



09./10. Juni 2026  
**#Strategiegipfel**  
**B2B E-Commerce & Marketing**

Plattformökonomie & digitale Ökosysteme  
Customer Journeys, hybride Erlebnisse & Lead-Funnels

KI im B2B E-Commerce & Marketing  
Change-Management & Transformation  
Datenstrategien, PIM & Business Intelligence  
Markenentwicklung & Rebranding  
Effizienz & Fokus in anspruchsvollen Zeiten  
Digital Customer Experience & Experience Design

---

Mit spannenden Case Studies aus Unternehmen wie:

**BayWa**

**LANXESS**  
Energizing Chemistry

**Hengst**  
FILTRATION

**G+D** Giesecke+Devrient  
Creating Confidence

**TRUMPF**

**WIKA**

**auma®**

**BOSCH**

**SIEMENS**

# “ Wir bringen Entscheider zusammen.



09./10. Juni 2026



Hotel ABION Spreebogen Berlin



Networking Dinner am Abend des ersten Veranstaltungstages

Die Themen im B2B-Digitalgeschäft gewinnen weiter an Tempo und mit ihnen die Anforderungen an Marketing, E-Commerce und digitale Transformation. Die diesjährige Agenda zeigt anhand zahlreicher Praxisbeispiele, wie Unternehmen den Wandel aktiv gestalten: von Plattformstrategien und Ökosystemen über globale Rebrandings bis hin zu intelligenter Produktdatenorganisation. Dabei wird deutlich, dass digitale Commerce-Modelle längst über den klassischen Webshop hinausgehen, hin zu integrierten Customer Journeys, hybriden Kundenerlebnissen und skalierbaren Vertriebsarchitekturen.

Viele Vorträge machen sichtbar, dass KI zum festen Bestandteil von Marketing- und Vertriebsprozessen wird: als Treiber neuer Service-Modelle, als Basis für Agentic-AI-Szenarien oder als Instrument, um aus Daten strategisch verwertbare Insights zu gewinnen. Gleichzeitig rücken Themen wie Change-Management,

strategische Agilität, Budgeteffizienz und die Fokussierung auf echte Game-Changer in den Mittelpunkt, denn komplexe Organisationen verlangen klare Prioritäten und belastbare Methoden.

Ob Transformation im Maschinenbau, die Entwicklung eines globalen Digital-Experience-Ansatzes oder der Aufbau neuer Marktplatzmodelle - die Agenda zeigt, wie vielseitig und anspruchsvoll B2B-Marketing heute ist. Markenführung, Customer Centricity und neue Go-to-Market-Strategien bieten Chancen zur Differenzierung, während der persönliche Kundenkontakt durch hybride Formate neu interpretiert wird.

Nutzen Sie die Gelegenheit, anhand konkreter Case Studies einen Blick in die Praxis führender Unternehmen zu werfen – und vernetzen Sie sich mit Fachkolleg:innen, um gemeinsam die nächsten Schritte im B2B E-Commerce und Marketing zu gestalten.



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

#### Moderation:



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



Martin Groß-Albenhausen  
Stellv. Hauptgeschäftsführer  
Bundesverband E-Commerce und  
Versandhandel e.V. (bevh)



#### ANMELDUNG

[project-networks.com/events/strategiegipfel-b2b-e-commerce-marketing/  
registration/](http://project-networks.com/events/strategiegipfel-b2b-e-commerce-marketing/registration/)

TAG 1 | 9. Juni

08.00 Registrierung

08.30 Eröffnung der Veranstaltung durch die Vorsitzenden

**Podiumsdiskussion \***

**Customer Journeys, KI & Change Management: Was treibt die nächste Stufe der digitalen Transformation?**

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

**Martin Groß-Albenhausen**, Stellv. Hauptgeschäftsführer, Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V. (bevh)



MARKETING CANVAS

bevh

Der E-Commerce Verband

**BEST PRACTICE VORTRÄGE \***

09.45-  
10.15 **STREAM 1**

**E-Commerce oder No-Commerce? Wie WIKA über digitale Plattformen mit Kunden Geschäfte macht**

**Dirk Miller**, Vice President Corporate Marketing, WIKA



**WIKA**

**STREAM 2**

**B2B Marketing in Krisenzeiten - Budget und andere Herausforderungen**

**Stephan Wenger**, Global Head of Marketing Engineering, AVL



**AVL**

10.15-  
10.30

KAFFEE- & TEEPAUSE

10.30-  
11.00

**STREAM 1**

**Mehr als ein Shop-Relaunch: Change-Management als Schlüssel zur digitalen Transformation**

**Lydia Pierer-Kuhn**, Leiterin E-Commerce, BayWa



**BayWa**

**STREAM 2**

**Vom Bauchgefühl zur Business Intelligence: Marketing als strategischer Erfolgsfaktor**

**Mareike Kandziora**, Head of Strategy & Marketing und **Dennis Klenk**, Deputy Head of Strategy & Marketing, Horiba



**HORIBA**

**HORIBA**

Fortsetzung Tag 1

	11.05- 11.35	<b>STREAM 1</b> <b>Komplexe Organisation, klarer Output: Ein PIM für alle Commerce-Welten</b> <b>Nadine Fortriede</b> , Head of E-Commerce, Hengst	 <b>Hengst</b> FILTRATION
	11.40- 12.40	<b>Networking Sessions</b>  <b>Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern.</b>	 <b>auma</b>
	11.45- 12.35	<b>Workshop *</b>  <b>Experience the Power of B2B Marketing and E-Commerce enhanced with SAP Business AI</b> <b>TBA</b> , SAP	 <b>SAP</b>
	12.40- 13.40	<b>MITTAGSPAUSE</b>	
		<b>BEST PRACTICE VORTRÄGE</b>	
	13.40- 14.10	<b>STREAM 1</b> <b>Empowering Growth – How Bosch Power Tools drives business with eDealers through dedicated digital solutions &amp; services</b> <b>Florian Haustein</b> , Director Digital Customer Experience, Bosch Power Tools	 <b>BOSCH</b>
		<b>STREAM 2</b> <b>Strategische Agilität im Marketing für Currency Technology</b> <b>Andreas von Loepert</b> , Head of Marketing, Giesecke + Devrient	 <b>Giesecke + Devrient</b> Creating Confidence
	14.15- 15.45	<b>Networking Sessions</b>	

14.20-  
15.10

## Workshop

**KI-Agenten im digitalen B2B-Marketing und -Vertrieb – Studienresultate zu den Einsatzszenarien, Tools und Herausforderungen der Agentic AI in der Praxis**

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



n|w Fachhochschule Nordwestschweiz Hochschule für Wirtschaft

## BEST PRACTICE VORTRÄGE

15.50-  
16.20

### STREAM 1

**Vom Kanal zum Ecosystem: Wie durchgängige User Journeys den digitalen Vertrieb skalieren**

**Dr. Maximilian Schücking**, Head of Digital Product Development, TRUMPF



TRUMPF

### STREAM 2

**Clever aus der Krise – Wie KI-gestützte Services im B2B zum Gamechanger für Industrie und Handel werden**

**Christian Scholze**, Head of Marketing, Hamberger



HAMBERGER.

16.25-  
17.55

## Networking Sessions

## BEST PRACTICE VORTRÄGE

18.00-  
18.30

**Wie dank einer Plattformstrategie und Netzwerkeffekten völlig neue Chancen im Vertrieb möglich werden!**

**Bernd Weidmann**, CEO, wind-turbine.com



wind-turbine.com

18.35-  
19.05

**Erfolgsfaktoren bei der Einführung des Siemens Xcelerator Marktplatzes**

**Stefan Mitov**, Software und Marketplace Manager, Siemens



SIEMENS

19.30

**ABFAHRT ZUM NETWORKING DINNER**



TAG 2 | 10. Juni

08.30 Eröffnung des zweiten Veranstaltungstages



08.40-  
09.40 **Impulsvorträge und Roundtables**

**Roundtable 1**  
**Wer braucht noch ein Marketing, wenn wir KI haben?**

**Dirk Miller**, Vice President Corporate Marketing, WIKA



**WIKA**

**Roundtable 2**  
**TBA**

**Dr. Maximilian Schücking**, Head of Digital Product Development, TRUMPF



**TRUMPF**

**Roundtable 3**  
**B2B-Plattformen im Umbruch: Welche Player machen das Rennen?**

**Bernd Weidmann**, CEO, wind-turbine.com



**wind-turbine.com**

**Roundtable 4**  
**TBA**

**Mareike Kandziora**, Head of Strategy & Marketing, Horiba



**HORIBA**



09.50-  
11.20 **Networking Sessions**

**Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern**

**BEST PRACTICE VORTRÄGE**



11.25-  
11.55 **STREAM 1**  
**Von Unternehmensanalyse über Vertriebsprozessanalyse bis Händlerbefragung: Wie hat Kerbl sichergestellt, dass der neue Shop alle Stakeholder abholt und sich dennoch nur auf die nötigsten Game-Changer fokussiert?**

**Matthias Linnert-Kuhn**, Head of Corporate and Sales Marketing, Albert Kerbl



**KERBL**

**STREAM 2**  
**Vom Klick zum Handschlag: Hybride Kundenerlebnisse clever verzähnen**

**Alexander Honeck**, Head of BU Marketing Communications, Lanxess



**LANXESS**  
Energy Chemistry



12.00-  
13.00 **Networking Sessions**

Fortsetzung Tag 2

	13.00- 14.00	MITTAGSPAUSE	
<b>BEST PRACTICE VORTRÄGE</b>			
	14.00- 14.30	<b>Architects Journey – Leads, Loyalty &amp; Long-Term Growth</b> <b>Björn Bühler</b> , Head of Global Campaign Management, Sto	 <b>sto</b> <small>Bewusst bauen.</small>
	14.30- 15.00	<b>TBA</b> <b>Alexander Brielmaier</b> , Bereichsleiter eCommerce, Brand und Marketing, Richter+Frenzel	 <b>RICHTER+FRENZEL</b>
KAFFEE- & TEEPAUSE			
	15.10- 15.40	<b>Mehr als nur ein Logo: Der Weg zur neuen Markenidentität</b> <b>Carolina Lenhart</b> , Leitung Marketing, GMN	 <b>GMN</b>
	15.40- 16.10	<b>Persona-basierte Webinar-Funnels: Wie Customer Centricity aus Teilnehmern echte Sales-Leads macht</b> <b>Michael Pult</b> , Director Marketing & Sustainability, ARNOLD UMFORMTECHNIK	 <b>ARNOLD</b> <small>BlueFastening Systems</small>
	16.15	<b>WRAP UP</b>	

**PARTNER**

