

Goodbye diwi – Hello diwi

diwi 2006 fokussiert sich auf drei Kernbereiche

Die Dienstleistungsmetropole Hamburg wird auch im dritten Jahr in Folge diesem für sie wichtigen Wirtschaftssektor ein eigenes Forum als Business-to-Business-Plattform bieten. Gleich im Anschluss an die diwi 2005 begannen deshalb die Planungen für die diwi 2006.

Um dieses relativ neue Messeformat für Hamburg weiterhin verbessern und im Hamburger Ausstellungskatalog für in der Metropolregion ansässige Unternehmen etablieren zu können, wurde das Konzept der diwi weiterentwickelt. Als Grundlage hierfür diente die Aussteller- und Besucherbefragung aus den letzten beiden Jahren.

Die wichtigste Änderung ist die Fokussierung auf die drei Kernbereiche Marketing, Beratung und Personal, die in den Jahren 2004 und 2005 die Schwerpunkte der Interessen bei Besuchern und Ausstellern bildeten. Mit diesem Dreiklang will sich die diwi klarer positionieren. So kann der Besucher auf einen Blick erkennen, was ihn erwartet und ihm geboten wird. Für jedes der drei Cluster soll ein so-

genannter Leitaussteller – ein auch über die Branche hinaus bekanntes Unternehmen – gewonnen werden, um für noch mehr Transparenz nach außen zu sorgen und gleichzeitig das Interesse gezielt zu wecken. Die Gespräche hierfür laufen auf Hochtouren.

So hat bereits die Deutsche Post Direktmarketing ihr Interesse als Kompetenzpartner für den Bereich Marketing auf dem Kongress signalisiert. Der Leitaussteller und Kompetenzpartner für den Bereich Personal heißt Adecco Personaldienstleistungen, für den Bereich Marketing Stroer Deutsche Städtewerbung. Und auch für den Bereich Beratung werden bereits Gespräche mit interessierten Unternehmen geführt.

Beibehalten wird das gleichzeitige Angebot eines Kongresses, der sich gemeinsam mit der Messe gegenseitig ergänzt. Der Kongress wird dabei durch namhafte Referenten gegenüber dem Vorjahr noch weiter aufgewertet. Im Rahmenprogramm der diwi 2006 sind zudem weitere Veranstaltungen wie eine Preisverleihung und ein mode-

riertes Networkingevent geplant, die zusätzliche Besuchsanlässe bieten werden. Auch das schon in den ersten beiden Jahren sehr gut angenommene Get-together der diwi am Abend des ersten Messetages wird wieder stattfinden und als Kommunikationsplattform für die Aussteller untereinander sowie mit gezielt eingeladenen Kunden dienen.

Die Informationen für interessierte Aussteller werden derzeit verschickt. Die Preise sind in drei Schritten gestaffelt. Als eine weitere Neuerung haben die Unternehmen die Möglichkeit, für den angebotenen Standbau zwischen der Optik „Holz“ und „weiß“ zu wählen.

Weitere Informationen zu den Vorbereitungen gibt die offizielle Website der diwi (www.diwi-messe.de). Dort kann auch der neue kostenlose diwi-Newsletter abonniert werden, der regelmäßig über Neuigkeiten der diwi sowie der Hamburger Dienstleistungsbranche informiert.

jw

Weitere Informationen:
www.diwi-messe.de