



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**

**FESTO**

**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/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

**Michael Buschmann**, Senior Account Executive DACH, Coveo



**BEST PRACTICE VORTRÄGE**

● 09.45-10.15

**STREAM 1**  
**E-Commerce oder No-Commerce? Wie WIKAI über digitale Plattformen mit Kunden Geschäfte macht**

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



**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



Fortsetzung Tag 1



11.05-  
11.35

### STREAM 1 Komplexe Organisation, klarer Output: Ein PIM für alle Commerce-Welten

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



**Hengst**  
FILTRATION

### 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-  
13.30

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



**BOSCH**



**BOSCH**

### STREAM 2 TBA

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



**INTERSPORT**



**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



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, 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



09.55-  
10.45

### Workshop

**The Lean Marketing Machine: Warum starre Agentur-Strukturen scheitern und wie Sie erfolgreich Freelancer Hubs in Ihre Org integrieren**

**TBA**, Malt Community GmbH



Fortsetzung Tag 2

**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**

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**  
Bewusst Bauen.



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



**wind-turbine.com**

Fortsetzung Tag 2

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>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>Christian Scholze</b> , Head of Marketing, Hamberger
16.10	WRAP UP



H. GAUTZSCH  
Firmengruppe



HAMBERGER.

### PARTNER



### ANMELDUNG:

»[project-networks.com/events/strategieipfel-b2b-e-commerce-marketing/registration/](https://project-networks.com/events/strategieipfel-b2b-e-commerce-marketing/registration/)«