

DATA-DRIVEN MARKETING FORUM



Persona-
lized
Marketing
2024

Das Jahresforum
Data-Driven Marketing

28. Mai 2024, Weitblick München
marketing-forum.eu

Träger |



Lead-Partner | **onetrust**

Personalized Marketing 2024

Mensch und Maschine – als Team unschlagbar?!

Technologie ist die Basis von allem, doch ohne die schlagkräftige Organisation von kreativen Mitarbeiter:innen im Marketing ist alles nichts.

- > Wie sehen Omnichannel-Strategien in der Praxis aus?
- > Was sind praktische Erfolgsstrategien für datenbasierte Kommunikation?
- > Wie viel Personalisierung ist sinnvoll?

Um Fragen wie diese geht es beim Data-Driven Marketing Forum. Praxis pur und ungeschminkt sowie sieben inspirierende Keynotes machen auch 2024 das Forum aus. Am Abend wird, bereits traditionell, der EDDI – der Dialogmarketingpreis des DDV – verliehen.



Moderator.

Martin Nitsche, Geschäftsführer, Solveta, Pinneberg;
Präsident, DDV Deutscher Dialogmarketing Verband e.V., Frankfurt a.M.



Initiator.

Helmut Blocher, Geschäftsführer,
SUCCUS | Wirtschaftsforen, Wien

Zielgruppe

Alle, die Data-Driven Marketing voranbringen wollen:
CMOs, Leiter:innen Digitales Marketing, Online-
Marketing, Data-Driven Marketing, E-Mail-Marketing,
CRM, Sales, Service sowie Geschäftsführer:innen.



Praxis pur sowie Austausch auf Augenhöhe

Konkreter – Individueller – Interaktiver

- > Inspirierende Vorträge bringen es auf den Punkt
- > Nach jedem Vortrag bleibt Zeit für Fragen
- > Individuelle Schwerpunkte und interaktive Formate

Austausch auf Augenhöhe

Triff auf die Verantwortlichen für Data-Driven Marketing aus vielen Branchen. Das Forum bietet vielfältige Gelegenheiten für einen Meinungs- und Erfahrungsaustausch auf Augenhöhe. Die Vortragenden stehen gerne für einen persönlichen Austausch zur Verfügung.

EDDI 2024

Am Abend des 28. Mai 2024 werden die diesjährigen Sieger des Dialogmarketingpreises des DDV gekürt und gefeiert. Unter den Preisträgern der letzten Jahre: Commerzbank, SAP, Apollo, Abbott, Deutsche Bahn, DOUGLAS, Merck, REWE Group (eddi-award.de).

08:30 | Check-In

09:10 | Begrüßung

WILLKOMMEN BEIM 9. DATA-DRIVEN MARKETING FORUM

Martin Nitsche, Geschäftsführer, Solveta und SocialSpark, Pinneberg; Präsident, DDV Deutscher Dialogmarketing Verband, Frankfurt a.M.
Helmut Blocher, Geschäftsführer, SUCCUS | Wirtschaftsforen, Wien

09:30 | Keynote

PREDICTIVE B2B MARKETING | Datenbasierte Entscheidungen und Strategien

Dr. Uwe Seebacher, Autor; Hochschullehrer, FH Wien, Hochschule München

>> Uwe zeigt anschaulich, wie datengetriebenes Marketing im B2B-Umfeld heute funktioniert.

10:00 | Keynote

MARKETING CLOUD IMPLEMENTIERT? – CHECK! – UND WAS NUN?!

Praxiserprobte Erfolgsfaktoren für effektives Data-Driven Marketing

Andrea Ahlemeyer-Stubbe, Director Strategic Analytics; **Slavisa Gasic**, Geschäftsführer, servicepro, München

>> Warum der Erfolg mehr mit Organisation als mit Technologie zu tun hat, zeigen Andrea und Slavi anschaulich.

10:30 | Praxis Pur

ÄRMEL HOCH UND LOS?! | Oder was „Henne und Ei“ mit Multichannel und Konnektivität zu tun haben

Antje Lindemann, Head of CRM (B2C/B2B), Lampenwelt, Schlitz

11:00 | Pause

11:30 | Praxis Pur

NO DATA, NO GROWTH „CONTENT IS KING“ | doch nur mit klarem Datenfokus gelingt die digitale Transformation und das digitale Abowachstum im Verlagswesen

Mark Brauch, Head of Marketing, Süddeutsche Zeitung Digitale Medien, München

12:00 | Praxis Pur

OMNICHANEL MARKETING 2024

Harte Arbeit statt Glanz und Glamour?

Michael Narr-Lampert, Head of CRM & Marketing Cooperations, Apollo-Optik Holding, Schwabach

12:30 | Interaktiv

AUSTAUSCH – REFLEXION – TRANSFER

13:00 | Mittagessen

PRAXIS PUR

MARTECH-ARCHITEKTUR 2024

Data-Driven-Marketing erfolgreich gestalten

Steven Petter, CMO, Sportspar, Eilenburg & Leipzig

Stephan Klöckner, Director Technology, CINETELLIC, Bonn

GESTALTUNG & TRANSFORMATION (LITTLE MARKET)

LEADMANAGEMENT MIT KÖPFCHEN

It's All About Data – Customer Insights zur Kundengewinnung

Andreas Widera, Managing Director, gkk München GmbH

14:00 | Parallelprogramm

14:30 | Parallelprogramm

PRAXIS PUR

HYPER-PERSONALIZE ME!
Marketing Next Level

Ralph Langner, Abteilungsleiter Customer Intelligence & CRM,
R+V Versicherung, Wiesbaden
Michael Obermaier, Head of CX Advisory Practice DACH Raum,
SAS, Wien

15:00 | Pause

15:30 | Praxis Pur

WELCHE ROLLE SPIELST DU HEUTE?
Potenziale und Herausforderungen kontextualer
Personalisierung bei der Messe Frankfurt

Dr. Hendrik Müller-Giegler, Group Project Director, Messe Frankfurt
Dr. Martin Zirkel, Partner, KPMG AG, München

16:00 | Keynote

DIE MISCHUNG MACHT'S! | Wie wir die richtigen
Mitsstreiter für Data-Driven Marketing-Projekte finden –
und was diese für ihren Erfolg brauchen.

Christian Peter, Autor, Keynote-Sprecher, Experte für Digitalisierung
mit Kundenfokus, Frankfurt a.M.

16:30 | Interaktiv

AUSTAUSCH – REFLEXION – TRANSFER

17:00 | Keynote-Impuls

KAFFEEESATZ UND BAUCHGEFÜHL
Trends 2024 im Data-Driven Marketing

Martin Nitsche, Geschäftsführer, Solveta und SocialSpark, Pinneberg;
Präsident, DDV Deutscher Dialogmarketing Verband, Frankfurt a.M.

17:30 | Abschluss-Keynote

RELATIONSHIP ECONOMY
Wie KI-Hyperpersonalisierung die Kundenbeziehung
und das Metaverse verändern werden

Nils Müller, Gründer und Geschäftsführer, TRENDONE, Hamburg
>> Wie transformieren KI und Hyperpersonalisierung die Beziehungen
zwischen Unternehmen und Konsument:innen? Nils nimmt dich mit auf
eine Zukunftsreise und zeigt Antworten auf Fragen wie diese.

18:15 | EDDI-APERITIF

19:00 | EDDI-NIGHT

„Der EDDI 2024 geht an ...“ Preisverleihung der EDDIs des DDV
Deutscher Dialogmarketing Verband in B2C und B2B (eddi-award.de).

GESTALTUNG & TRANSFORMATION (LITTLE MARKET)

CONSENT- UND FIRST-PARTY-DATENSTRATEGIEN –
wie man Vertrauen durch personalisierte Kunden-
erlebnisse aufbaut

Lukas Rottlieb, Senior Manager, Solutions Engineering &
Mathias Weber, Enterprise Client Executive, OneTrust, München





Andrea Ahlemeyer-Stubbe ist mit 30 Jahren Erfahrung eine anerkannte Branchenexpertin. Sie leitet den Bereich Data Analytics bei der CRM- und Dialogmarketing-Agentur servicepro und entwickelt mit ihrem Team innovative datengetriebene Lösungen in den Bereichen Big Data, Marketing-Automation, Customer-Centricity, Predictive Modeling und KI für B2C und B2B Beziehungsmanagement. [servicepro.de](https://www.servicepro.de)



Mark Brauch verantwortet seit 2023 das digitale Marketing der Süddeutschen Zeitung. Mit Performance-, Engagement-, Retention-Marketing und MarTech bringt er die digitale Transformation des Subscription-Bereichs voran. Davor leitete er das Directmarketing bei PAYBACK, steuerte Marketing-Kanäle sowie mehrere Agenturen. Davor war Mark im CRM/Marketing bei Lovescout24, DAB bank und bei E.ON. [sueddeutsche.de](https://www.sueddeutsche.de)



Slavisa Gasic ist ein erfahrener CRM- und Marketing-Experte und seit 2017 Geschäftsführer von servicepro, einer führenden Agentur für Data-Driven-Marketing. Er hat seine umfassende Expertise in CRM, CX und KI bei Unternehmen wie PAYBACK und Serviceplan erworben, wo er für verschiedene Kunden aus dem B2C und B2B Segment datengetriebene Marketingstrategien erfolgreich umgesetzt hat. [servicepro.de](https://www.servicepro.de)



Stephan Klöckner ist seit der Gründung 2010 Teil von CINETELIC. Als Wirtschaftsinformatiker wird er von seinen Klienten als Experte in CRM-/Kundenmanagement-Prozessen und -Technologie geschätzt. Zu seinen Klienten zählen mittlere und große Unternehmen aus den Branchen Telekommunikation, Banken, Versicherungen, Logistik und Handel. [cintellic.com](https://www.cintellic.com)



Ralph Langner gestaltet als Abteilungsleiter Customer Intelligence & CRM bei der R+V Versicherung in Wiesbaden durch einen integrierten CRM-Ansatz bedarfsgerechte Omnikanal-Erlebnisse. Dazu nutzt er seine rd. 20-jährige Erfahrung im Umfeld Data Driven Marketing & CRM, die er zuvor bereits in verschiedenen Führungs- und Projektleitungsaufgaben bei der Commerzbank unter Beweis stellte. [ruv.de](https://www.ruv.de)



Antje Lindemann ist Head of CRM (B2C/B2B) bei Lampenwelt, Europas erfolgreichstem Online-Fachmarkt für Lampen und Leuchten. Startete 2015 mit einem 14-tägigen Newsletter für den deutschen Markt. Unter ihrer Führung entwickelte es sich zum Kern-Marketingkanal. Verantwortet heute die Kundenkommunikation für 27 Online-Shops, seit Okt. 2023 auch für gewerbliche Kunden. [lampenwelt.de](https://www.lampenwelt.de)



Nils Müller begann seine Karriere im IBM Innovation Center. Während seines Master Studiums in Berlin, New York und Mailand gründete er 2002 TRENDONE, eine Firma, die sich auf die Identifizierung von Micro-Trends und Weak Signals spezialisiert hat. TRENDONE ist Marktführer in der Identifikation von Schlüsseltrends in sich schnell entwickelnden Businessbranchen. [trendone.com](https://www.trendone.com)



Dr. Hendrik Müller-Giegler verantwortet die digitale Transformation des Messe Frankfurt Konzerns. Ziel sind stringent auf Kunden ausgerichtete Geschäftsprozesse, globale Konzernstandards und die schnelle und sichere Verfügbarkeit von Wissen über Kunden und Märkte. Er ist leidenschaftlicher Marketingexperte und hat Managementenerfahrung in der Medien- und Veranstaltungswirtschaft. [messefrankfurt.com/frankfurt/de](https://www.messefrankfurt.com/frankfurt/de)

„Es ist inspirierend mit ‚Sparringpartnern‘ auf Augenhöhe gemeinsam in lockerer Atmosphäre zu brainstormen.“

Anne Lehrl, Sparkasse Oberhessen



Michael Narr-Lampert ist Head of CRM bei Apollo. In dieser Rolle ist er für Kundenmanagement und Marketingkooperationen verantwortlich. 2022 gewann das CRM-Team Apollo den EDDL. Davor war u.a. für Marketing und CRM bei ATU und 1und1 AG tätig. [apollo.de](https://www.apollo.de)



Martin Nitsche ist Gründer der Solveta GmbH und gilt als einer der führenden CRM-Experten Deutschlands. Stationen seiner Berufslaufbahn waren bei der Deutschen Bank, in der Grey und der BBDO Gruppe bevor er Leiter Marketing Privat- und Geschäftskunden in der Commerzbank wurde. Er ist Präsident des Deutschen Dialogmarketing Verband DDV sowie Autor und Herausgeber. [solveta.com](https://www.solveta.com)



Michael Obermaier verantwortet als Head of CX Advisory Practice im gesamten DACH Raum die Beratung von Unternehmen zu den Themen MarTech und Customer Experience Management. Vor seiner Tätigkeit bei SAS war er in unterschiedlichen leitenden Funktionen in den Bereichen Vertrieb, Marketing, Beratung und Produktmanagement für diverse CRM und CX Software Hersteller tätig. [sas.com](https://www.sas.com)



Christian Peter gestaltet Digitalisierungsprojekte mit Kundenfokus und gilt als internationaler Sparringspartner und Keynote Speaker. Er spricht als Autor seines Buches „Kundenfokus – It Depends on the Ands“. Daneben verfügt er über Erfahrung als Führungskraft im Vertriebsmanagement und Marketing. So gestaltet er aktuell bei einer deutschen Privatbank das Customer-Relationship-Management. [sulona.com](https://www.sulona.com)



Steven Petter ist ein erfahrener E-Commerce- und Marketing-Experte mit über 14 Jahren Branchenerfahrung. Er baute erfolgreich das Marketing für einen Nischenshop auf, der zuletzt über 30 Mio. Euro umsetzte. Jetzt als CMO bei Sportspare GmbH, treibt er das Unternehmen und dessen Marketingstrategien auf ein neues Level. [sportspare.de](https://www.sportspare.de)



Lukas Rottlieb ist Solutions Engineer bei OneTrust Deutschland. Er berät Unternehmen technisch und fachlich bei der Einführung von Software und Automatisierung in den Bereichen Datenschutz und Präferenzmanagement, insbesondere im Marketing-Umfeld. Zudem hält er regelmäßig Schulungen und Fachvorträge zu Datenschutz und Marketing. onetrust.com



Norbert Schuster ist Strategieberater für Digitalisierung im Marketing und Vertrieb. Er hilft Unternehmen dabei, das Potenzial der Digitalisierung für ihre Vermarktung zu nutzen. In den letzten 20 Jahren hat er Vertriebs- und Marketing-Organisationen aufgebaut und geleitet. Er ist gefragter Vortragender und Autor von zahlreichen Fachbüchern. In den letzten 20 Jahren hat er Vertriebs- und Marketing-Organisationen aufgebaut und geleitet. norbert-schuster.de



Dr. Uwe Seebacher ist Professor für Predictive Intelligence an der Fachhochschule München, Professor für Marketing und Kommunikation an der Fachhochschule für Marketing und Kommunikation in Wien und Professor für Data Science und Sales & Distribution Management am IMT in Dubai. Er verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung als Wissenschaftler, Investor und ist Autor von 55 Büchern. uweseebacher.org



Matthias Weber ist Privacy Consultant/Enterprise Client Executive bei OneTrust. Er berät Unternehmen bei der Einführung und Automatisierung von Softwarelösungen in den Bereichen Datenschutz, IT-Sicherheit und Präferenzmanagement. Neben seiner Expertise im Datenschutz verfügt Matthias Weber über langjährige Erfahrung in der Beratung von Salesforce zum Thema Digitalisierung von Geschäftsmodellen. onetrust.com



Andreas Widera ist Managing Director und seit mehr als 10 Jahren bei gkk tätig. Als Experte für CRM sorgt er, gemeinsam mit seinem Team, dafür die Customer Experience seiner Kunden auf das nächste Level zu heben und den Unternehmenserfolg nachhaltig zu steigern. gkk.de



Dr. Martin Zirkel ist Partner bei KPMG mit Fokus auf kundenzentrierte Geschäftsmodelle, Customer Lifetime Value, Digitale Transformation. Er treibt gemeinsam mit den Kunden von KPMG deren digitale Business Transformation. „Im Zeitalter des Konsumenten entscheiden nicht die Manager, wie kundenzentriert ihr Unternehmen ist, sondern die Kunden.“ klardenker.kpmg.de/customer-insights-hub/themen/customer-centricity/



Träger |



Leadpartner |



„Spannend,
inspirierend,
voller Austausch
und Learnings.“

Antje Lindemann, Lampenwelt

Partner |



Medienpartner |







B2B Marketing und Vertrieb

Umsatzpower crossfunktional entwickeln

In diesem Workshop geht es darum, die Kluft zwischen Marketing und Vertrieb zu minimieren. Wenn beide zueinander finden, werden sie zum größten Wachstumstreiber. Erlebe, welche Methoden und Vorgangsweisen den größten Erfolg versprechen, um das ganze Potenzial der Digitalisierung zu aktivieren und gleichzeitig Hochleistungsteams zu entwickeln.

Für wen?

B2B-Unternehmen mit Marketing -und Vertriebsabteilungen, Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Data-Driven Marketing, CRM, CX, Vertrieb, Verkauf, Business Development, Transformation und Geschäftsleitung.

Dein Nutzen:

- > Du lernst, wie man wirksam crossfunktionale Methoden einführt.
- > Du arbeitest mit Praxisbeispielen, Arbeitshilfen und Tipps.
- > Du erhältst ein erprobtes Canvas-Modell und Playbook für die Umsetzung und Optimierung mit Hochleistungsteams und Marketing Automation.

Dein Workshopleiter.



Norbert Schuster, ist Strategieberater für Digitalisierung im Marketing und Vertrieb. Er hilft Unternehmen dabei, das Potenzial der Digitalisierung für ihre Vermarktung zu nutzen. Er ist gefragter Vortragender und Autor von zahlreichen Fachbüchern.



Inhalte

- > Wie haben sich Kunden und ihr Kaufverhalten verändert?
- > Wie gestaltet sich der neue Kaufprozess?
- > Neue Möglichkeiten der Digitalisierung in Marketing und Vertrieb
- > Neue Rollen und Aufgaben im Marketing und Vertrieb
- > Das Canvas für das Teambuilding
- > Aufgaben, Rollen, Regeln und Kompetenzen
- > Teamzusammensetzung und Teambuilding
- > Transformation und Selbstverständnis des Teams
- > Profilierung Team Persona
- > Zielmessung: KPIs und OKRs
- > Das Success-Force-Playbook



Einfach online anmelden:

www.marketing-forum.eu, per E-Mail: anmeldung@succus.at

So bist du dabei:

Teilnehmen als Anwender:in* am Data Driven Marketing Forum am 28. Mai 2024
€ 660,- (bei einer Anmeldung bis 15. Mai 2024, regulär € 860,-).

Teilnehmen als Dienstleister:in* am Data Driven Marketing Forum am 28. Mai 2024
€ 1.160,- (bei einer Anmeldung bis 15. Mai 2024, regulär € 1.260,-).

Praxisworkshop – B2B Marketing und Vertrieb am 29. Mai 2024,
09:15 bis 17:30 Uhr: € 560,- (bei einer Anmeldung bis 15. Mai 2024, regulär € 760,-)

Inbegriffen sind der Zutritt, Unterlagen in elektronischer Form, kulinarische Pausen, gemeinsame Mittagessen und die Teilnahme an der EDDI-Verleihung. Alle Preise exkl. 19 % MwSt.
Anmeldungen unterliegen unseren AGBs: <https://www.marketing-forum.eu/agb>

*Unter Dienstleister verstehen wir Unternehmen, die Leistungen, etwa die Beratung oder die Herstellung und Integration von Lösungen, im thematischen Umfeld von Data-Driven Marketing erbringen, auch wenn sie dazu selbst Anwender sind. Anwender sind etwa Handels- und Industrieunternehmen oder Finanzdienstleister.

Hier sehen wir uns:

Weitblick Eventlocation, Sapporobogen 6-8, 80637 München, Deutschland

Sprich uns an:



Helmut Blocher
Geschäftsführer
helmut.blocher@succus.at



Raphaela Gnant
Projektmanagement
raphaela.gnant@succus.at

SUCCUS | Wirtschaftsforen
Dingelbergstraße 23, 3150 Wilhelmsburg
+43 1 319 09 34, info@succus.at

Ein Format von:

SUCCUS
ESSENZ DES ERFOLGS