



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**  


**WIKAL**

**SCHOTT**

 **BOSCH**

**SIEMENS**

**project  
networks**

Mit Unterstützung von:

**bevh**  
Der E-Commerce Verband

**bvik**

# ” 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/strategieipfel-b2b-e-commerce-marketing/  
registration/](https://project-networks.com/events/strategieipfel-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)

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

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



**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



**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



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



**STREAM 2**  
**B2B Marketing in Krisenzeiten - Budget und andere Herausforderungen**

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



11.05-  
11.35 **STREAM 1**  
**Komplexe Organisation, klarer Output: Ein PIM für alle Commerce-Welten**

**Nadine Fortriede**, Head of E-Commerce, Hengst



Fortsetzung Tag 1

## STREAM 2

### Vom Wunschzettel zur Umsatzmaschine: Das Business-Driver-Playbook für B2B Marketing

**Dominik Heigemeir**, Director Global Market Communication, Festo



FESTO



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



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 Hausteин**, Director Digital Customer Experience und **Andrea Strobel-Brandt**, Digital Customer Success & Go-To-Market Lead, Bosch Power Tools



BOSCH



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**  
**Leadership und Digitalisierung - wie schaffe ich die Balance zwischen persönlicher und digitaler Mitarbeiterführung**

**Thomas Höllbacher**, Managing Director Österreich, UDO BÄR



UDOBÄR  
ALLES FÜR RETRIEVE, LAGER, VIDEO  
Ein Unternehmen der RAJA Group

16.25-  
17.55

## Networking Sessions

## BEST PRACTICE VORTRÄGE

18.00-  
18.30

**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



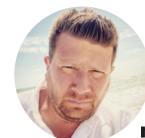
GMN

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**



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



WIKAI

#### 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 verzahnen

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









LANXESS  
Empowering 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>STREAM 1</b> <b>Die Strategie hinter dem neuen Kerbl-Shop: Einbindung der Interessensgruppen und klare Prioritäten</b>	 <b>KERBL</b>
	<b>Matthias Linnert-Kuhn</b> , Head of Corporate and Sales Marketing, Albert Kerbl	
	<b>STREAM 2</b> <b>Vom Erstkontakt zur Loyalität – Marketing entlang der Architects Journey</b>	 <b>sto</b> <small>Brennstoffe bauen</small>
	<b>Björn Bühler</b> , Head of Global Campaign Management, Sto	
14.30-15.00	<b>STREAM 1</b> <b>Vom Kanal zum Ecosystem: Wie durchgängige User Journeys den digitalen Vertrieb skalieren</b>	 <b>TRUMPF</b>
	<b>Dr. Maximilian Schücking</b> , Head of Digital Product Development, TRUMPF	
	<b>STREAM 2</b> <b>Wie dank einer Plattformstrategie und Netzwerkeffekten völlig neue Chancen im Vertrieb möglich werden!</b>	 <b>wind-turbine.com</b>
	<b>Bernd Weidmann</b> , CEO, wind-turbine.com	
15.00-15.10	KAFFEE- & TEEPAUSE	
15.10-15.40	<b>Vom Großhandel zum Digital-First-Unternehmen: Strategien zur E-Commerce-Skalierung im B2B</b>	 <b>H. GAUTZSCH</b> <small>Firmengruppe</small>
	<b>Stefan Brechler</b> , Group Head E-Commerce Services, H. Gautzsch	
15.40-16.10	<b>Clever aus der Krise – Wie KI-gestützte Services im B2B zum Gamechanger für Industrie und Handel werden</b>	 <b>HAMBERGER.</b>
	<b>Christian Scholze</b> , Head of Marketing, Hamberger	
16.10	WRAP UP	

### PARTNER

