

DIE6

Wer auf starke Partner setzt, der verfügt über aktuelles Fachwissen



Frühjahrszeit ist Messezeit, dies gilt für die Werbemittelprofis von DIE6 nicht nur bei zahlreichen externen Veranstaltungsterminen. So ist man selbstverständlich auf branchenrelevanten Messen mit eigenem Stand präsent. Sondern man setzt auch auf einen steten internen Informationsfluss, wie er auf der jährlich stattfindenden DIE6-Akademie zu neuesten Trends, Produkt- und Materialentwicklungen sowie nationaler Gesetzgebung vermittelt wird

Frühjahrszeit ist auch Messezeit. Dies gilt für die meisten Wirtschaftsbranchen und entsprechend hoch ist die Dichte an Messegesellschaften und -veranstaltungen in Deutschland. Es ist fast nicht zu schaffen, sich als Unternehmen allen Neuheitenshows zu widmen, schon gar nicht, wenn es sich um branchenferne Ereignisse handelt, wie etwa den sehr speziellen der Werbemittelbranche. Werbung und Marketing sind leider immer noch mehr oder weniger Stiefkinder in einer Reihe von Unternehmen und müssen mangels Manpower auch darunter leiden.

Für Werbemittelprofis wie die der DIE6 bedeutet Frühjahr deshalb vielfach Reisezeit. Denn im Interesse ihrer Kunden befinden sie sich quasi auf Neuheitenjagd, wenn man den Begriff an dieser Stelle einmal als Synonym benutzen darf. Und es steht gleichbedeutend mit Informationsinput im Sinne ihrer Klientel, beispielsweise durch interne Veranstaltungen,

wie die DIE6-Akademie, auf der zahlreiche Zulieferer über das Neueste aus ihren Branchen berichten.

Einerseits geht es natürlich darum, innovative Trends zu entdecken, neue Produkte zu sichten oder zusätzliche Einkaufsquellen zu erschließen. Manchmal geht es aber schlicht und ergreifend nur darum, Lieferantenkontakte aufzufrischen und sich über Qualitäts- und Quantitätsansprüche auszutauschen. Auf der anderen Seite legt man bei den Mitgliedshäusern ebenso viel Wert auf Weiterbildung der Mitarbeiter, um etwa über neue Gesetzesvorhaben auf dem Laufenden zu bleiben. Nur wer sich stets auf dem aktuellen Informationsstand befindet, ist auch in der Lage, seinen Kunden ein Sortiment anzubieten, das den aktuellen Produktentwicklungen rund um den Globus Rechnung trägt. Und darüber hinaus über Dienstleistungseigenschaften zu verfügen, mit denen man nicht nur die perfekte Logistik, Produkt- und Materialauswahl zur Verfügung stellen, sondern ebenso auch Auskunft über veränderte gesetzliche Rahmenbedingungen geben kann. Wenn sie beispielsweise das Werbemittelsegment in Unternehmen betreffen.

Bei DIE6 nennt man dies das „Streben nach Innovationsführerschaft“, und zwar in doppeltem Sinn. Zum einen legen die Profis großen Wert auf Aktualität, weshalb auch bei ihnen zahlreiche nationale und internationale Messebesuche im Kalender stehen, vorzugsweise im Frühjahr. Denn schließlich müssen sie gerade hier die Basis für die Inhalte des stets neuesten Werbemittelangebots legen, die sich üblicherweise dann in den brandneuen Frühjahrs- und Herbstkatalogen wiederfinden. Und andererseits möchte man seinen Kunden gerade im Dienstleistungssektor einen Mehrwert bieten, wie er üblicherweise am Markt sonst nur schwer zu finden ist. ■

www.die6.de