



Das PSI-Netzwerk mit Leben erfüllt

[**PSI Talk Osnabrück**] Den informellen Austausch mit Mitgliedern zu pflegen und dabei noch wertvolles Fachwissen zu vermitteln – das war die Zielsetzung des 6. PSI Talks, der am 2. Juli in den Räumen des PSI Servicepartners Hellmann Process Management GmbH & Co. KG (HPM) in Osnabrück stattfand.

Rund 30 Mitgliedsfirmen kamen im Atrium des „Speicher III“ am Firmensitz des PSI Servicepartners Hellmann Process Management in Osnabrück zusammen. Schon die Location war etwas Besonderes: Der ehemalige Getreidespeicher, heute modernes Verwaltungsgebäude mit innovativem Bürokonzept, beeindruckte die Gäste sichtlich durch die imposante Innenraumgestaltung mit geschossübergreifend und in der Fläche offener Sicht. Das Gebäude steht für eine „neue Arbeitswelt“ und ist als integrierende und kommunikationsfördernde Plattform konzipiert, in der jeder Mitarbeiter täglich seinen Arbeitsplatz neu wählen kann.

Nach der Begrüßung durch PSI Geschäftsführer Michael Freter und André Pohl, Managing Director von Hellmann Process Management, stand zunächst ein Fachvortrag zum Thema „Verpackung & Co – ein Leitfaden zur Konformität“ auf der Agenda des abwechslungsreichen Abends. Nadine Michael, Consultant für den Bereich Umwelt bei HPM, machte deutlich, dass die Verpackungsverordnung als Bestandteil des Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetzes eines der relevantesten Gesetze für die Werbemittelbranche ist: Ob bei Anlieferung der Produkte durch den Lieferanten oder bei Auslieferung an die Kunden, die Waren sind so gut wie immer in irgendeiner Art und Weise verpackt und damit auch von der Verpackungsverordnung betroffen. Die Referentin erläuterte die Grundlagen des Gesetzes, zeigte auf, wo die Branche Handlungsbedarf hat und fasste zusammen, wie HPM die PSI-Mitglieder bei der Umsetzung der Verordnungen unterstützen kann.

PSI Panel: Standortbestimmung der Branche

Nach einer kurzen Diskussionsrunde gab Michael Freter einen Überblick über aktuelle Entwicklungen und Vorhaben von PSI. Er betonte, dass PSI gerade in wirtschaftlich schwieriger Zeit für seine Mitglieder da sei, um gemeinsam mit ihnen gangbare Wege aus der Krise zu erarbeiten. Mit dem PSI Panel stehe ein nützliches Tool zur Standortbestimmung zur Verfügung, auf dessen Basis Entscheidungen getroffen werden könnten. Die aktuelle Auflage des Panels mit der bisher größten Teilnehmerzahl von über 1600 Befragten habe aussagekräftige Ergebnisse geliefert, die PSI nach der vollständigen Auswertung vorstellen wird. Es zeichne sich jedoch schon jetzt eine große Diskrepanz ab zwischen Unternehmen, die massive Einbrüche verzeichnen und solchen, die sogar Umsatzsteigerungen melden. Daher komme der Vermittlung von Marketing- und Vertriebswissen künftig besondere Bedeutung zu.

Werbeartikel erstmals im ZAW-Jahrbuch präsent

„Die Praxis sowie Studien zeigen, dass Werbeartikel eine unglaubliche Wirkung haben, doch leider wird dies immer noch nicht ausreichend kommuniziert. Deswegen müssen wir den Werbeartikel bekannter und seine Wirkungen messbar machen.“ Damit schnitt der PSI-Chef ein Aufgabenfeld an, dem sich PSI in jüngster Zeit besonders angenommen hat. Erste Erfolge konnte Freter bereits vermelden: „Zum ersten Mal sind Werbeartikel im Jahrbuch des ZAW (Zentralverband der Werbewirtschaft) enthalten, und wir arbeiten daran, einen Tausender-Kontakt-Preis festzulegen. Damit hätten wir erstmals eine feste Größe, die das Kosten-Nutzen-Verhältnis von Werbeartikeln beschreibt und einen Vergleich mit anderen Werbeträgern ermöglicht.“

PSI Award und PSI Kongress

Um die wichtige Stellung des Werbeartikels im Marketing-Mix aufzuzeigen, habe PSI im letzten Jahr den PSI Award ins Leben gerufen. Freter rief die Anwesenden auf, auch in diesem Jahr wieder gelungene Kampagnen einzureichen, um die Bedeutung des Werbeartikels zu untermauern. Bevor die Gäste zu einer Führung durch den spektakulären, mit dem Best Office Award 2008 ausgezeichneten „Speicher III“ aufbrachen, wies der PSI-Chef noch auf den ersten PSI Kongress der Werbeartikelwirtschaft hin, der am 6. Oktober in der Münchner Allianz-Arena stattfinden wird. „Der PSI Kongress hat das Ziel, die Branche zusammenzubringen. Branchenvertreter, Experten und Anwender werden an einem Tisch sitzen und die Vermarktungschancen von Werbeartikeln diskutieren.“ Interessenten des hochkarätig besetzten Forums - mit dabei sind die Schwimmlende Dr. Michael Groß, heute im Presse- und PR-Geschäft aktiv sowie die Werbelegende Bernd M. Michael - melden sich am besten über die PSI-Website www.pSIONline.de an. Viel konstruktives Feedback zu den Themen des Abends gab es anschließend beim lockeren Talk am Buffet.