



06./07. Oktober 2026

#Strategiegipfel B2B Vertrieb & Key Account Management

Nachhaltiges Umsatzwachstum
Strategische Vertriebstransformation
Künstliche Intelligenz im Vertrieb
Segmentierung & Automatisierung im KAM
Wettbewerbsdifferenzierung
im B2B-Vertrieb
Future of Sales

Mit spannenden Case Studies aus Unternehmen wie:



SIEMENS

rexroth
A Bosch Company

SCHOTT



Dräger

project
networks

Mit Unterstützung von:



” Wir bringen Entscheider zusammen.



06./07. Oktober 2026



Steigenberger Airport Hotel Berlin



Networking Dinner am Abend des
ersten Veranstaltungstages im Pier 13

Der B2B-Vertrieb befindet sich im Umbruch: Steigende Kundenanforderungen, zunehmender Wettbewerbsdruck und technologische Entwicklungen erfordern neue Strategien für nachhaltiges Wachstum.

Im Fokus stehen innovative Ansätze zur Neukundengewinnung sowie ein modernes Key Account Management, das sich vom reaktiven Betreuer zum aktiven Wachstumstreiber entwickelt. Segmentierung, Automatisierung und datenbasierte Entscheidungen gewinnen dabei ebenso an Bedeutung wie der gezielte Ausbau von Kundenbeziehungen. Digitale Tools, CRM-Systeme und der Einsatz von Künstlicher Intelligenz eröffnen neue Möglichkeiten, Vertriebsprozesse effizienter

und wirkungsvoller zu gestalten. Gleichzeitig zeigt sich, dass Technologie nur im Zusammenspiel mit klarer Führung, Akzeptanz und durchdachten Prozessen ihr volles Potenzial entfaltet.

Auch organisatorische Veränderungen rücken in den Mittelpunkt: Von der Transformation ganzer Vertriebsmodelle bis hin zum Ausbau globaler Key Account Strukturen wird deutlich, dass Agilität, Transparenz und Zusammenarbeit entscheidend für den Erfolg sind. Ziel ist es, Vertrieb ganzheitlich weiterzuentwickeln – Kunden besser zu verstehen, Mehrwerte zu schaffen und die Balance zwischen Mensch, Technologie und Strategie nachhaltig zu gestalten.



Zielgruppe
Leiter Vertrieb
Leiter Außendienst
Leiter Vertriebssteuerung
Leiter Key Account
Management

Vorsitz und Moderation:



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



ANMELDUNG

[project-networks.com/events/b2b-vertrieb-key-account-management/
registration/](https://project-networks.com/events/b2b-vertrieb-key-account-management/registration/)

TAG 1 | 06. Oktober

08.00 Registrierung

08.30 Eröffnung der Veranstaltung durch den Vorsitzenden

08.40-09.40

Podiumsdiskussion

Automation, Agilität, Akquise – was entscheidet wirklich über Wachstum?

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



fir
an der
RWTH Aachen

BEST PRACTICE VORTRÄGE

09.45-10.15

STREAM 1

„Fast“ 100% Neuakquisition von internat. Key Account-Kunden in einem bereits „verteilten“ Marktumfeld

Thomas Herzog, Head of Key Account Management international VAN, MAN Truck und Bus SE



MAN

STREAM 2

KI im B2B-Vertrieb: Warum Technologie ohne Führung keinen Mehrwert schafft

Dennis Schröter, Head of Sales, Bosch Rexroth



rexroth
A Bosch Company

10.15-10.30 KAFFEE- & TEEPAUSE

10.30-11.00

STREAM 1

CRM-Transformation im Portfoliokonzern: Change-Management als zentraler Hebel für User Adoption und Prozessstandardisierung

Udo Reitz, Head of Global Sales Excellence, SCHOTT



SCHOTT

STREAM 2

From Visits to Value – Wie Segmentierung und Automatisierung das Key Account Management neu denken

Daniel Mann, Director Sales, Velux



VELUX

11.05-11.35

STREAM 1

Key Account Management im Wandel

Marco Lippuner, Head of Sales Excellence, Siemens AG



SIEMENS

Fortsetzung Tag 1

STREAM 2
Langweile deinen Kunden nicht – Wie wir Key Accounts entwickeln, indem wir ihnen helfen, selbst erfolgreicher zu verkaufen

Michael H. Buchbauer, Geschäftsführer, STIGA



11.40-
12.40

Networking Sessions

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern.

12.40-
13.40

MITTAGSPAUSE

BEST PRACTICE VORTRÄGE



13.40-
14.10

STREAM 1
Agilität als Erfolgsfaktor in instabilen Zeiten: Vertrieb als strategischer Hebel im Stahlmittelstand

Jasmin Niehof, Geschäftsführung, Wuppermann



W Wuppermann

STREAM 2
Neukundenakquise in vertikalen Branchen - Leistungen und Produkte in Branchen direkt vermarkten, welche bisher entweder indirekt oder gar nicht adressiert wurden

Rouven Korreik, Leiter Key Account Management, Alexander Bürkle



A Alexander Bürkle



14.15-
15.45

Networking Sessions

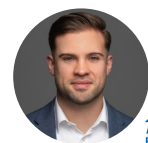
BEST PRACTICE VORTRÄGE



15.50-
16.20

STREAM 1
Vertriebsincentivierung in der produzierenden Industrie

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



fir
an der
RWTH Aachen

STREAM 2
Vom Reagieren zum Entwickeln: Wie Automation Wachstum im Key Account treibt

Frerk Brunken, Head of Global Key Account Management, Dräger



Dräger

16.25-17.55 **Networking Sessions**

BEST PRACTICE VORTRÄGE

18.00-18.30

STREAM 1
KI unterstützte und automatisierte Besuchs Vor- und Nachbereitung
Kristian Brandt, Global Process Owner Sales, Customer Excellence & Digital Solutions, Covestro

STREAM 2
Erfolg im Commodity-Markt: Mit Innovation und Nachhaltigkeit Wettbewerbsvorteile sichern
Maximilian Schäfer, Head of Sales, HÜBNER Group

18.35-19.05

STREAM 1
Multikanal-Vertrieb im B2B: Händlervertrieb und Direktvertrieb gezielt steuern
Michael Gruböck, Director Key Account Management, Palfinger EMEA GmbH

STREAM 2
Global Key Account Management – dem Druck aus Asien entgegen
Vom Produkt zur Lösung – die Prozesse des Kunden global optimieren
Roland Spieß, Vice President Global Key Account Management, Rittal

19.30 **ABFAHRT ZUM NETWORKING DINNER**



PARTNER



TAG 2 | 07. Oktober

08.30 Eröffnung des zweiten Veranstaltungstages

08.40-
09.40

Impulsvorträge und Roundtables

Roundtable 1
State of KI im B2B-Vertrieb & Key Account Management.
Hype oder echter Hebel?

Markus Seydaack, Verkaufsleitung, EMUGE-FRANKEN



EMUGE
FRANKEN

Roundtable 2
TBA

Jasmin Niehof, Geschäftsführung, Wuppermann



W
Wuppermann

09.50-
11.20

Networking Sessions

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern

BEST PRACTICE VORTRÄGE

11.25-
11.55

STREAM 1
Das Key Account Management Assistenzsystem – Eine
Segmentierung, die dabei hilft, Ressourcen effizient
einzusetzen?

Benjamin Fleischer, Head of International Key Account
Management, Würth



WÜRTH

STREAM 2
Die Macht der Informationen: Competitive Intelligence im
Vertrieb

Katharina Brückner, Global Head of Strategic Sales & Market
Intelligence Digital Industries Automation, Siemens AG



SIEMENS

12.00-
13.00

Networking Sessions

Fortsetzung Tag 2

