



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:



project
networks

Mit Unterstützung von:



” 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/](https://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)

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



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-
13.30

MITTAGSPAUSE

BEST PRACTICE VORTRÄGE



13.30-
14.00

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



STREAM 2

TBA

Silvia Schreier, Principal Engineer & Architect, Intersport
Malte Breuer, Projektmanager, neuland



14.05-
15.35

Networking Sessions

BEST PRACTICE VORTRÄGE



15.40-
16.10

STREAM 1

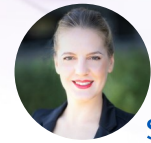
eCommerce für komplexe Produkte in komplexen Organisationen – Best Practices bei der Etablierung von eCommerce in B2B Life Sciences

Miriam Reißnauer, Head of Digital Marketing, Sartorius



STREAM 2
Strategischer SEO-Content: Warum Positionierung, Keyword-Strategie und Customer Journey zusammenwirken müssen

Elisabeth Fey, Head of Strategic Marketing, SCHOTT



SCHOTT



16.15-
17.45

Networking Sessions

BEST PRACTICE VORTRÄGE



17.50-
18.20

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

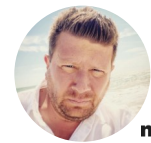


18.20-
19.10

Workshops

STREAM 1
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

STREAM 2
Marketing als Werttreiber: Messbarkeit, KI-Power und die 6-Säulen-Methode für nachhaltige Wirkung

Lutz Klaus, Gründer und Inhaber, Marketing ROI Experts
Sven Bedö, Head of Global Marketing, Flottweg SE



Marketing ROI
Experts



Flottweg



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, WIKAL



WIKAL

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 VORTRAG

11.25-
11.55 **Erfolgsfaktoren bei der Einführung des Siemens Xcelerator
Marktplatzes**

Stefan Mitov, Global eCommerce Development Manager, Siemens









SIEMENS



12.00-
13.00

Networking Sessions

Fortsetzung Tag 2

13.00- 14.00	MITTAGSPAUSE	
BEST PRACTICE VORTRÄGE		
14.00- 14.30	STREAM 1 Preisgekrönter B2B Webshop - 100% Umsatzsteigerung durch konsequente Ausrichtung der Customer Journey Frederick Schäfer, Global Director Digital Sales & Marketing, Leuze	 Leuze
	STREAM 2 Vom Erstkontakt zur Loyalität – Marketing entlang der Architects Journey Björn Bühler, Head of Global Campaign Management, Sto	 sto <small>Brennstoffbauern</small>
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	 TRUMPF
	STREAM 2 Wie dank einer Plattformstrategie und Netzwerkeffekten völlig neue Chancen im Vertrieb möglich werden! Bernd Weidmann, CEO, wind-turbine.com	 <small>wind-turbine.com</small>
15.00- 15.10	KAFFEE- & TEEPAUSE	
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	 H. GAUTZSCH <small>Firmengruppe</small>
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	 HAMBERGER.
16.10	WRAP UP	

PARTNER

