen, eine nahtlose Einkaufserfahrung zu bieten“) Es ist das **erfolgreiche Zusammenspiel** vermeindlicher Gegensätze: **phygital – also physisch und digital, mechanisch und elektronisch**. Auch in der haptischen Werbewelt.



#### Gute Entscheidung für Körper und Geist

**Fitbit Charge 5** (Fitness- und Gesundheits-tracker mit EKG-Funktion, EDA-Scan-App für Stressmanagement und weiteren Funktionen)  
SPM Schäfer Promotion Marketing GmbH  
[www.spm-marketing.de](http://www.spm-marketing.de)  
PSI 46903

#### Retro und State of the Art in einem

**Retro-Telefonhörer** (passt auf einen 3,5-mm-Kopfhörerstecker für Standardtelefone/ Smartphones und ist mit den meisten 3,5-mm-Pad- und Computerbuchengeräten kompatibel)  
Forty Four Promotions Co. Ltd  
[www.44promotions.co.uk](http://www.44promotions.co.uk)  
PSI 60422



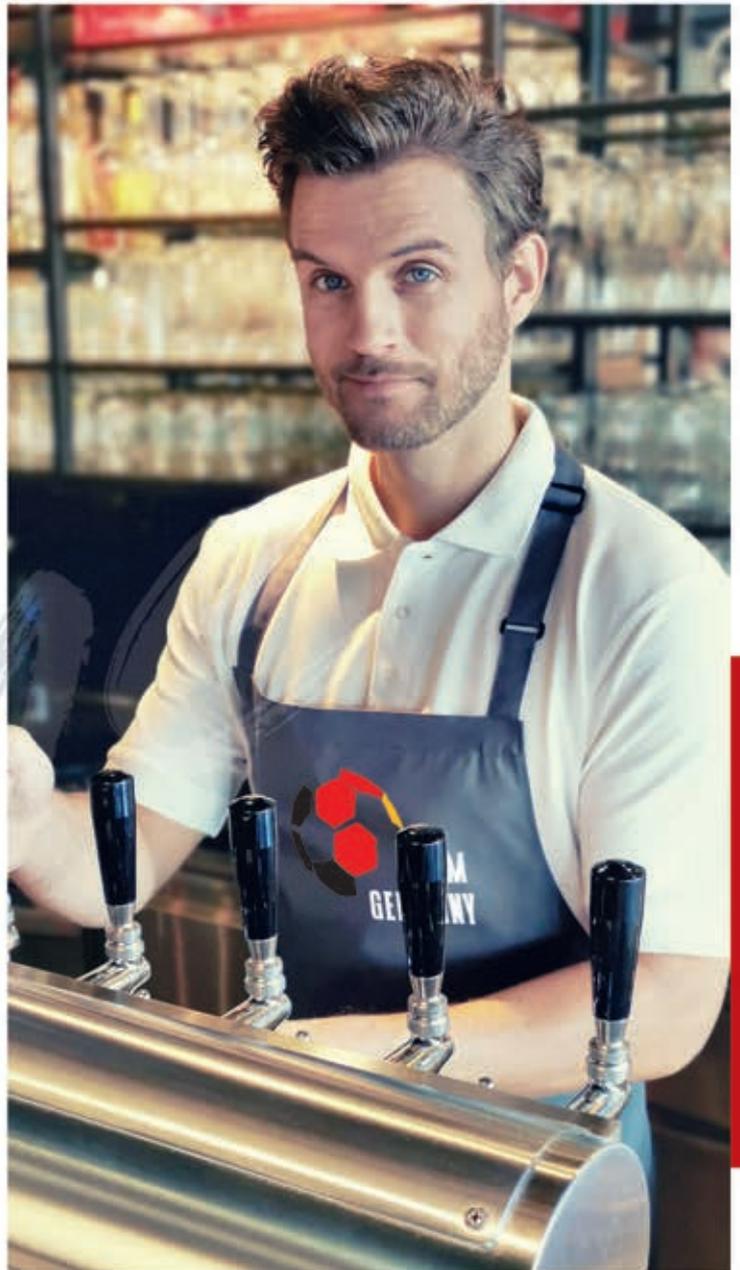
#### Wirbt haptisch und digital

**QR-Code Pen** (vorprogrammierter QR-Code-Aufdruck auf dem Clip mit Kontakt-, Produkt- und Eventinformationen, Anruffunktionen, Links zu Social-Media-Kanälen, WLAN-Verbindungen mit direktem Zugang in das entsprechende Netz)  
SENATOR GmbH  
[www.senator.com](http://www.senator.com)  
PSI 41838



# ONE MISSION ONE TEAM

SCHÜRZEN FÜR FAN FESTE, PUBLIC VIEWING  
UND IHRE EVENTS ZUR WM 2022!



**PRAKTISCH | PERSONALISIERBAR | MULTIFUNKTIONELL**

21 COOLE TRENDFARBEN | PERFEKT FÜR VEREDELUNG GEEIGNET  
DER IMAGETRÄGER FÜR IHRE MARKE

# 33

**Prozent**  
soll 2022  
der globale  
Umsatzan-

teil des Onlinehandels betragen – ein neuer Rekordwert. Das hat Edge by Ascential errechnet. [horizont.net](http://horizont.net)

# 3,6%

Wirtschaftswachstum weltweit erwartet der internationale Währungsfonds in diesem Jahr und hat damit seine Prognose gesenkt. [tagesschau.de](http://tagesschau.de)

# 198%

mehr Produkte, in denen das Suchwort „Wohlfühl“ enthalten war, sind seit Beginn der Pandemie im Vergleich zu 2019 verkauft worden. Das hat Ebay Ads in einer neuen Studie herausgefunden. [horizont.net](http://horizont.net)

# 7,5%

beträgt die Inflationsrate aktuell in der Euro-Zone. Um den Konsum trotzdem aufrechtzuerhalten, müssten die Löhne steigen, so Marcel Fratzscher, Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung. Sonst könnten Arbeitslosigkeit und schwaches Wachstum die Folge sein. [tagesschau.de](http://tagesschau.de)

## Zwei von drei

Befragten einer Utopia-Studie (62 Prozent) gaben an, dass sie sich beim Einkauf bewusst gegen Produkte entscheiden, die ihnen ökologisch oder ethisch nicht vertrauenswürdig erscheinen. [horizont.net](http://horizont.net)

# 9,2 Prozent

weltweites Wachstum in den Werbeausgaben wird im Jahr 2022 laut einer Studie von Dentsu-Experten erwartet. Auslöser sind hierfür größtenteils die internationalen Großereignisse im Sport und Ausgaben für die Zwischenwahlen in den USA. [adzine.de](http://adzine.de)

# Fünf

Impulse zur Circular Economy hat das Magazin absatzwirtschaft zusammengetragen: ein Potpourri aus aktuellen Studien über Aktivitäten von Marken im Bereich Kreislaufwirtschaft bis hin zu wichtigen politischen Weichenstellungen. [absatzwirtschaft.de](http://absatzwirtschaft.de)

NEUER TERMIN!

10-12

JAN

23

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

Messegelände Düsseldorf



**Nur zusammen  
zusammen.**

Eine Branche, eine Messe, ein Termin.  
Wir sehen uns: **10-12 JAN 23**

Die europäische Leitmesse  
der Werbeartikelwirtschaft



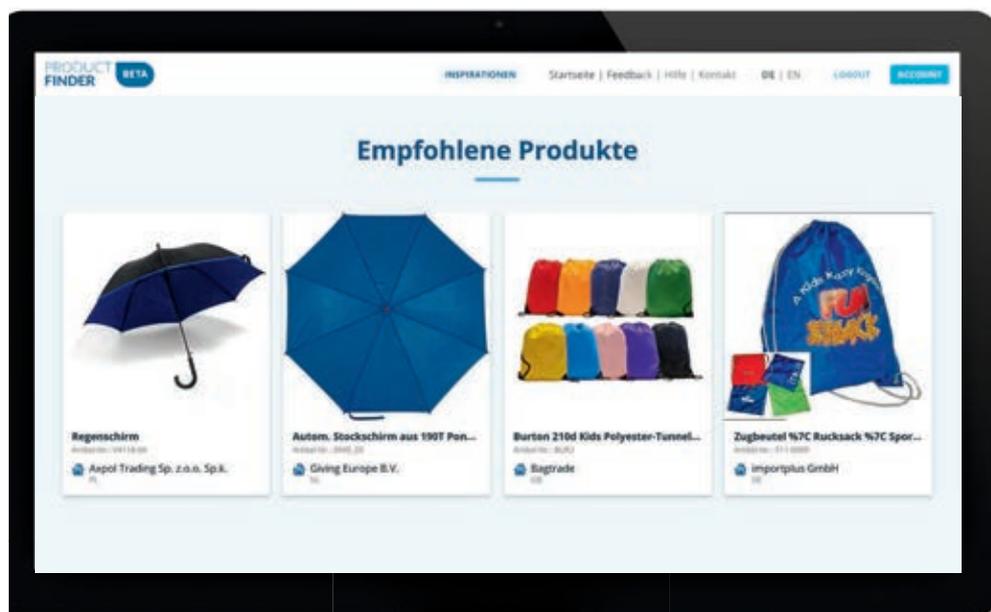
Built by  
**RX**

In the business of  
building businesses

Werbeartikelhändler leisten mehr, als einfach nur Werbeartikel zu beschaffen. Sie sind Ansprechpartner und Berater – und leben von innovativen Produkten. Ein gezielter Kontakt zu passenden Lieferanten kann zu mehr Umsatz führen. An dieser Stelle kommt der PSI Product Finder ins Spiel: eine intelligente Suchmaschine, die Anbieter und Suchende zusammenbringt.

**So profitieren Händler und Berater vom PSI Product Finder**

# Gewinnbringendes Vertriebstool



**W**m Vordergrund für PSI Mitglieder Händler steht ein leistungsfähiges Tool, das ihnen eine auf ihren ganz persönlichen Bedarf abgestimmte Suche ermöglicht. Alle gelisteten Produkte unterliegen einem strengen Datenqualitätsstandard und bieten umfangreiche Zusatzinformationen wie Veredelung, unverbindliche Preisempfehlungen der Hersteller, Preisstaffeln und vieles mehr.

## Wer richtig sucht, der findet

Die Suche im PSI Product Finder ist unkompliziert. So kann entweder am unteren Ende der Startseite eine Pro-

duktkategorie ausgewählt und angeklickt oder ein Suchwort eingegeben werden, das zu dem gewünschten Produkt passt. Beide Wege führen zur Suchergebnisseite. Dort können die gefundenen Produkte angeschaut oder die Ergebnisse weiter spezifiziert werden. Eine

vereinfachte Filternavigation ermöglicht eine Suche nach vorgegebenen Attributen, etwa Farbe, Material, Größe, Lieferanten, Zertifikate. Darüber hinaus können sich Händler und Berater Produktdetails anzeigen lassen oder direkt eine Angebotsanfrage an den entsprechenden Lieferanten senden. Dies können sie ebenso von der Produktdetailseite aus erledigen, wo auch die Kontaktdaten des Lieferanten angezeigt werden. Last but not least lassen sich gefundene Produkte in einer Produktliste speichern.