



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



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



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

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

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

**Christian Scholze**, Head of Marketing, Hamberger

**Carolina Lenhart**, Leitung Marketing, GMN



**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**  
**Make-or-buy or both? Strategische Architektur bei INTERSPORT**

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



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

**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

**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

**14.05-15.35** **Networking Sessions**

**STREAM 2**  
**Vom Wunschzettel zur Umsatzmaschine: Das Business-Driver-Playbook für B2B Marketing**  
**Dominik Heigemeir**, Director Global Market Communication, Festo

**AVL**

**BOSCH**

**BOSCH**

**SAP**

**Hengst FILTRATION**

**FESTO**



14.10-  
15.00

## Workshop

### Komplex verkaufen – aber richtig!

**Friederike Taske**, Business Development und  
**Frank Bischoff**, Sales Manager, encoway GmbH



encoway  
Standard for variety



encoway  
Standard for variety

## 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



16.20-  
17.10

## Workshop

### Aus der Praxis: Was bei B2B-Marketing-KPIs wirklich funktioniert - und was fast immer scheitert

**Annett Michel**, Unit Lead Client Services & Processes und  
**Kai-Uwe Weser**, Unit Lead & Sales Manager, mellowmessage



mellowmessage



mellowmessage

## 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



Marketing ROI  
Experts



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



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

**Inhouse, Agentur oder Freelancer? Wie Sie flexible Marketing-Organisationen aufbauen – ein Workshop**

**Lukas Römer**, Head of Client Transformation, Malt Community GmbH



malt

**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**  
**Marketing in komplexen B2B Wertschöpfungsketten**

**Jörg-Holger Krause**, Manager Global Sales & Marketing Excellence,  
SABIC



**سابك**  
**sabic**

12.00-  
13.00

**Networking Sessions**

12.05-  
12.55

**Workshop**

**Von der Content-Fabrik zum Umsatzmotor: Wie KI die Rolle des  
Marketings neu schreibt**

**Marc Graebner**, Senior Global Sales Director, Seismic



**Seismic**

13.00-  
14.00

MITTAGSPAUSE

**BEST PRACTICE VORTRÄGE**

14.00-  
14.30

**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**  
**Vom Erstkontakt zur Loyalität – Marketing entlang der  
Architects Journey**

**Björn Bühler**, Head of Global Campaign Management, Sto



**sto**  
Bewusst bauen.

	14.30-15.00	<b>Wie dank einer Plattformstrategie und Netzwerkeffekten völlig neue Chancen im Vertrieb möglich werden!</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>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	

### PARTNER

