

DIE6 Promotion Service GmbH: 25 Jahre am Markt



Beständigkeit ist einer der Erfolgsfaktoren des Werbemittelverbunds DIE6, der 2015 sein 25-jähriges Jubiläum begeht. Am 5. Juni 1990 gründeten sechs Unternehmer aus dem Werbemittelbereich DIE6. Vorher als Markenvertretungen von großen deutschen Zulieferern mit einem Gebiets-schutz ausgestattet, mussten sie sich einem Wandel des Werbemittelmarktes stellen. Der Zusammenschluss war ursprünglich als reine Kataloggemeinschaft geplant, um die Kostenstruktur für alle Beteiligten deutlich zu verschlanken. Gleichzeitig sollte sich der Markenauftritt der jeweiligen Mitglieder verändern, denn ein vergleichbares Medium gab es zum damaligen Zeitpunkt im Werbemittelsektor nicht.

Wegweisende Synergieeffekte

1996 wurde aus der „Kataloggemeinschaft“ mit der DIE6 Promotion Service GmbH ein Unternehmen mit eigenständiger Gesellschaftsform. Schnell erkannten alle Mitgliedsunternehmen, dass eine gemeinsame Servicegesellschaft nicht nur ihre eigene Marktposition verbesserte, sondern sich vielmehr zusätzliche, wegweisende Synergieeffekte ergaben. Die Zahl der Mitglieder wuchs und der Werbemittelverbund DIE6 entwickelte sich über die uneingeschränkte Interessengemeinschaft hinaus zu einer starken Kraft im deutschen Werbemittelmarkt. Im Jahr 2000 folgte dann ein erster gemeinsamer Internetauftritt.

Partnerschaftliche Zusammenarbeit

Seit 2007 steht Holger Kapanski als Geschäftsführer der DIE6 Promotion Service GmbH vor. Seine Credo: „Wir verfolgen eine Philosophie der kontinuierlich positiven Entwicklung. Das verlangt von den Mitgliedsunternehmen die Bereitschaft zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit. Alle Mitgliedshäuser denken und handeln als Full-Serviceunternehmen. Wir in der Zentrale schaffen die Voraussetzungen für einen kontinuierlichen Informationsfluss zwischen den Mitgliedern.“ Im hauseigenen Intranet werden ständig Aktualisierungen hinterlegt, ob sie Einkaufskonditionen, Produktänderungen oder neue Bezugsquellen betreffen. Die Zentrale agiert als Service GmbH zwar eigenständig, ist dabei aber immer auf die Belange des Verbunds und seiner Mitgliedsunternehmen fokussiert.

Daneben versucht man auch, das Werbemittel als unverzichtbaren Bestandteil moderner Marketingkonzepte stärker in den Blickpunkt der Öffentlichkeit zu rücken.

Auf einem guten Weg

Insgesamt befindet sich die DIE6 auf einem guten Weg. Bundesweit erreicht man mit 13 Mitgliedern eine hohe Abdeckung des Marktes. Dazu kommt ein Partnerunternehmen in Wien, das den österreichischen Markt bedient. „Wir haben eine zufriedenstellende Verbreitung und eine überaus stabile Marktposition mit unseren Mitgliedsunternehmen in Deutschland erreicht“, so Aufsichtsratsvorsitzender Heinrich Grübener mit seinem Fazit zum 25-jährigen Bestehen.

Quelle:

http://www.psi-network.de/die6_promotion_service_gmbh_25_jahre_am_markt_28.4825.html