



Pressemitteilung

Nr. 17/2018 – Köln, 7. November 2018

BHB - Handelsverband
Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

19. Internationaler BHB-Kongress 2018:

BHB begrüßt DIY-Branche im ehemaligen Deutschen Bundestag

Hohenzollernring 14
50672 Köln

T +49 221 277595-0
F +49 221 277595-79
info@bhb.org
www.bhb.org

- Unter dem Motto „Handel, Marke oder Plattform – wer macht das Rennen im Kampf um den Kunden?“ lädt der BHB am 5. und 6. Dezember die DIY-Branche zum 19. Internationalen BHB-Kongress 2018 nach Bonn
- Neben einem attraktiven Vortragsprogramm bietet das Konzept DIYversum den Teilnehmern zusätzlich wieder die Möglichkeit zur individuellen Schwerpunktsetzung
- Auf der Fachausstellung DIY-Marktplatz können sich Teilnehmer über neue Produkte und innovative Dienstleistungen der DIY-Branche informieren
- Mit dem DIY-Lifetime-Award 2018 ehren BHB und Dähne Verlag Unternehmer Dieter Schulz (Schulz Farben) für sein Lebenswerk

Bankverbindung
Commerzbank AG Köln
IBAN DE85 3704 0044 0200 1493 00
BIC COBADEFF370

Amtsgericht Köln
VR 6919
USt-IdNr. DE 121321365

Hauptgeschäftsführer
Dr. Peter O. Wüst

„Handel, Marke oder Plattform – wer macht das Rennen im Kampf um den Kunden?“ lautet das Motto des diesjährigen 19. Internationalen BHB-Kongresses 2018. Wie kann sich der Baumarkthandel im Kampf der Vertriebsformate positionieren, um nicht Leidtragender eines zunehmenden Verdrängungswettbewerbs zu werden? Welche Unternehmensstrategien sind zukunftsfähig, welche Angebote, Sortimente und Services erwarten die Baumarktkunden in den kommenden Jahren? Diese und weitere Fragen diskutiert der BHB am 5. und 6. Dezember in Bonn mit der nationalen und internationalen DIY-Branche im ehemaligen Plenarsaal des Deutschen Bundestags.

„Der BHB-Kongress als Branchengipfel zum Jahresende entwickelt auch 2018 wieder die erhoffte Anziehungskraft“, betont BHB-Hauptgeschäftsführer **Dr. Peter Wüst**. Hervorzuheben sei neben dem attraktiven Vortragsprogramm auch die Innovations- und Themenpräsentation im Rahmen des Konzepts DIYversum. „Am zweiten Veranstaltungstag können unsere Kongressteilnehmer aus 14 gleichzeitig angebotenen Roundtables, Workshops und Vorträgen ein für sie individuelles Themenprogramm gestalten und so den eigenen operativen Mehrwert des BHB-Kongresses aktiv mitbestimmen. Das innovative Angebot, das wir 2017 erstmals in dieser Form angeboten haben, ist bei den Entscheidern der Branche auf breite Zustimmung gestoßen, so dass wir in diesem Jahr das Angebot sogar nochmals ausgebaut haben“, so Wüst. Mit Blick darauf erwartet der Verband wieder zahlreiche Führungskräfte und Entscheider der Handels- und Herstellerunternehmen zum BHB-Kongress. Besonders freut Wüst, dass nach aktuellem Anmeldestand die Händler mit bisher rund 90 Teilnehmern wieder stark vertreten sind, so unter anderem Vertreter der Unternehmen Bauvista, Eurobaustoff, Garten-Center Kremer, Globus, Hagebau, Hornbach, Jeez, Jumbo, Knauber, Obi und Toom.

BHB-Kongress und Fachausstellung DIY-Marktplatz bieten umfangreiches Informations- und Networking-Programm

Mit Vorträgen namhafter Experten und Referenten der Branche, aus Handel und Industrie, aus Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen, greift der BHB im World Conference Center in Bonn erneut aktuelle Themen und Trends des Branchenmarktes auf. Unter dem Motto

„Handel, Marke oder Plattform – wer macht das Rennen im Kampf um den Kunden?“ diskutieren die Veranstaltungsteilnehmer im ehemaligen Plenarsaal des Deutschen Bundestages die aktuelle Branchenentwicklung des DIY-Marktes, Veränderungen traditioneller Handelsstrukturen in Zeiten des demografischen Wandels und der Digitalisierung, aktuelle Gesellschafts- und Sortimentstrends und erfolgversprechende Kommunikations- und Marketingstrategien am Point-of-Sale. Um es den Teilnehmern zu ermöglichen, auch gezielt eigene Interessenschwerpunkte zu setzen, veranstaltet der BHB wie schon im Vorjahr im Rahmen seines Konzepts DIYversum zahlreiche Parallelsessions zu differenzierten Themenbereichen: Teilnehmer können aus 14 gleichzeitig angebotenen Roundtables, Workshops und Vorträgen die für sie jeweils passenden Themen auszusuchen. Zudem können sich die Kongressbesucher auf der Fachausstellung DIY-Marktplatz, die zeitgleich zum Vortragsprogramm an den beiden Kongresstagen stattfindet, persönlich vor Ort in direktem Kontakt mit den Ausstellern über Innovationen und Neuheiten der DIY-Branche informieren.

„Handel, Marke oder Plattform – wer macht das Rennen im Kampf um den Kunden?“

Der BHB-Vorstand präsentiert zum Kongressaktakt den Teilnehmern einen Einblick in die aktuelle Marktentwicklung der DIY-Branche aus Sicht des BHB. „Wem gehört der Kunde?“ fragt Professor **Werner Reinartz**, Direktor des Seminars für Handel und Kundenmanagement der Universität zu Köln. Dabei greift er die neuen Spielregeln des Wettbewerbs von Handel, Marken und Plattformen auf und skizziert, wie die Digitalisierung die gelernten Wertschöpfungsketten verändert. In seinem Vortrag „Der deutsche DIY-Markt 2018 – Verdrängung statt Wachstum?“ wirft Marktforscher **Klaus Peter Teipel**, Inhaber Klaus Peter Teipel Research & Consulting, auf Basis einer aktuellen Bestandsaufnahme einen Blick in die Zukunft des DIY-Markts und stellt die Frage, wie sich Baumärkte im zunehmenden Verdrängungswettbewerb in den kommenden Jahren behaupten können. **Bodo Janssen**, Geschäftsführer des Hotel- und Ferienwohnungsanbieters Upstalsboom Hotel & Freizeit, greift in seinem Vortrag „Wertschöpfung durch Wertschätzung“ das Thema Personal auf und erläutert, warum eine authentische Unternehmenskultur den Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellen sollte. Wie man mit Pop-up-Stores das Markenerlebnis transportiert und Kunden anspricht, erläutert **Hans Joachim Kleinwächter**, Geschäftsführer Category Management/Marketing der Toom Baumarkt GmbH.

Auch das Thema der Digitalisierung der Unternehmenswelt steht erneut im Fokus. „Lieber falsch digitalisieren als nicht digitalisieren!“ ruft **Mario Wolters**, Head of E-Business bei Technologiedienstleister Alexander Bürkle, den Teilnehmern zu und erläutert dabei wichtige strategische Schritte des Change-Prozesses innerhalb der Unternehmen. Den diesbezüglich notwendigen Wandel in den Denkstrukturen und in der strategischen Unternehmensausrichtung beschreibt **Tobias Krüger**, Bereichsleiter Kulturwandel Otto Group, in seinem Vortrag „Kulturwandel 4.0 in der Otto Group – how to unleash the beast“. Die neue Währung ist Erlebnis pro Quadratmeter, betont **Darijusch Faseli**, Director Shopper Marketing der Werbeagentur Leo Burnett, und beschreibt, wie die Digitalisierung auch Flächenkonzepte und Geschäftsmodelle radikal verändert.

Das im Managementprozess auch mal das Scheitern dazugehören kann, hebt **Ralf Kemmer**, Professor für Kampagnen- und Kommunikationsplanung, hervor. Der Organisator der Fuck-up-Nights in Berlin stellt heraus, dass eine bewusste Fehlerkultur in Zukunft zu einem Erfolgsfaktor werden kann. Zu den weiteren Referenten zählen unter anderem **Alexander Graf** (Spryker), **Boris Hedde** (IFH Köln), **Andreas Häntschi** (Ebay), **Peter Heinrich** (Heinrich Kommunikation), **Adrian Jaroszynski** (Jaroszynski Digital Strategy Consulting), **Oliver Klinck** (Ebay), **Lennart Paul**

(Etribes), **Helmut Ramsauer** (Spin Partners), **Klaus Schäfer** (Gekartel), **Kai Schimmelfeder** (Feder Consulting), **Dr. Eva Stüber** (IFH Köln), **Julian Thielen** (Interseroh), **Stefan Tobel** (Etribes), **Benjamin Thym** (Offerista Group), **Stefan Tümpfner** (TÜV Rheinland) und **Dr. Ansgar Wennemer** (TÜV Rheinland).

DIYversum ermöglicht erneut individuellen Mehrwert

Der BHB ermöglicht es den Kongressteilnehmern auch in diesem Jahr, eigene Interessenschwerpunkte zu setzen: Das zum zweiten Mal im Konzept DIYversum präsentierte Vortragsangebot am zweiten Kongresstag bietet den Teilnehmern die Möglichkeit, aus vielen gleichzeitig angebotenen Roundtables und Vorträgen die für sie jeweils passenden Themen auszusuchen. Dabei werden die angebotenen Sessions in drei Durchläufen hintereinander angeboten. Damit ist es jedem Kongressteilnehmer möglich, individuelle Themeninteressen zu bedienen: Ob Digitalisierung stationärer Shops, E-Commerce im B2B, Spannungsfeld Digitalisierung und Nachhaltigkeit, Fördermittelberatung für Erfolgsunternehmen, umweltbewusstes Verpackungsdesign, korrektes Handling von Explosivgrundstoffen oder Handelskonzepte für E-Commerce-Plattformen – die Parallelsessions bieten wieder eine breite Informationspalette für die Kongressteilnehmer.

Dieter Schulz erhält DIY-Lifetime-Award 2018

Festlich wird es am Abend des ersten Kongresstages: Im Rahmen der traditionellen Galaveranstaltung, die 2018 im Ballsaal des Maritim Hotel Bonn stattfindet, wird Dieter Schulz (Schulz Farben) mit dem DIY-Lifetime-Award 2018 für sein Lebenswerk geehrt. Mit dem Ehrenpreis würdigen der BHB und der Dähne Verlag alljährlich auf dem BHB-Kongress herausragende Persönlichkeiten, die sich um die DIY-Branche verdient gemacht haben.

Pressekontakt

Christoph Schley

Leiter Kommunikation

BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Telefon | +49 221 277595 - 14

Fax | +49 221 277595 - 79

E-Mail | christoph.schley@bhb.org

Über den Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB)

Der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) vertritt als Wirtschaftsverband die Interessen der Handelsbetriebe für Heimwerken, Bauen und Gärtnern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (D-A-CH-Region) sowie weiterer Unternehmen der DIY-Branche aus der Industrie und dem Dienstleistungssektor. Als Verband mit internationaler Ausrichtung ist der BHB in Deutschland, im deutschsprachigen Ausland und über seine Mitgliedschaft in der European-DIY-Retail-Association (EDRA) in ganz Europa aktiv. Dabei vertritt er die wirtschafts- und medienpolitischen Interessen der Branche und tritt in den Dialog mit Politik, Medien, Verwaltung sowie Lieferanten und Dienstleistern. Im Verband sind 22 Handelsorganisationen mit 25 Vertriebslinien und rund 200 Fördermitglieder aus der Industrie und dem Dienstleistungssektor organisiert. Die Branche im weiteren Sinne zählt in Deutschland rund 480.000 Beschäftigte. Der Gesamtbruttoumsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland erreichte 2017 einen Wert von rund 18,45 Milliarden Euro.