

1. KONGRESSTAG Programm

- 8.30 Uhr** **Eröffnung des DIY-Marktplatzes und Begrüßungskaffee**
- 9.00 Uhr** **Dr. Peter Wüst** (Hauptgeschäftsführer BHB)
Begrüßung und Einführung ins Kongressprogramm
- 9.15 Uhr** **Detlef Riesche** (Sprecher des Vorstandes, BHB, Vorsitzender der Geschäftsführung toom Baumarkt)
Grußwort
 - Markt- und Branchenentwicklung 2016
 - Trends und Kundenbedürfnisse
 - Ausblick 2017
- 9.30 Uhr** **Klaus Peter Teipel** (Research & Consulting)
Der Deutsche DIY-Markt in Zeiten des digitalen Transformationsprozesses
 - Status quo und erste Hochrechnungen für das Jahr 2016
 - Marktausblick 2017
 - Relevanz des E-Commerce und sein Einfluss auf das stationäre Handelsgeschäft im DIY-Markt
- 10.00 Uhr** **Unternehmenstheater Clamotta, Erster Akt**
- 10.15 Uhr** **Bernd Horenkamp** (Vorstand EK/servicegroup)
Meterweise Renner – garden living für den Baumarkt
 - garden living bleibt ein Wachstumsmarkt im Einzelhandel
 - Cross-Selling wird immer wichtiger, braucht aber gute Konzepte
 - Vom Fachhandel lernen: wertig verkaufen
- 10.45 Uhr** **Kaffee- und Kommunikationspause**
- 11.30 Uhr** **Gesprächsrunde smart Home**
Peter Kellendonk (Vorsitzender Eebus Initiative)
Dr. Norbert Verweyen (Geschäftsführer RWE Effizienz)
Dirk Bartlitz (Bereichsleiter DIY, Garten Tengelman E-Stores)
Susanne Behrens (Commercial Director D/A/CH, Philips Lighting)
Sonja Mechling (Head of Sales, Bosch smart Home)
Sascha Schellenberg (Geschäftsführer, Alfred Schellenberg GmbH)
Moderation: Günther Ohland (1. Vorsitzender SmartHome Initiative Deutschland e.V.)

12.40 Uhr Mittagspause

PARALLELFÖREN I

- 13.50 Uhr** **Session 1 – »Scheiter heiter«**
I. Eva Thiel (Clamotta GbR, Coach)
Charisma und innere Haltung
 - Charisma ist erlernbar
 - Das Handwerkszeug für eine bessere Wirkung
 - Vermeidung von selbst auferlegtem Druck
- 13.50 Uhr** **Session 2 – Personal**
I. Andreas Schneider (Ausbildungsleiter, Trumpf)
Azubis einstellen ohne Noten. (Wie) Geht das?!!
 - Potentiale identifizieren und entwickeln
 - Auswahlverfahren und die Wirkung im Personalmarketing
 - Soziale Gerechtigkeit
II. Klaus Michael Schindlmeier (Geschäftsführer Best Western Plus Palatin Kongresshotel und Kulturzentrum GmbH)

Fortsetzung in rechter Spalte

Mit „Breiter Brust“ in die Zukunft – so funktioniert Mitarbeitergewinnung und -bindung in der Hotellerie

- Gewinner des »Top-Job Siegel 2016«
- Employer Branding in schwierigen Branchen
- Transparenz gewinnt

13.50 Uhr **Session 3 – Wettbewerbsbedingungen 2.0**

I. **Torben Kasimzade** (Vice President Twercs)

Twercs von Vorwerk: Next Generation DIY

- Vorwerks neues Start-up Twercs belebt den DIY-Sektor
- Weltweit einzigartiger Ladekoffer mit 4 Akku-Werkzeugen spricht neue Zielgruppen an
- Ein neues DIY-Erlebnis mit der Kreativwelt von Twercs, verkauft im Multikanal-Vertrieb

II. **Thomas Graber** (Inhaber Thomas Graber Management Training/Geschäftsführer Gesellschafter Graber GmbH)

Zukunftsperspektiven in der Schnittstelle von Handwerk, Fach- und Baumarkthandel

- Kundenansprüche im Wandel (Service, Qualität, Preis)
- Paradigma: Fachkompetenz vs. günstige Dienstleistung (Garantie & Nachhaltigkeit)
- Markt- und Preispolitik (Trendprognosen)
- Chancen für den Baumarkthandel

15.00 Uhr **Ralf Rahmede** (Geschäftsführer Herstellerverband Haus & Garten)

Aus Flüchtlingen Mitarbeiter machen

- Ein Engagement durch das alle gewinnen
- Wie macht man einfach mit?
- Wie werden wir dieser Verantwortung gerecht

15.15 Uhr **Jörg Lehnerdt** (Niederlassungsleiter BBE Handelsberatung Köln)

Nachfragepotenziale durch Zuwanderung: Profitiert auch die DIY-Branche?

- Demographie, Migration, Flüchtlingskrise: aktuelle Entwicklung
- Kaufkraft und Einkaufsverhalten: Einzelhandel und DIY
- Perspektive: Wenn aus Flüchtlingen „normale“ Konsumenten werden

15.45 Uhr **Kaffee- und Kommunikationspause**

16.15 Uhr **Baumpflanzaktion: Alain Paul** (Holz.ConZert)



16.20 Uhr **Ideen für die Branche** von

- 1. Michael Volland** (Geschäftsführer xplace GmbH)
 - Stark für die Zukunft: Wie die digitale Transformation mehr Service und Effizienz in den Handel bringt
- 2. Marc Gerstner** (Senior Sales Director Retail D/A/CH & International Key Account Management LEDVANCE)
 - Chance Disruption am Beispiel des Lichtmarktes
- 3. Jörg Detlefs** (Arvato Bertelsmann)
 - Smart Home Absatz erhöhen
- 4. Andreas Bicking** (Vice President Product Development - DHL Paket)
 - Wie online einkaufen Ihnen Kunden noch mehr Freude macht.
- 5. Kerstin Schmitz-Mohr** (Vorstand DIY Academy AG)
 - Web Based Trainings“ für den Handel

Fortsetzung auf rechter Seite

2. KONGRESSTAG Donnerstag 8. Dezember 2016

16.45 Uhr Unternehmenstheater Clamotta, Zweiter Akt

17.00 Uhr Ende des ersten Kongresstages

18.45 Uhr Shuttelbusse von den Hotels ins Maritim Hotel Bonn

19.00 Uhr Beginn DIY Lifetime Awards / Galaveranstaltung

2. KONGRESSTAG Programm

9.00 Uhr Dr. Peter Wüst (Hauptgeschäftsführer BHB)
Begrüßung zum zweiten Kongresstag

9.05 Uhr Michael Mette
(stellvertr. Geschäftsführer, IKEA Deutschland)
Die Multichannel Transformation bei IKEA
• Globales Multichannel Transformation Projekt IKEA
• Market Penetration Plan IKEA Deutschland
• Multichannel Masterstore Berlin Lichtenberg

9.30 Uhr Dr. Jannika Bock (Google Germany Gmb)
**Was DIY-Kunden wirklich suchen:
ein Blick in die Google Suchdatenbank**

10.10 Uhr Kaffee- und Kommunikationspause

PARALLELFÖREN II

10.50 Uhr **Session Google 1**
**Das Smartphone gehört in den Werkzeugkasten:
eine mobile Strategie für den DIY**
Gregor Plath (Industry Manager Retail, Google Germany)
• Überblick zu mobilen Trends, Entwicklung & Suchverhalten im DIY
• Welche Rolle spielt das Smartphone im Recherche Prozess und was lässt sich daraus für (stationäre) Händler ableiten?
• Was für Handlungsempfehlungen lassen sich daraus ableiten für eine mobile Strategie für Händler in der DIY Branche?

10.50 Uhr **Session Google 2**
**„How to“-Videos und mehr:
erfolgreiches Content Marketing für den DIY**
Jan Schiecke (Industry Manager Retail, Google Germany)

- Wie kann man Google Tools nutzen, um Themen zu identifizieren, nach denen gesucht wird und somit relevanten Content zu erstellen
- Welche Google Werbeformate eignen sich, um die Sichtbarkeit von dem eigenen Content schlaue zu erhöhen

10.50 Uhr **Session Google 3**
From Clicks to Bricks: wie digitale Maßnahmen den stationären Abverkauf treiben
Tobias Pohl (Industry Manager Retail, Google Germany)
• Welche Möglichkeiten gibt es den Einfluss von Online Werbung auf das stationäre Geschäft zu messen?
• Was für unterschiedliche Werbeformate bietet Google an, für die jeweiligen Ziele eines Unternehmen?

12.00 Uhr **Martin Langhauser** (Director GfK Shopper)
**Strukturen, Trends & Potenziale im
DIY- & Renovierungsmarkt**
• Wie kaufen die Kunden in Deutschland im Warenbereich DIY ein?
• Welche Trends und Entwicklungen gibt es im Renovierungsmarkt?
• Wie verändert E-Commerce die Marktstrukturen?
• Welche Rolle spielen Pure-Online Händler?

12.30 Uhr **Michael Fuchs**
(Senior Projectmanager, Konzept & Markt GmbH)
Dr. Joachim Bengelsdorf (Chefredakteur, Dähne Verlag)
**Nachhaltigkeit/Wohngesundheit/Ökologie
– Trend oder Lippenbekenntnis?**
• Studienvorstellung
• Besitzt das Thema Nachhaltigkeit wirklich Relevanz beim Verbraucher?

13.00 Uhr Unternehmenstheater Clamotta, Dritter Akt

13.10 Uhr Zusammenfassung/Verabschiedung

anschl. Gemeinsamer Lunch

DIE MEDIENPARTNER

baumarktmanager

baumarktmanager ist das Marketingmagazin der Do-it-yourself-Branche. Die Zeitschrift erreicht den gesamten Einzelhandel mit Do-it-yourself-Abteilungen sowie den spezialisierten Betriebsformen mit Bau, Heimwerker- und Gartenbedarf. Schwerpunkt der redaktionellen Konzeption sind Reportagen aus dem In- und Ausland, Marktübersichten, Darstellung von Marketingkonzeptionen sowie aktuelle Meldungen aus der Do-it-yourself-Branche. Ein Großteil des redaktionellen Inhalts erscheint exklusiv nur im baumarktmanager.

diy

diy ist das Fachmagazin für die gesamte Do-it-yourself-Branche. Zielgruppen sind Bau- und Heimwerkermärkte, Baustoffhandlungen, Fachmärkte mit Do-it-yourself- und Gartenabteilungen sowie Gartencenter. Neben aktuellen Nachrichten über die Entwicklung in Industrie und Handel, Personalmeldungen, Firmenportraits, Reportagen von Neueröffnungen, Messevor- und -nachrichten sowie Produktvorstellungen enthält jede Ausgabe Analysen des Branchengeschehens und statistische Daten.

baustoffmarkt

Der **baustoffmarkt** ist das Wirtschaftsmagazin für die Baustoffbranche und hat ein eigenständiges inhaltliches Profil mit einer klar definierten Zielgruppe. Er ist Informations-Mittler zwischen Industrie- und Handel und ist das Medium für Führungskräfte in der Baustoffbranche. Die Führungskräfte der Baustoffbranche kennen, lesen, nutzen und schätzen „ihr Branchenblatt“. Der „baustoffmarkt“ ist zugleich offizielles Organ des Bundesverbandes Deutscher Baustoff-Fachhandel.

DIY International

DIY International ist das Fachmagazin für die internationale Do-it-yourself- und Gartenbranche. Die Zeitschrift erscheint in Englisch und wird vom DIY-Handel weltweit gelesen. In jeder Ausgabe sind Berichte über Entwicklungen im internationalen DIY-Handel, aktuelle Meldungen, Vor- und Nachberichte zu wichtigen Fachmessen, ausführliche Länderberichte mit Statistiken und Analysen, Portraits von Herstellern von Heimwerker- und Gartenprodukten sowie Meldungen zu Produktneuheiten enthalten. Korrespondenten vor Ort analysieren das regionale Marktgeschehen