

Pressemitteilung

Nr. 01/2018

BHB-Kundenservicepreis 2018: Die Nominierten stehen fest

Köln, 31. Januar 2018. In gut einem Monat wird der BHB-Kundenservicepreis 2018 verliehen. Unternehmen der Do-it-yourself-Branche, die sich auf überzeugende Weise für die Fortentwicklung und den Ausbau der Kundenorientierung einsetzen, erhalten am 5. März im Rahmen des BHB-Forums 2018 in Köln die Auszeichnung für innovative Branchenentwicklungen und Kommunikationslösungen für die Home-Improvement-Branche. Aus den zahlreichen Bewerbungen sind die Nominierten für die Branchenauszeichnung in den vier Kategorien benannt worden.

Mit der feierlichen Preisverleihung avanciert das BHB-Forum in den Kölner Rheinterrassen im Theater am Tanzbrunnen auch 2018 zu einem der Höhepunkte der Internationalen Eisenwarenmesse in Köln. In diesem Jahr werden die Awards in den vier Kategorien „Produktinnovation“, „Prozessinnovation“, „Lösungsorientierte Kommunikation am Point-of-Sale“ und „Strategisches Marketingkonzept“ vergeben.

In der Kategorie „**Produktinnovation**“ sind drei Unternehmen für die begehrte Auszeichnung nominiert. Kärcher geht mit seinem Bodenreinigungsprodukt Floor Cleaner FC 5 in das Rennen. Das Produkt für den Consumer-Bereich erledigt zwei Arbeitsschritte, Staubsaugen und Nassreinigen, auf einmal und gestaltet die Bodenpflege einfacher und effizienter. Fischer präsentiert seine Zweikomponentendübel-Serie „Duo-Line“, die harte Nylongrundkörper und weiche Kunststoffkomponenten im Dübel verbindet und so extrem flexibles Anpassungsverhalten an verschiedene Wandtypen ermöglicht. Der Wettbewerbsbeitrag von Wolf Garten ist der organische „Natura-Bio-Dünger“, der basierend auf umfangreichen Marktstudien entwickelt wurde und als organisches Produkt auf rein pflanzlicher Basis den starken Nachhaltigkeitstrend im Markt bedient.

Für den Branchenpreis im Bereich „**Prozessinnovation**“ nominiert sind die Unternehmen Renz und Baukom. Renz präsentiert mit seiner Abholanlage „myRENZbox“ ein Konzept für die zeitnahe Auslieferung onlinegeorderter Waren. Die Anlage bietet ein elektronisch gesteuertes Schließfachsystem, das es Kunden ermöglicht, jederzeit lokal ihre Ware selbst in den Märkten abzuholen. Baukom geht mit einem neuartigen Röhrenverpackungskonzept für transportempfindliche Spachtelprofile an den Start, mit dem sich Transport- und Lagerschäden von empfindlichen Bauprofilen vermeiden lassen und das so logistischen sowie energetischen Mehraufwand und Zusatzkosten reduziert.

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

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

Beleg erbeten

In der Kategorie „**Lösungsorientierte Kommunikation am Point-of-Sale**“ (POS) sind drei Unternehmen in der Nominiertenauswahl. Gardena bewirbt sich mit seinem handelsoptimierten POS-Konzept für das vertikale City-Gardening-System „Nature-up“, das die Produkte gezielt in Blumen- und Pflanzenabteilungen nah am Kunden mit flächenoptimierten Zweitplatzierungen, Displays und bepflanzten Mustern vermarktet. Fiskars präsentiert sein Produktplatzierungskonzept „Ambassador 2.0“ für seine Gartenhandgeräte mit prominenter Zweitplatzierung im Markt, umfangreichen Produktinformationen vor Ort und saisonalen Werbeaktionen und Onlineaktivitäten. Suki stellt unter dem Motto „Frischer Wind an der Wand“ sein ganzheitliches Magnodur-Shop-in-shop-System für den POS vor, das außerdem mit Informationen in Print und flankierenden Online-Produktvideos für das umweltschonend hergestellte Beschlägesortiment wirbt.

Nominierte in der Kategorie „**Strategisches Marketingkonzept**“ sind McCulloch, tesa und Wolfcraft. McCulloch geht mit seiner mehrstufigen Social-Media-Kampagne „Duell der Maschinen“ ins Rennen, bei der Promi-Influencer in einem inszenierten Schlagabtausch und anschließenden Mäh-Wettkampf mediale Aufmerksamkeit für die McCulloch-Rasentraktoren herstellen. Tesas Wettbewerbsbeitrag ist die multimediale Marketingkampagne für „tesa - cleveres Befestigungs-System“ mit 48 selbstklebenden Anbringungslösungen. Das Konzept präsentiert ein selbsterklärendes Regalsystem am POS, das mit flankierenden TV-Spots und einer Social-Media-Kampagne vermarktet wird. Außerdem nominiert ist Wolfcraft mit seinem 360-Grad-Marketingkonzept für das „DIY-Enabler-Package Laminat“, das Kunden alle Informationen, Werkzeuge und Hilfsmittel für das Laminatverlegen in einer kompakten Station bietet.

Der BHB-Kundenservicepreis zeichnet Unternehmen der DIY-Branche aus, die sich auf überzeugende Weise für die Fortentwicklung und den Ausbau der Kundenorientierung einsetzen. In mehreren Wettbewerbskategorien würdigt die Auszeichnung ganzheitliche Unternehmensleistungen ebenso wie Leistungen auf Produkt- oder Prozessebene. Träger des Kundenservicepreises sind neben dem BHB das Medienhaus RM Handelsmedien GmbH & Co. KG als Medienpartner mit den Fachzeitschriften „baumarktmanager“ und „markt in grün“ sowie die PR-Agentur Faupel Communication als Spezialagentur in den Branchen Bauen, Wohnen und Einrichten. Vorsitzender der fünfköpfigen Jury ist Prof. Roland Mattmüller, Professor am Lehrstuhl für Strategisches Marketing an der EBS Business School und Leiter des IMMF (Instituts für Marketing-Management und Forschung). Im Rahmen der Preisverleihung am 5. März 2018 präsentieren die Veranstalter alle Unternehmen, die in den Kategorien aufgrund besonderer Leistungen nominiert wurden. Anschließend folgt die feierliche Bekanntgabe der Sieger und die Übergabe der Preise an die Vertreter der Siegerunternehmen.

Die Preisträger der vergangenen Jahre waren:

- 2016: Brillux (Kommunikation), Sakret (Gesamtmarketing) kwb (Produkt- und Prozessinnovation), Kreienbaum (Sonderpreis Innovation im Handelsservice), Vorwerk (Sonderpreis Stärkung des DIY-Gedankens)

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

- 2014: Gardena (Kommunikation), Kärcher (Gesamtmarketing), Kwasny (Produkt- und Prozessinnovation), Rasch (Sonderkategorie Kundenorientierte Sortimentsgestaltung)
- 2012: Ultrament (Innovation), Scotts Ceflora (Kommunikation), Inter Union Handels GmbH (Gesamtmarketing), Sonderpreis Nachhaltigkeit: Interseroh
- 2010: Duser (Innovation), Alpina (Kommunikation), Tox Dübel (Gesamtmarketing)
- 2008: Osram (Innovation), Alpina (Kommunikation), Toom Baumarkt (Gesamtmarketing)

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@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 21 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 2016 einen Wert von rund 18,24 Milliarden Euro.