



03./04. Juni 2025

#Strategiegipfel

B2B Marketing & E-Commerce

Multi-Touchpoint-Strategien

Personalisierung und Kundenbindung

Produkt- & Kundendatenmanagement

Digitale Lead-Generierung

Data Driven Business

Mit spannenden Case Studies aus Unternehmen wie:



project
networks

Mit Unterstützung von:



Wir bringen Entscheider zusammen.



03./04. Juni 2025



Grand Hotel Esplanade Berlin



Networking Dinner im
Umspannwerk Ost

Die Herausforderungen im B2B-Digitalgeschäft, insbesondere im Digital Marketing und im E-Commerce, sind so vielfältig wie entscheidend für den Erfolg. Neben der digitalen Customer Journey stehen Themen wie die Digitalisierung im Fokus.

Die steigenden Anforderungen an den Umgang mit Kundendaten erfordern zudem verstärkte Aufmerksamkeit, insbesondere vor dem Hintergrund neuer Rahmenbedingungen und Regulierungen.

Für B2B-Unternehmen bedeutet dies, die Transformation noch schneller voranzutreiben und eine digital-first-Strategie zu verfolgen. Silos werden aufgelöst, und Customer Centricity wird zur obersten Priorität.

Multichannel-Kommunikation und die personalisierte Ausspielung von Inhalten über die richtigen Kanäle sind dabei zentrale Herausforderungen, denen sich Unternehmen stellen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und die Erwartungen ihrer B2B-Kunden zu erfüllen.

KI rückt dabei immer mehr in den Fokus und bietet zunehmend Potentiale, Prozesse zu optimieren und neue Revenue-Streams zu erschließen.

Nutzen Sie die Möglichkeit, aus zahlreichen Case Studies wertvollen Input für das eigene Business mitzunehmen und Ihr Netzwerk mit anderen Marketing- und E-Business-Praktikern auszubauen!



Zielgruppe
Leiter/Geschäftsführer
Marketing/ CMO
Leiter E-Business/ Digital
Business
Leiter E-Commerce
Leiter Digital Sales
Leiter Digital Marketing

Moderation:



Susanne Trautmann
Innovation Growth Strategist
Marketing Canvas



Andreas Hart
E-Commerce & Customer Experience
Expert



ANMELDUNG

project-networks.com/events/b2b-marketing-e-commerce/registration/

TAG 1 | 03. Juni 2025

- 08.00 Registrierung
- 08.30 Eröffnung der Veranstaltung durch die Vorsitzenden



08.40-
09.40

Podiumsdiskussion

Von der Story zur Skalierung: Erfolgreiches B2B Marketing & E-Commerce mit KI, Mitarbeitern und optimierten Prozessen

BEST PRACTICE VORTRÄGE



09.45-
10.15

STREAM 1
Feuer und Fortschritt: Wie E-Commerce die B2B-Branche neu entfacht

Jürgen Eppinger, Geschäftsführer Rosenbauer E-Commerce GmbH und Head of Digital Marketing, Rosenbauer Group



rosenbauer

STREAM 2
Technik trifft Emotion: Storytelling für erklärungsbedürftige Produkte

Michaela Landwehr, Head of Marketing, Events & Internal Communications, Continental



Continental

10.15-
10.30

Kaffee- & Teepause



10.30-
11.00

STREAM 1
Scale Beyond Borders: Strategies for Global B2B E-Commerce Growth

Henryk Börngen, Head of Platform Sales & Opportunity Management, Schaeffler



SCHAEFFLER

STREAM 2
Eine KI hat den Vortrag geschrieben und die Marketing-automatisierung hat sie eingeladen. Was wird ein Marketeer zukünftig können müssen?

Christian Jacob, Leiter Marketing, EFAFLEX



EFAFLEX
schnelle und sichere Tore



11.05-
11.35

STREAM 1
Einführung der führenden E-Commerce-Kundenerfahrung im B2B-Bereich

Philipp Höfner, Head of E-Commerce, Siemens



SIEMENS

Fortsetzung Tag 1

STREAM 2
Wissen statt Werbung: Strategischer Content für mehr Reichweite und Thought Leadership

Elisabeth Fey, Head of Strategic Marketing, SCHOTT



SCHOTT



11.40-
12.40

Networking Sessions

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern.



11.45-
12.35

Workshop

Ein E-Commerce-Shop macht noch keinen Digitalvertrieb: Workshop zu kundenzentrierten B2B-Plattformen

TBA, SAP



12.40-
13.40

Mittagspause

BEST PRACTICE VORTRÄGE



13.40-
14.10

STREAM 1
Integration eines External Identity Providers – one identity über alle Linde Anwendungen hinweg

Matthias Müller, Associate Director Bus Apps eChannel & ePayments, Linde Gas



STREAM 2
Multichannel meets Leadkampagnen im B2B E-Commerce

Phillip Eweka, Head of E-Commerce, The Mobility House



THE MOBILITY HOUSE
Charging



14.15-
15.45

Networking Sessions

BEST PRACTICE VORTRÄGE



15.50-
16.20

STREAM 1
Das Onlineshop-Spiel ist ausgespielt – wie wir mit digitalen Services unsere Kunden begeistern

René Becker, e-Business Leiter, Zajadacz



/zajadacz

Fortsetzung Tag 1

STREAM 2

Jenseits von Clicks und Besuchern-Fallstudie: Wie misst man Erfolg von Marketingaktivitäten

Jörg-Holger Krause, Manager Digital Transformation – Global Sales & Marketing Excellence, SABIC



16.25-
17.55

Networking Sessions



16.30-
17.20

Workshop

Marketing kann es nicht allein – Nur ein ganzheitliches Customer Journey Management sichert den Erfolg!

Kai-Uwe Weser, Unit Lead Mission Owner & Sales Manager,
Annett Michel, Unit Lead Client Services & Processes,
mellowmessage



BEST PRACTICE VORTRÄGE



18.00-
18.30

STREAM 1

B2B Omnichannel: eCommerce Deployment ist kein Go2Market!

Jens Hegenberger, Global Head of eBusiness, Wacker Neuson



STREAM 2

Influencer - viel mehr als nur bezahlte Werbepartnerschaften

Stefan Holitschka, Leiter B2B Digital Marketing, Gira Giersiepen



18.35-
19.05

STREAM 1

Digital Customer Experience bei Tork: Herausforderungen, Erfolge, Grenzen

Veronika Schmidbauer, Omnichannel CX Manager, Essity



STREAM 2

Programmatic Marketing: Wie wir als hidden champion den Weg ins moderne Marketing gehen – eine aufregende Reise durch die Untiefen der Marketing Trends

Dominik Lassonczyk, Marketing Director, DENIOS



19.30

ABFAHRT ZUM NETWORKING DINNER

TAG 2 | 04. Juni 2025

08.30 Eröffnung des zweiten Veranstaltungstages



08.40-
09.40

Impulsvorträge und Roundtables

Roundtable 1

Der B2B Vertrieb transformiert sich. Wie motiviert man Vertriebsmitarbeiter, komplexe Maschinen via eCommerce zu verkaufen, anstatt traditionell per Auftragsblock?

Jens Hegenberger, Global Head of eBusiness, Wacker Neuson



Roundtable 2

Synthetisches Marketing – Eine Gefahr für die Glaubwürdigkeit von Brands und Brand Values im B2B-Marketing

Thomas Bauer, Senior Sales Consultant, WK IT



Roundtable 3

Der klassische B2B-Vertrieb wird zu 75% automatisiert und zu 80% virtuell

Ralf Dietle, Head of Corporate Branding & Online Development, Bürkert Fluid Control Systems



Roundtable 4

Zukunft Marketing: Ist der CMO der neue GF oder CEO von morgen? Wie werden sich Strukturen verändern und was müssen wir tun, um darauf vorbereitet zu sein

Christian Jacob, Leiter Marketing, EFAPLEX



09.50-
11.20

Networking Sessions

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern

BEST PRACTICE VORTRÄGE



11.25-
11.55

STREAM 1

Online Sales B2B – Kundenbedürfnisse sind King

Anny-Margrit Kurpiela-Geuther, Leitung Digitales Vertriebsmanagement, Volkswagen



STREAM 2
Rebranding als Chance zur Optimierung der Customer Experience

Dirk Rockendorf, Head of Marketing Aftermarket, Continental



Continental



12.00-
13.00

Networking Sessions



12.05-
12.55

Workshop

Funnel Management: Messbar mehr E-Commerce Erfolg mit Data-Driven Marketing - Wissensvermittlung plus praktische Übung anhand von zwei Funnel-Szenarien.

Lutz Klaus, Gründer und Inhaber, Marketing ROI Experts



Marketing ROI Experts

13.00-
14.00

Mittagspause

BEST PRACTICE VORTRÄGE



14.00-
14.30

STREAM 1
Preisgekrönter B2B Webshop - 100% Umsatzsteigerung durch konsequente Ausrichtung der Customer Journey

Frederick Schäfer, Director Digital Sales, Leuze



Leuze

STREAM 2
B2B Marketing als Treiber der digitalen Transformation - wie Marketing (und Sales) bei WIKA zukunftsicher aufgestellt wird

Dirk Miller, VP Corporate Marketing Excellence, WIKA



WIKAI



14.30-
15.00

STREAM 1
Variantenkonfiguration - Wie wir es umgesetzt haben und wie wir den dreistufigen Vertrieb darüber im Onlineshop abbilden

Richard Schäfer, Teamleiter E-Commerce, Siegenia Gruppe



SIEGENIA
brings spaces to life

STREAM 2
Kommunikations- und Lead-Automatisierung mit KI im B2B-Umfeld – ein erfolgskritischer Faktor

Christian Gold, Senior Manager Global Online Communications, Voith Group



VOITH

15.00-
15.10 Kaffee- & Teepause

Data-Driven-Experience (DDX) - Herausforderungen und Chancen im Unternehmen

Ralf Dietle, Head of Corporate Branding & Online Development, Bürkert Fluid Control Systems



bürkert
FLUID CONTROL SYSTEMS

Zählen was zählt! Globales Messedashboard für mehr Erfolg

Sven Bedö, Leitung Globales Marketing, Flottweg



Flottweg

16.10 **WRAP UP**

PARTNER:



SQLI
DIGITAL
EXPERIENCE

ANMELDUNG: »project-networks.com/events/b2b-marketing-e-commerce/registration/«