

"Der deutsche Online-Handel hat Weltklasse-Niveau in jeder Disziplin"

✘ Praxiszentrierte Veranstaltungen nach US-amerikanischem Vorbild sind bei uns selten. Die bevh 2.015 nimmt daher eine Sonderstellung unter den E-Commerce-Events ein. Doch ist es um das Shopbetreiber-Know-how so schlecht bestellt, dass es extra dazu eine Veranstaltung geben muss?

Die bevh 2.015 bezeichnet sich selber als Workshop-Konferenz und hat den Schwerpunkt seiner Inhalte ausschließlich auf praktisches Shopbetreiber-Wissen gelegt. Wenn sich vom 15. bis 16. April 2015 in Hamburg die Tore der bevh 2.015 öffnen, erwartet die Teilnehmer „zwei Tage Praxiswissen pur“ versprechen die Veranstalter.

Das Konzept der Veranstaltung scheint bei den Online-Händlern anzukommen. Denn die diesjährige Workshop-Konferenz gibt es bereits seit 20XX. Das Themenspektrum ist dabei breit gefächert und deckt SEO und Conversion, Targeting in Display und E-Mail, Optimierung für Mobile und Video, agile Projektentwicklung und schlanke Wachstumsorganisation ab.

Wir haben Martin Groß-Albenhausen, Geschäftsführer der bevh Services GmbH gefragt, was das Besondere an der Veranstaltung ist und warum der Fokus auf die Praxis für die Entwicklung der Branche und seiner Teilnehmer so wichtig ist.

Der deutsche Online-Handel hat Weltklasse-Niveau in jeder Disziplin

✘ **shopbetreiber-blog:** Die meisten Fachkongresse haben Strategien, Trends und Visionen für die Branche im Fokus. Was macht die bevh 2.015 anders, um sich hier vom Wettbewerb abzuheben?

Martin Groß-Albenhausen: Die bevh 2.015 ist eine Workshop-Konferenz. Hier geht es darum, wie man die Strategien und Visionen im Tagesgeschäft realisiert, und zwar durch Exzellenz in der Detailarbeit. Bei uns lernt man, wie man seine Produktdaten richtig organisiert, wie man Marketingbudgets richtig gemäß Customer Journey attribuiert oder wie man mit schlanken Methoden „minimum viable products“ rasch testet. Es geht um die konkrete Umsetzung, nicht die abstrakte Theorie.

shopbetreiber-blog: Ist es um das praktische Wissen der interaktiven Händler so schlecht bestellt, dass es eine spezielle Veranstaltung dazu braucht?

Groß-Albenhausen: Nein, aber die Herausforderungen wachsen jedes Jahr und mit jedem neuen Kanal. Die Halbwertszeit des Fachwissens wird immer kürzer, und die Skills reichen längst nicht mehr. Linkmarketing 2010 hat nichts mehr mit Linkmarketing 2015 zu tun. Aber im eigenen Haus kann man die vielen Neuerungen gar nicht aufnehmen; deshalb bringen wir einmal im Jahr alle die Themen durch praxisnahe Experten auf die Bühne, die in unseren Arbeitskreisen als wichtige „Baustellen“ diskutiert werden.

shopbetreiber-blog: In welchen Disziplinen des interaktiven Handels sind deutsche Händler Weltklasse, wo könnten sie noch nachbessern?

Groß-Albenhausen: Wir haben Weltklasse-Niveau in jeder Disziplin - aber eben nicht in jedem Unternehmen. Deshalb gibt es auch fast in jedem Segment etwas nachzubessern oder auch „wieder“ zu lernen. Denn viele Händler können nicht alle Disziplinen gleich intensiv betreiben. Die Verschiebung des Fokus aus SEA in SEO führt dazu, dass man rasch im SEA/PLA-Geschäft nachholen muss. Da reichen oft wenige Monate aus.

shopbetreiber-blog: In welchen Veranstaltungsformaten können die Teilnehmer das Praxiswissen abrufen?

Groß-Albenhausen: Wir haben drei wesentliche Formate:

Masterclasses sind eher Vortrags-orientiert und deshalb mit 60 Minuten auch kompakt.

Workshops enthalten deutlich mehr interaktive Element. Die Experten teilen die Gruppen manchmal in kleine Teams auf, sammeln und reflektieren Vorschläge und Erfahrungen der Teilnehmer oder lassen sie an Muster-Cases ihre Ansätze ausprobieren. Dafür sind 90 Minuten, in manchen Fällen auch 180 Minuten vorgesehen.

Clinics sind sehr individuelle Sessions, in denen die Teilnehmer ihre eigenen Shops oder Kampagnen von den Experten und den Kollegen analysieren und verbessern lassen. Mein Eindruck ist, dass viele etwas Angst haben, hier „kritisiert“ zu werden. Dabei finde ich, dass man nirgendwo mehr Wert erhält, als wenn 30 Experten (denn auch die Kollegen haben ja extrem viel Erfahrung) Tipps geben.

shopbetreiber-blog: Was sind für Sie die drei absoluten Knaller-Referenten auf der bevh 2.015? Was zeichnet deren Vorträge aus?

Groß-Albenhausen: Ach, da gibt es so viele... Ich freue mich besonders darauf, dass wir in diesem Jahr Praktiker haben, die an eigenen Projekten vorstellen, wie sie mit welchen Tools welche Erfolge erreicht haben. Knaller sind natürlich immer wieder die Vorträge von André Morys und Erik Siekmann. Aber wir haben auch extrem spannende Themen wie Pricing-Strategien oder Amazon-SEO. Wir wollen die Händler ja fit machen, um in einer von Marktplätzen geprägten E-Commerce-Landschaft erfolgreich zu bestehen. Das ist unsere Aufgabe als E-Commerce-Verband

2 Freikarten für die bevh 2.015 zu gewinnen

Hier im Blog verlosen wir zwei Freikarten für die Teilnahme an der bevh 2.015 inklusive der Abendveranstaltung. Alles was Sie dafür tun müssen:

Schicken Sie uns bis zum 31. März 2015 eine E-Mail an events@trustedshops.com. Die Gewinner werden aus den eingegangenen E-Mails ermittelt und von uns am 03. April 2015 mit separater Mail benachrichtigt.

Wir wünschen Ihnen viel Glück.