



12./13. November 2025

#Strategiegipfel

B2B E-Commerce & Marketing

Customer Journey & Personalisierung

KI-gestütztes Marketing & E-Commerce

Content-Relevanz & Multichannel-Strategien

Markenentwicklung & digitale Plattformen

E-Commerce-Innovation & Go-to-Market

Fokus & Effizienz in Krisenzeiten

Mit spannenden Case Studies aus Unternehmen wie:

SARTORIUS

Makita

EVONIK
Leading Beyond Chemistry

HEIDELBERG

TRUMPF

Heraeus

VOITH

ALSTOM

vossloh

project
networks

Mit Unterstützung von:

bevh
Der E-Commerce Verband

bvik

“ Wir bringen Entscheider zusammen.



12./13. November 2025



Networking Dinner auf dem
Berliner Fernsehturm



Hotel ABION Spreebogen Berlin

Die Themen im B2B-Digitalgeschäft entwickeln sich rasant weiter – und mit ihnen die Anforderungen an E-Commerce und Marketing.

Die diesjährige Agenda greift zentrale Herausforderungen auf: von der Customer Journey im preisgekrönten Webshop über den gezielten Einsatz von KI bis hin zu neuen Strategien für Content, Markenentwicklung und digitale Vertriebsmodelle.

Dabei zeigt sich, dass neben technologischem Fortschritt der persönliche Kundenkontakt und eine klare strategische Fokussierung entscheidend bleiben. Die Transformation zum integrierten Systemhaus, die Digitalisierung im Maschinenbau oder der direkte Weg zum Endkunden sind Beispiele für den Wandel, der heute in vielen B2B-Branchen Realität wird.

Künstliche Intelligenz gewinnt weiter an Bedeutung – ob zur automatisierten Produktdatenpflege oder als Umsatztreiber im E-Commerce. Gleichzeitig stellen Budgetrestriktionen, organisatorische Komplexität und die Notwendigkeit kanalübergreifender Kommunikation hohe Anforderungen an Teams und Tools. Neue Go-to-Market-Konzepte, Sales-Marketing-Alignment sowie orchestrierte Customer Journeys werden zum Schlüssel für Wachstum und Differenzierung im Wettbewerb. Nutzen Sie die Gelegenheit, anhand konkreter Case Studies Einblicke in erfolgreiche Strategien zu gewinnen – und vernetzen Sie sich mit Fachkolleg:innen, um gemeinsam neue Wege im B2B-Marketing und Vertrieb zu gehen.

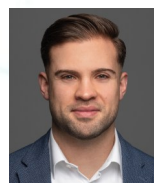


Zielgruppe
Marketingleiter
Leiter E-Commerce
Leiter Digitales Marketing
Leiter Digitale Transformation
Leiter Digitaler Vertrieb

Moderation:



Susanne Trautmann
Go-to-Market Strategist & Founder
Marketing Canvas



Lennardt Söhngen
E-Commerce Expert
FIR an der RWTH Aachen



ANMELDUNG

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

TAG 1 | 12. November

- 08.00 Registrierung
- 08.30 Eröffnung der Veranstaltung durch die Vorsitzenden



08.40-09.40 **Podiumsdiskussion**

E-Commerce & Marketing im Wandel: Wie personalisierte Erlebnisse, smarte Prozesse und Technologie gemeinsam Wachstum schaffen

Susanne Trautmann, Go-to-Market Strategist & Founder, Marketing Canvas

Lennardt Söhngen, E-Commerce Expert, FIR an der RWTH Aachen

Lucas Bergstroem, Vice President ISV Partnerships, SAP Emarsys

Maria Haag, Leitung Customer Journey & Campaign Management, FESTO

Lars Hanf, Global Head of Marketing, SVP, Sartorius

Nicolas Scholz, Head of Customer Engagement Solutions, Bühler



MARKETING
CANVAS



fir
an der
RWTH Aachen



SAP Emarsys



FESTO



SARTORIUS



BUHLER

BEST PRACTICE VORTRÄGE



09.45-10.15 **STREAM 1**
Preisgekrönter B2B Webshop - 100% Umsatzsteigerung durch konsequente Ausrichtung der Customer Journey

Frederick Schäfer, Director Digital Sales, Leuze



Leuze

STREAM 2
Go-to-Market im B2B: Zwischen Strategie, Struktur und Story – Was erfolgreiche Markteinführungen wirklich brauchen

Dr. Frank Liess, Head of Division Global Marketing, GEMÜ Gebr. Müller Apparatebau



GEMÜ

10.15-10.30 Kaffee- & Teepause



10.30-11.00 **STREAM 1**
eBusiness im Maschinenbau – „nur“ ein Puzzleteil im Big Picture, aber ein sehr guter Startpunkt für die Digitalisierung

Patrick Lis, Director eBusiness & UX/UI Services, Voith



VOITH

STREAM 2
Markenentwicklung – vom dezentralen Portfolio zum integrierten Systemhaus

Carsten Sichler, Head of Corporate Marketing Communication, Vossloh



vossloh

Fortsetzung Tag 1



11.05-
11.35

STREAM 1

myBühler – Service ohne Umwege: Eine Plattform, die allen Nutzer- und Kundengruppen echten Mehrwert bietet

Nicolas Scholz, Head of Customer Engagement Solutions, Bühler



BÜHLER

STREAM 2

Marketing Capability Radar: Kompass für die Organisation des Marketings bei TRUMPF

Rainer Schüßler, Head of Corporate Marketing Operations und
Sara Trautmann, Global Marketing Consultant, TRUMPF



TRUMPF



TRUMPF



11.40-
12.40

Networking Sessions

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern.



11.45-
12.35

Workshop

Mehr erreichen mit weniger Aufwand: Adobe, KI und die neue Effizienz

Volker John, Go to Market Lead, Adobe



Adobe

12.40-
13.40

Mittagspause

BEST PRACTICE VORTRÄGE



13.40-
14.10

STREAM 1

Refactoring einer globalen Digital-Plattform für einen Hidden Champion – Skalierbarkeit, Performance, Service-Architektur und Ausbau digitaler Self-Services als Triebfeder

Adrian Benz, Leiter E-Commerce & Digital Marketing, J. Schmalz



SCHMALZ

STREAM 2

Von Stahl zu Smart: Wie Marketing dazu beiträgt, die Bahnbranche in die digitale Zukunft zu führen

Tanja Kampa, Director Communications und
Saskia Schulz, Product Marketing Director, Alstom



ALSTOM



ALSTOM

Fortsetzung Tag 1



14.15-
15.45

Networking Sessions



14.20-
15.10

Workshop

The Future of B2B Brands: KI, Data & Menschlichkeit

Wie wir Marken gestalten, die im digitalen Zeitalter zugleich intelligenter – und menschlicher – werden.

Carsten Sichler, Head of Corporate Marketing Communication, Vossloh



vossloh

BEST PRACTICE VORTRÄGE



15.50-
16.20

STREAM 1

Digitalisierung von Vertriebsprozessen für Kundenzufriedenheit und effiziente Geschäftsabläufe

Markus Hartung, VP - Head of Global Commercial Processes & Region EMEA Catalysts, Evonik



EVONIK
Leading Beyond Chemistry

STREAM 2

Hier und jetzt – Warum neben dem KI-Hype der reale Kontakt zum Kunden nicht vergessen werden darf und warum oft im B2B Marketing weniger mehr ist

Liana Baatsch, Abteilungsleiterin Marketing, Makita



Makita



16.25-
17.55

Networking Sessions



16.30-
17.20

Workshop

Beyond Digital. Wie sich Transformation verstehen und messen lässt. Ein datenbasiertes Modell zur Bewertung innerer Reife.

Florian Bausch, Marketing Director, Villeroy & Boch Fliesen



Villeroy & Boch
Fliesen

BEST PRACTICE VORTRÄGE



18.00-
18.30

STREAM 1

B2C im B2B Umfeld—Unser Weg zum Endkunden Webshop – ein Erfahrungsbericht

Simone Bolte, Manager Digital Customer Platforms, Heraeus Precious Metals



Heraeus

Fortsetzung Tag 1

STREAM 2 Channel. Conversion. Connection. Und KI. – Zukunfts-Marketing bei FLYERALARM

Meidine Oltmanns, Director Marketing, FLYERALARM



18.35-
19.05

STREAM 1 Automatisierte Auftragsbearbeitung - wie hebe ich Potentiale der Digitalisierung, wenn der Kunde nicht mitmacht?

Andreas Wedel, Director Digital Transformation,
HARTING Electric Stiftung



STREAM 2 Die stille Revolution im Projektgeschäft – Wie wir Architekten erreichen, bevor der Wettbewerb überhaupt weiß, dass es das Projekt gibt

Florian Bausch, Marketing Director, Villeroy & Boch Fliesen



19.30

ABFAHRT ZUM NETWORKING DINNER



PARTNER



TAG 2 | 13. November

07.00-
07.30 **Yoga mit Petra**
Petra Dietrich, TRUMPF



08.30 Eröffnung des zweiten Veranstaltungstages

08.40-
09.40

Impulsvorträge und Roundtables

Roundtable 1
Digitales Schnellboot vs. Vertriebstanker: Wer holt den B2B-Kunden zuerst an Bord?

Adrian Benz, Leiter E-Commerce & Digital Marketing, J. Schmalz



Roundtable 2
Unsichtbar zu Unverzichtbar: LinkedIn als Gamechanger für B2B Awareness & Vertrauen

Petra Dietrich, Leitung Marketing, TRUMPF



Roundtable 3
Smart Pricing, smarte Kunden? – Wie KI den B2B-Einkauf revolutioniert

Stefan Brechler, Group Head E-Commerce Services, H. Gautzsch



Roundtable 4
Smarketing im B2B-Umfeld - Schöner Schein oder die Zukunft der effizienten Zusammenarbeit von Marketing und Vertrieb?

Liana Baatsch, Abteilungsleiterin Marketing, Makita



09.50-
11.20

Networking Sessions

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern

Fortsetzung Tag 2

BEST PRACTICE VORTRÄGE

11.25-
11.55

STREAM 1 Digitaler Direktvertrieb im Maschinenbau. Wie HEIDELBERG online verkauft

Claudia Jung, Head of Digital EcoSystems,
Heidelberger Druckmaschinen



HEIDELBERG

STREAM 2 Omnichannel & Kundenkommunikation in der Pharmazeutischen Industrie - Besonderheiten, Herausforderungen und Lösungsansätze

Dr. Kati Wegner, Director Omnichannel Marketing, Pfizer



Pfizer

12.00-
13.00

Networking Sessions

12.05-
12.55

Workshop

KI-Anwendungen im B2B E-Commerce & Marketing – Praxisorientierte Forschungsergebnisse der Onlinehändlerbefragung 2025

Prof. Dr. Darius Zumstein, Professor für Digitales Marketing,
Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW



n|w Fachhochschule Nordwestschweiz Hochschule für Wirtschaft

13.00-
14.00

Mittagspause

BEST PRACTICE VORTRÄGE

14.00-
14.30

STREAM 1 B2B E-Commerce neu denken: Wie orchestrierte Customer Journeys zum Wachstumstreiber werden

Maria Haag, Leitung Customer Journey & Campaign Management,
Festo



FESTO

STREAM 2 Sales-Marketing-Alignment zur stärkeren Kundenbindung

Markus Kick, Marketingleitung und
Luisa Stiepani, Trainee Sales, Bechtle



bechtle



bechtle

Fortsetzung Tag 2



14.35-
15.05

250 Mio € Umsatz, 0% Zufall – KI als Wachstumstreiber im B2B E-Commerce

Stefan Brechler, Group Head E-Commerce Services, H. Gautzsch



H. GAUTZSCH
Firmengruppe



15.05-
15.15

Kaffee- & Teepause



15.15-
15.45

Warum die AI Transformation im Marketing Chefsache ist und wie dies gelingen kann

Lars Hanf, Global Head of Marketing, SVP, Sartorius



SARTORIUS



15.45-
16.15

Vom Key Account zum Klick: Die digitale Erweiterung unserer Vertriebsstrategie

Tanja Sprehe, Bereichsleitung Marketing & Innovation und
Thorsten Koldehoff, Global Sales Director, Pöppelmann



PÖPPELMANN



PÖPPELMANN



16.15

WRAP UP

PARTNER



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