

2013 WEITER AUF ERFOLGSKURS

DIE6 DEUTLICH IM UMSATZPLUS

Der Werbemittelverbund DIE6 meldet für das abgelaufene Kalenderjahr ein positives Ergebnis. Rund 13 Prozent Zuwachs verzeichnet die Zentrale in Hagen für die in 2013 regulierten Mitgliederumsätze. „Wir sehen unsere Philosophie bestätigt: Hohes Qualitätsniveau unserer Produkte, kreative Beratungskompetenz der Mitarbeiter aller Mitgliedsunternehmen sowie die große Nähe zum Kunden. In der Summe stimmt das Leistungs-

paket aller Unternehmen im Verbund DIE6 und der Markt honoriert dies entsprechend“, so Holger Kapanski, Geschäftsführer bei DIE6, der die vorläufigen Zahlen im Rahmen der PSI 2014 in Düsseldorf den anwesenden Gesellschaftern bekanntgab. Gleich zu Beginn 2014 ist DIE6 Ende Januar mit der DIE6-Akademie gestartet. Die Veranstaltung, nun zum dritten Mal durchgeführt, ist nur eine der zahlreichen Marketingmaßnahmen, mit denen der Verbund die Nähe zu den Lieferanten pflegt und die kontinuierliche Weiterbildung aller Werbemittelberater sicherstellt. 1990 als Ein-



Feiern erlaubt: Auf der außerordentlichen Jahreshauptversammlung Anfang Dezember 2013 begrüßten die Gesellschafter das 16. DIE6-Mitglied. Foto: DIE6

kaufsgemeinschaft von sechs Unternehmen gegründet, hat sich DIE6 mittlerweile zu einem bundesweit flächendeckend vertretenen Verbund mit 16 Mitgliedern entwickelt. Auch in der österreichischen Hauptstadt Wien ist man vertreten.

REGELMÄSSIGE WEITERBILDUNG

„Wir haben in Hagen im Wesentlichen zwei grundlegende Aufgabenstellungen als zentrale Ansprechpartner für alle Mitgliedsunternehmen. Zunächst die Initiierung guter Kontakte zu namhaften Herstellern in Deutschland und Europa sowie die Bündelung der gemeinsamen Marketingaktivitäten.“, erläutert Kapanski das Betätigungsfeld der auf sechs Mitarbeiter angewachsenen Geschäftsstelle. „Außerdem legen wir großen Wert auf die regelmäßige Weiterbildung aller Mitarbeiter. Dazu beschäftigen wir renommierte Verkaufstrainer, um aktuelle Themen noch näher an die Mitarbeiter der Einzelunternehmen zu bringen. So haben im Rahmen der DIE6-Akademie Hersteller die Möglichkeit sich über aktuelle Entwicklungen auf dem Werbemittelmarkt zu informieren. In der Regel schließt sich dann ein mehrstündiges Coaching an, was von unseren Mitgliedern außerordentlich positiv angenommen wird.“ Für Kapanski zählt es zum DIE6-Konzept, nicht nur Lieferanten zu prüfen, sondern in Zukunft auch zu zertifizieren, um sie damit enger an die DIE6 zu binden. Die Aufgabenstellung umfasst auch, die eigenen Mitgliedshäuser und ihre Mitarbeiter kontinuierlich weiter zu qualifizieren. Weitere Informationen unter: www.die6.de