



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

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

sto 
Bewusst bauen.

TRUMPF


WIKA


SCHOTT

BOSCH


SIEMENS

**project
networks**

“ Wir bringen Entscheider zusammen.



09./10. Juni 2026



Hotel ABION Spreebogen Berlin

Networking Dinner im
Umspannwerk Ost

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
- 08.40-09.40 **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
- 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
- 11.05-11.35 **STREAM 1**
Komplexe Organisation, klarer Output: Ein PIM für alle Commerce-Welten
Nadine Fortriede, Head of E-Commerce, Hengst



WIKA



AVL



BayWa



HORIBA

HORIBA



Hengst
FILTRATION



FESTO

Fortsetzung Tag 1

	11.40- 12.40	Networking Sessions Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern.	
	11.45- 12.35	Workshop Experience the Power of B2B Marketing and E-Commerce enhanced with SAP Business AI TBA, SAP	
	12.40- 13.40	MITTAGSPAUSE	
		BEST PRACTICE VORTRÄGE	
	13.40- 14.10	STREAM 1 Wachstum entfesseln: Wie Bosch Power Tools mit digitalen Lösungen seine eDealer erfolgreich macht Florian Haustein , Director Digital Customer Experience und Andrea Strobel-Brandt , Digital Customer Success & Go-To-Market Lead, Bosch Power Tools	  BOSCH
		STREAM 2 Strategischer SEO-Content: Warum Positionierung, Keyword-Strategie und Customer Journey zusammenwirken müssen Elisabeth Fey , Head of Strategic Marketing, SCHOTT	 SCHOTT
	14.15- 15.45	Networking Sessions BEST PRACTICE VORTRÄGE	
	15.50- 16.20	STREAM 1 eCommerce für komplexe Produkte in komplexen Organisationen – Best Practices bei der Etablierung von eCommerce in B2B Life Sciences Miriam Reißnauer , Head of Digital Marketing, Sartorius	 SARTORIUS

STREAM 2
TBA

Thomas Höllbacher, Managing Director Österreich, UDO BÄR



UDO BÄR
ALLES FÜR BETRIEBS, LAGER, BÜRO
Ein Unternehmen der **RAJA** AG

16.25-
17.55

Networking Sessions

18.00-
18.30

BEST PRACTICE VORTRÄGE

STREAM 1

B2B-Kundenportale – Erfolgsfaktoren aus Theorie und Praxis

Lennardt Söhngen, Gruppenleiter Digital Products,
Dienstleistungsmanagement, FIR e.V. an der RWTH Aachen



fir an der
RWTH Aachen

STREAM 2

Mehr als nur ein Logo: Der Weg zur neuen Markenidentität

Carolina Lenhart, Leitung Marketing, GMN



GMN

18.30-
19.10

Workshop

**KI-Agenten im digitalen B2B-Marketing und -Vertrieb –
Studienergebnisse und gemeinsamer Erfahrungsaustausch zu
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

19.30

ABFAHRT ZUM NETWORKING DINNER



PARTNER



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
Der Webshop wird zum Legacy-Kanal: wer keine Agent-fähigen APIs hat, verliert morgen den Zugang zum Kunden

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
„Und was bringt das?“ – den Wertbeitrag des Marketings intern überzeugend vermitteln

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**
Erfolgsfaktoren bei der Einführung des Siemens Xcelerator Marktplatzes

Stefan Mitov, Global eCommerce Development Manager, Siemens



SIEMENS

STREAM 2
Vom Klick zum Handschlag: Hybride Kundenerlebnisse clever verzehnen

Alexander Honeck, Head of BU Marketing Communications, Lanxess



LANXESS
Energizing Chemistry



12.00-13.00 **Networking Sessions**

Fortsetzung Tag 2

	13.00- 14.00	MITTAGSPAUSE
BEST PRACTICE VORTRÄGE		
	14.00- 14.30	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
	14.30- 15.00	STREAM 1 Vom Kanal zum Ecosystem: Wie durchgängige User Journeys den digitalen Vertrieb skalieren Dr. Maximilian Schücking , Head of Digital Product Development, TRUMPF
	15.00- 15.10	STREAM 2 Wie dank einer Plattformstrategie und Netzwerkeffekten völlig neue Chancen im Vertrieb möglich werden! Bernd Weidmann , CEO, wind-turbine.com
	15.10- 15.40	Vom Großhandel zum Digital-First-Unternehmen: Strategien zur E-Commerce-Skalierung im B2B Stefan Brechler , Group Head E-Commerce Services, H. Gautzsch
	15.40- 16.10	Clever aus der Krise – Wie KI-gestützte Services im B2B zum Gamechanger für Industrie und Handel werden Christian Scholze , Head of Marketing, Hamberger
	16.10	WRAP UP



PARTNER