



17./18. November 2026

#Strategiegipfel

B2B E-Commerce & Marketing

Künstliche Intelligenz & Automatisierung
Customer Experience, CRM & Customer 360
Digital Commerce & Kundenportale
Content, Daten & KI-Sichtbarkeit
Transformation & Change Management

Mit spannenden Case Studies aus Unternehmen wie:



Nutzfahrzeuge

FESTO



Cargo

sto



Bewusst bauen.

TRUMPF



WackerNeuson
Group

BASF
We create chemistry

WÜRTH

SIEMENS

**project
networks**

Mit Unterstützung von:

bevh
Der E-Commerce Verband

bvik

“ Wir bringen Entscheider zusammen.



17./18. November 2026



Steigenberger Airport Hotel Berlin



Networking Dinner am Abend des
ersten Veranstaltungstages im Pier 13

Die digitale Transformation im B2B entwickelt sich rasant weiter. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, E-Commerce, Marketing und Vertrieb enger miteinander zu verzahnen, Kundenerlebnisse neu zu gestalten und gleichzeitig Effizienzpotenziale konsequent zu nutzen. Die Agenda des Strategiegipfels zeigt anhand zahlreicher Praxisberichte, wie führende Unternehmen diesen Wandel erfolgreich gestalten.

Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Marketing, Vertrieb und Kundenservice. Die Vorträge beleuchten, wie Unternehmen mit GenAI, AI-Agenten und datengetriebenen Ansätzen neue Möglichkeiten erschließen, Prozesse automatisieren und ihre Sichtbarkeit in einer zunehmend KI-geprägten Such- und Informationslandschaft sichern.

Darüber hinaus stehen Customer Experience, Customer-360-Ansätze und moderne CRM-Strategien im Fokus.

Die Referent:innen zeigen, wie digitale Vertriebskanäle, Kundenportale und Omnichannel-Konzepte dazu beitragen, Kundenbeziehungen langfristig zu stärken und eine konsistente Customer Journey zu schaffen.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der organisatorischen Transformation. Themen wie Change Management, die Zusammenarbeit von Marketing und Vertrieb sowie die Akzeptanz neuer digitaler Lösungen verdeutlichen, dass erfolgreiche Digitalisierung nicht allein von Technologien abhängt, sondern vor allem von Menschen, Prozessen und einer klaren strategischen Ausrichtung.

Nutzen Sie die Gelegenheit, von den Erfahrungen führender Unternehmen zu lernen, konkrete Lösungsansätze kennenzulernen und sich mit Fachkolleg:innen über die Zukunft von B2B E-Commerce und Marketing auszutauschen. Der Strategiegipfel bietet dafür die ideale Plattform – praxisnah, interaktiv und mit viel Raum für Networking und persönliche Gespräche.



Zielgruppe
Marketingleiter
Leiter E-Commerce
Leiter Digitales Marketing
Leiter Digitale Transformation
Leiter Digitaler Vertrieb

Moderation:



Martin Groß-Albenhausen
Stellvertretender
Hauptgeschäftsführer
bevh



Sebastian Krzonkalla
Manager Business Development & Events
bvik



ANMELDUNG

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

TAG 1 | 17. November

- 08.00 Registrierung
- 08.30 Eröffnung der Veranstaltung durch die Vorsitzenden

08.40-09.40 **Podiumsdiskussion**

The Future of Customer Experience: KI, Daten & neue Erwartungen

Martin Groß-Albenhausen, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer, bevh

Sebastian Krzonkalla, Manager Business Development & Events, bvik

Jens Hegenberger, Global Head of eBusiness, Wacker Neuson Group

Benjamin Brosig, Head of Marketing & E-Commerce, BEIJER REF

Andrea Steigerwald, Global Head of Corporate Marketing & Corporations, Grenzebach

Jana Gödicke, Head of Communications, BASF



BEST PRACTICE VORTRÄGE

- 09.45-10.15 **STREAM 1**
Kundenportal als unternehmensweite Initiative – Wie begeistert man die Mitarbeitenden für das Projekt und stellt sicher, dass sie aktiv mitwirken?

Nicolas Scholz, Head of eCommerce, Bühler Group



- STREAM 2**
Mit weniger mehr erreichen: Wie KI die Marketing-Transformation bei DB Cargo ermöglicht

Thorsten Meffert, VP Marketing & Internal Communications, DB Cargo



- 10.15-10.30 KAFFEE- & TEEPAUSE

- 10.30-11.00 **STREAM 1**
Führend im Verbund, stark im Markt: Die digitale Agenda für den Sanitätshaus-Fachhandel

Kristof Schüch, Chief Digital Officer, rehaVital



- STREAM 2**
Silos auflösen zwischen Marketing und Vertrieb

Kerstin Löffler, Head of Global Marketing, Testo Saveris Global



Fortsetzung Tag 1



11.05-
11.35

STREAM 1
Customer 360 und B2B CRM

Anny-Margrit Kurpiela-Geuther, Head of Digital Sales Management
Commercial Vehicles GE, Volkswagen Nutzfahrzeuge



STREAM 2
Zwischen Klick und Kunde liegt kein Button. Da liegt modernes Marketing.

Marion Fischer, Leiterin Marketing, WAREMA



11.40-
12.40

Networking Sessions

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern.



11.45-
12.35

Workshop

KI in Kundenportalen für B2B E-Commerce: Effizienter zum smarten Portal

Michael Sommer, Managing Director, UNIVIO und
Baris Cirak, Marketing Consultant, XIM | Experts in Motion



12.40-
13.40

MITTAGSPAUSE

BEST PRACTICE VORTRÄGE



13.40-
14.10

STREAM 1
Drei Kanäle, ein Kunde – und die Entscheidungen dazwischen
Warum der Weg zum digitalen Vertrieb schwieriger ist als gedacht

Benjamin Brosig, Head of Marketing & E-Commerce, BEIJER REF

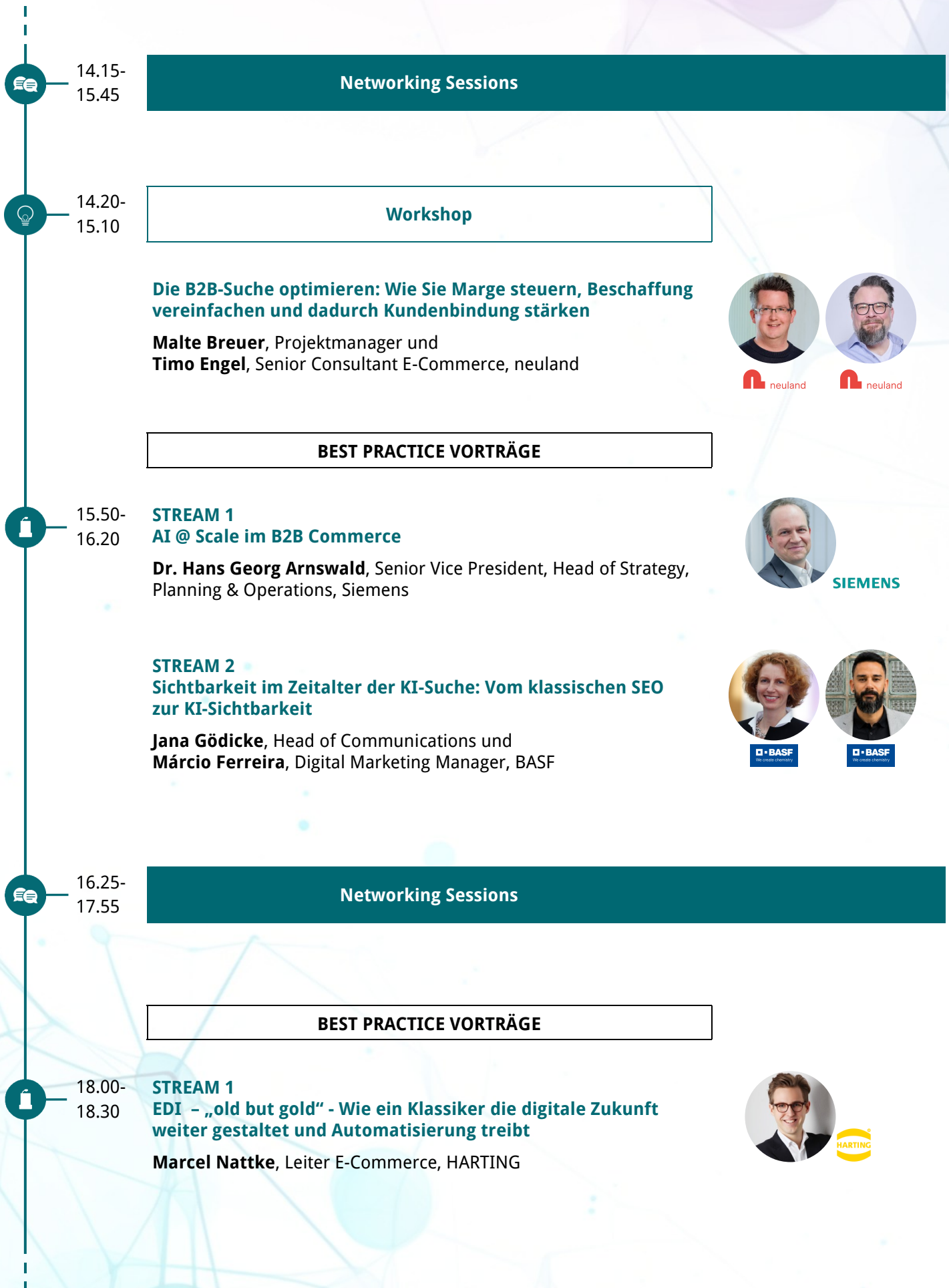


STREAM 2
Wenn Google stirbt: Wie Marken in der Ära der AI-Bots überleben

Axel Killmann, Head of Global Online Marketing, Sto



Fortsetzung Tag 1



STREAM 2

Top of mind als Strategie: wie LinkedIn Vertrauen und Relevanz im Maschinenbau aufbaut

Petra Dietrich, Leitung Marketing, TRUMPF



18.35-
19.05

STREAM 1

Make or Buy? Der Weg zum eigenen AI-Agenten für Support und Kunde

Manuela Seidl, Head of Digital Business, Basler



STREAM 2

Marke führen, wenn Vertrieb führt.

Ralf Kircher, Head of International Marketing, Würth



19.30

ABFAHRT ZUM NETWORKING DINNER



PARTNER



Allianz
Trade



TAG 2 | 18. November



07.00-
07.30 **Yoga mit Petra**
Petra Dietrich, TRUMPF



08.30 Eröffnung des zweiten Veranstaltungstages



08.40-
09.40

Impulsvorträge und Roundtables

Roundtable 1
KI skaliert Mittelmaß – Deutschlands Problem ist Risikoaversion, nicht Technologie

Thorsten Meffert, VP Marketing & Internal Communications,
DB Cargo



Roundtable 2
Marketing und Vertrieb arbeiten zusammen? Dann zeigen Sie mir Ihre gemeinsame Entscheidungslogik

Kerstin Löffler, Head of Global Marketing, Testo Saveris Global



Roundtable 3
B2B eCommerce wird sich konsolidieren. Welche Player werden den Kundenzugang dominieren

Nicolas Scholz, Head of eCommerce, Bühler Group



Roundtable 4
Wer an alten Sicherheitsmechanismen festhält, verhindert vollständige Automatisierung – 100 % touchless document handling ist möglich, wenn wir unsere Kontrollsysteme radikal hinterfragen.

Marcel Nattke, Leiter E-Commerce, HARTING



09.50-
11.20

Networking Sessions

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern

BEST PRACTICE VORTRÄGE



11.25-
11.55 **STREAM 1**
Das Potenzial wiederkehrender Kunden: Zweistelliges Wachstum durch kontinuierliches Optimieren der Ecommerce-Experience

Benjamin Mußler, Director Demand Generation & E-Commerce,
Dentsply Sirona



STREAM 2

Warum gute Kampagnen scheitern: Die Lücke zwischen Market und Marketing Readiness

Maria Haag, Head of Customer Journey and Campaign Management, FESTO



FESTO



12.00-
13.00

Networking Sessions

13.00-
14.00

MITTAGSPAUSE

BEST PRACTICE VORTRÄGE



14.00-
14.30

STREAM 1

Ihr Shop läuft. Ihr Vertrieb nicht. Akzeptanz scheitert nicht am Tool. Sie scheitert an der Führung

Jens Hegenberger, Global Head of eBusiness, Wacker Neuson Group



Wacker Neuson Group

STREAM 2

Brands are made by People.

Von Consumer Insights zu Markenwachstum: Wie KOKI Menschen, Marke und Innovation

Nadine Lillich, VP Global Brand & Product Marketing, KOKI Group



KOKI GROUP



14.30-
15.00

Marke in der Transformation: Wie Positionierung Orientierung schafft – intern wie extern

Andrea Steigerwald, Global Head of Corporate Marketing & Corporations, Grenzebach



GRENZEBACH

15.00-
15.10

KAFFEE- & TEEPAUSE



15.10-
15.40

Mehr Verantwortung. Weniger Ressourcen. Ein neues Marketing.

Florian Bausch, Marketing Director, Villeroy & Boch



Villeroy & Boch



15.40-
16.10

Bevor die Automation läuft – was wirklich zählt

Martin Dölle, Digital Product Manager, Zehnder Group



zehnder

16.10

WRAP UP