

Zum Tod von Stefan Thurn

Nach kurzer, schwerer Krankheit verstarb Stefan Thurn, langjähriger Präsident des Bundesverband Deutscher Baustoff-Fach-



handel – BDB und Mitinhaber des Mainzer Baubedarfsspezialisten J.N. Köbig GmbH, am 26. August 2020. Seit 1996 führte er gemeinsam mit seinem Bruder Markus in fünfter Generation die Köbig-Gruppe.

Seit zwölf Jahren war der 57-Jährige auch Präsident des BDB mit aktuell rund 840 Mitgliedern. Das Ehrenamt hatte er 2008 nach der Fusion der Baustoff-Landesverbände zu einem einheitlichen Bundesverband übernommen. Sein Credo lautete bei dieser Aufgabe immer: „Verbandsarbeit und berufsständische Interessenvertretung ist immer auch Unternehmerarbeit“. Zu diesen Auf-

gaben zählte auch die Mitgliedschaft im Gesprächskreis Baustoffindustrie im BDB. Als Sprecher des Vorstandes in diesem Verein, der wie kaum ein anderer Verband mit den marktführenden Herstellern der Branche vernetzt ist, pflegte er den für ihn extrem wichtigen Kontakt zur Baustoffindustrie. „Stefan Thurn war in den entscheidenden Momenten ein Meister der Diplomatie, der gesichtswahrende Lösungen auf den Weg brachte“, so die BDB-Vizepräsidentin Katharina Metzger. „Sein überraschender Tod ist für uns ein herber Schlag“.

Wechsel in der Kommunikation



In der Unternehmenskommunikation steht ein Generationswechsel an. Nach über 14 Jahren gibt Bereichsleiter Franz-Josef Segin am 1. Januar 2021 aus Altersgründen die Führung ab. Sein Nachfolger wird Thorsten Schmidt. Er ist in der Branche als erfahrener Fachredakteur bekannt und arbeitet bereits seit dem 1. Oktober in der Kooperationszentrale in Bad Nau-

heim. Zuletzt war er in der Rudolf Müller Mediengruppe als Senior Manager Programm tätig. Er verantwortete damit unter anderem das offizielle Verbandsorgan „BDB – Bundesverband Deutscher Baustoff-Fachhandel“ und das Wirtschaftsmagazin Baustoffmarkt.

„Thorsten Schmidt kenne ich bereits seit über 20 Jahren und habe mit ihm acht Jahre im gleichen Verlag, damals aber in unterschiedlichen Redaktionen zusammengearbeitet“, sagt Franz-Josef Segin. Ende 1998 startete Schmidt zunächst mit der redaktionellen Betreuung der Fachzeitschrift Schloss+Beschlagnmarkt im Wohlfarth-Verlag, Duisburg. 2004 übernahm er als Chefredakteur die Verantwortung für diesen Programmbereich. Mit dem Verkauf des Wohlfarth Verlages an die Rudolf Müller Mediengruppe in Köln 2010 wechselte der heute 55-Jährige auf die Position des Senior Manager Programm und war damit auch für den Baustoffmarkt verantwortlich.

Dr. Eckard Kern freut sich, einen so profunden Branchenkenner für die freiwerdende Position gefunden zu haben: „Ich kenne Thorsten Schmidt bereits aus vielen Veranstaltungen des BDB. Er bringt alle Voraussetzungen für diese Position mit, sicher in der Außenwirkung in der Branche zu kommunizieren. Er wird die Kommunikation intern und extern noch stärker auf die neuen Anforderungen innerhalb einer sich stark verändernden Medienlandschaft fokussieren.“

Neuzugänge in der Bauen+Leben-Systemzentrale

Stefan Lückgen ist neuer Einkaufsleiter in der Bauen+Leben-Systemzentrale. Mit seinen gesammelten Erfahrungen bei der Metro-Gruppe als Hauptabteilungsleiter im Bereich Einkauf könne er perfekt unterstützen. Stefan Lückgen verfüge über Erfahrungen in der Personalentwicklung sowie dem Ausbau eines Onlineshops und der Verantwortung diverser Warengruppen. Außerdem habe Lückgen in der Vergangenheit diverse Führungs- und Ertragsprozesse ausgebaut und als Schnittstelle zwischen dem Marketing und Vertrieb fungiert.



Barbara Plum wird ab 1. November die Marketingleitung der Bauen+Leben-Systemzentrale übernehmen. Plum war zuletzt acht Jahre bei der Stark Deutschland GmbH (vormals: Saint-Gobain Building Distribution Deutschland GmbH) als Teamleiterin und Marketing Managerin tätig. In der Vergangenheit hat sie ergänzend zur übergeordneten Verantwortung aller Vertriebs- und Eigenmarken das Geschäftsfeld Tiefbau intensiv betreut und entsprechende Maßnahmenplanungen, PR- und Kommunikationskonzepte entwickelt. Zudem hat Plum erfolgreich und zielführend Projekte wie z. B. Markenfusionen, Markenentwicklungen und den Ausbau von Eigenmarken sowie Vertriebsmarken durchgeführt. Neben ihrem Know-how im Bereich strategischer Marketingkonzeption weist Plum tiefes Fachwissen im Veranstaltungs- und Projektmanagement auf.