





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

DB Cargo

sto
Bewusst bauen.

TRUMPF

Wacker Neuson Group

BASF
We create chemistry

BEIJER REF
Deutschland

BÜHLER

project networks

Mit Unterstützung von: bevh Der E-Commerce Verband bvik

project networks

#Strategiegipfel B2B E-Commerce & Marketing

Wir bringen Entscheider zusammen.

17. & 18. November 2026

Steigenberger Airport Hotel Berlin

Networking Dinner am Abend
des ersten Veranstaltungstages

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 Unter-nehmen 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

Vorsitz und 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

project networks

* Mit einem Klick zur Online-Agenda und zu weiteren Infos.

#Strategiegipfel B2B E-Commerce & Marketing

TAG 1 | 17. November 2026

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

Jana Gödicke, Head of Communications, BASF

Kerstin Löffler, Head of Global Marketing, Testo Saveris Global

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 KAFFEE- & TEEPAUSE

10.30-11.00 **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

Silos auflösen zwischen Marketing und Vertrieb



Kerstin Löffler, Head of Global Marketing, Testo Saveris Global

Fortsetzung Tag 1

11.05-11.35

STREAM 1
Bevor die Automation läuft – was wirklich zählt

Martin Dölle, Digital Product Manager, Zehnder Group



STREAM 2
Warum gute Kampagnen scheitern: Die Lücke zwischen Market und Marketing Readiness

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



11.40-12.40

Networking Sessions

Gespräche mit Fachkollegen und unseren Partnern

WORKSHOP

11.45-12.35

Intelligente B2B-Kundenportale: Wie KI Business-Potenziale erschließt

Andreas Krüger, Senior Director Consulting, UNIVIO und
Baris Cirak, Marketing Consultant, XIM | Experts in Motion





12.40-13.40

MITTAGSPAUSE

BEST PRACTICE VORTRÄGE

13.40-14.10

STREAM 1
EDI – „old but gold" - Wie ein Klassiker die digitale Zukunft weiter gestaltet und Automatisierung treibt

Marcel Nattke, Leiter E-Commerce, HARTING



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

Axel Killmann, Head of Global Online Marketing, Sto



14.15-15.45

Networking Sessions

WORKSHOP

14.20-15.10

Die B2B-Suche optimieren: Wie Sie Marge steuern, Beschaffung vereinfachen und dadurch Kundenbindung stärken

Malte Breuer, Projektmanager und
Timo Engel, Senior Consultant E-Commerce, neuland




BEST PRACTICE VORTRÄGE

15.50-16.20

STREAM 1
Make or Buy? Der Weg zum eigenen AI-Agenten für Support und Kunde

Manuela Seidl, Head of Digital Business, Basler



STREAM 2
Sichtbarkeit im Zeitalter der KI-Suche: Vom klassischen SEO zur KI-Sichtbarkeit

Jana Gödicke, Head of Communications und
Márcio Ferreira, Digital Marketing Manager, BASF




16.25-17.55

Networking Sessions

BEST PRACTICE VORTRAG

18.00-18.30

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

Petra Dietrich, Leitung Marketing, TRUMPF



19.30 **ABFAHRT ZUM NETWORKING DINNER**

PARTNER

JustRelate neuland Seismic akeneo Allianz Allianz Trade UNIVIO XIM

TAG 2 | 18. November 2026

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

WORKSHOP

09.55-10.45

The Judgment Advantage: Turning B2B Strategy into Revenue Performance

Susanne Heckel, Senior Director Enterprise Sales und
Jens Lehnhardt, Senior Sales Engineer, Seismic





project networks

* Mit einem Klick zur Online-Agenda und zu weiteren Infos.

#Strategiegipfel B2B E-Commerce & Marketing

Fortsetzung Tag 2

BEST PRACTICE VORTRAG

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



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

12.00-13.00 **Networking Sessions**

13.00-14.00 MITTAGSPAUSE

BEST PRACTICE VORTRÄGE

14.00-14.30 **Zwischen Daten, Dialog und Vertriebserfolg: Die größten Herausforderungen im B2B Marketing bei Volkswagen Nutzfahrzeuge**



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

14.30-15.00 **Brands are made by People.**
Von Consumer Insights zu Markenwachstum: Wie KOKI Menschen, Marke und Innovation konsequent verbindet.



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

15.00-15.30 **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

15.30 **WRAP UP**

PARTNER

JustRelate neuland Seismic akeneo Allianz Trade univio