

DATA-DRIVEN MARKETING FORUM



Marketing
2026:
Vertrauen &
Empathie

10. Jahresforum für Data-Driven Marketing

Jenseits von Klickraten – warum Vertrauen entscheidet
4. November 2025, re:mynd, Frankfurt a.M.
marketing-forum.eu

Marketing 2026: Vertrauen & Empathie

Marketing neu denken: Zwischen Automatisierung, Prozessen und Daten gewinnt, wer Haltung zeigt. Vertrauen und Empathie sind die Schlüssel zu Beziehung, Loyalität und Wirkung. Beim 10. Data-Driven Marketing Forum zeigen wir, wie Data-Driven Marketing mehr sein kann, mehr sein muss – und mehr sein wird.

- > Welche Rolle spielen Empathie und Vertrauen im datengetriebenen Marketing der Zukunft?
- > Wie gewinnen Marken mit klarer Haltung im datengetriebenen Marketing?
- > Wie kann Data-Driven Marketing nicht nur effizient, sondern auch empathisch sein?

Um Fragen wie diese geht es beim 10. Data-Driven Marketing Forum. Praxis pur und ungeschminkt sowie inspirierende Keynotes machen das Forum aus. Am Abend wird – bereits traditionell – der EDDI, der Dialogmarketingpreis des DDV, verliehen.



Initiator.

Helmut Blocher, Geschäftsführer,
SUCCUS | Wirtschaftsforen, Wien



Moderator.

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



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 2025

Am Abend des 4. November 2025 werden die diesjährigen Sieger des Dialogmarketingpreises des DDV gekürt und gefeiert. Unter den Preisträgern der letzten Jahre: R&V Versicherung, Rohde & Schwarz, Commerzbank, SAP, Apollo, Abbott, Deutsche Bahn, DOUGLAS, Merck, REWE Group (eddi-award.de).

08:30 | Check-In

09:00 | Begrüßung

WILLKOMMEN BEIM 10. DATA-DRIVEN MARKETING FORUM

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

Helmut Blocher, Geschäftsführer, SUCCUS | Wirtschaftsforen, Wien

09:15 | Keynote

REBEL MIND-BLICK

Vertrauen, Haltung und der Mut, anders zu denken

Dr. Peter Kreuz, Spiegel-Bestsellerautor, Marketing-Enthusiast,
 „Rebels at Work“-Gründer, Heidelberg

>> Mutigere Fragen, statt smartere Tools; echte Anliegen statt besserem
 Targeting; klare Haltung statt noch mehr Testing. Zeit für einen
 Perspektivenwechsel im Marketing.

09:50 | Keynote

TRANSFORMATION IM LUXUSSEGMENT

Von Omnichannel bis KI

Maria von Scheel-Plessen, Direktor Media und E-Commerce EMEA
 einer italienischen Luxusmarke, Mailand

>> Maria zeigt mögliche Wege für die Transformation und Hacks
 für Innovation.

10:20 | Keynote

PREDICTIVE INTELLIGENCE | Game Changer für
 Kommunikation, Marketing, Service und Vertrieb?

Jörg Forthmann, Geschäftsführer, IMWF, Hamburg

Prof. Dr. Christoph Legat, Academic Advisor, Product & Technology,
 predictores.ai, Augsburg

>> Diese Keynote liefert einen Blick über den Tellerrand aktuell
 diskutierter KI-Anwendungen.

10:50 | Interaktiv

AUSTAUSCH – REFLEXION – TRANSFER

11:00 | Pause

11:30 | Keynote

VERTRAUEN IST KEIN KPI | Aber ohne Vertrauen keine Performance

Klemens Huber, Senior Manager Customer Centricity, Ernsting's Family, Coesfeld-Lette

>> Wenn menschliches Urteilsvermögen und datenbasierte Analytik zusammenspielen, entstehen echte Insights.

12:00 | Praxis pur

WENN KI LIEFERT | Und warum Daten ein Schlüssel sind | **Elena Kelava**, Head of Customer Marketing, camel active EMEA, Salzbergen

12:30 | Keynote

BX MEETS CX | MARKEN DURCH SPRACHE ERLEBBAR MACHEN

Birgit Lintner, Leitung Text und Konzept, gkk, München | >> Birgit zeigt, wie man mit Sprache für die eigene Marke begeistern kann.

13:00 | Mittagessen



ANWENDER DEEP DIVE DES DDV



14:00 | Parallelprogramm

WERTE, WÜNSCHE, STRATEGIEN
IM BESTAGER-MARKETING

Wie Daten die Kommunikation beeinflussen

Ulrich Stadler, Leiter Marketing und Vertrieb, trendtours Touristik, EschbornDIALOGMARKETING IN DER NGO-PRAXIS
Sensible Zielgruppen verantwortungsvoll
und wirksam ansprechen**Franziska Schnock**, Referentin Direktmarketing, CARE Deutschland e.V., Bonn
Berit Funk, Fundraising Spezialistin, Deutsches Komitee für UNICEF e.V., Köln

15:15 | Pause

15:45 | Praxis pur

WACHSTUM MIT DATEN UND AUTOMATION

Wie Viking Line Umsatz und Effizienz steigert

Steven Biehl, Managing Director, Avaus Marketing Innovations, München

16:10 | Interaktiv

AUSTAUSCH – REFLEXION – TRANSFER

16:30 | Praxis pur

VERTRAUEN AUFS SYSTEM?

Warum Marketing-Automation nicht automatisch geht

Simone Leicht, Senior Global OmniChannel and Marketing Automation Manager, Komax Group, Dierikon

17:00 | Keynote-Impuls

VERTRAUST DU SCHON ODER VERKAUFST DU NOCH?

Das Vertrauens-Paradox im Data-Driven Marketing

Martin Nitsche, Geschäftsführer, Solveta, Pinneberg; Präsident, DDV Deutscher Dialogmarketing Verband e.V., Frankfurt a.M.
>> Vertrauen hat sich zur stärksten Währung im Data-Driven Marketing entwickelt – und ist zugleich die flüchtigste. Aber wer vertraut wem – und warum?

18:00 | EDDI-APERITIF

19:00 | EDDI-NIGHT

„Der EDDI 2025 geht an ...“ Preisverleihung der EDDIs des DDV
Deutscher Dialogmarketing Verband in B2C und B2B (eddi-award.de).

WORKSHOP

PREDICTIVE INTELLIGENCE IN DER PRAXIS

Kampagnen mit Vorhersagen verbessern

Jörg Forthmann, Geschäftsführer, IMWF, Hamburg
Prof. Dr. Christoph Legat, Academic Advisor, Product & Technology, predictores.ai, Augsburg

>> In diesem Workshop erfährst du, wie einfach Predictive Intelligence funktionieren kann.





Steven Biehl ist Managing Director bei Avaus Marketing Innovations. Nach elf Jahren im Supply Chain Management und Marketing bei Procter & Gamble verschlug es Steven in das schwedische Tech-Startup-Ökosystem, was ihn auf den Weg der Technologieberatung führte. Nach ersten Erfahrungen bei Capgemini ist er seit sieben Jahren bei Avaus und leitet Kundenprojekte im DACH und Zentraleuropäischen Markt. avaus.com/dach



Jörg Forthmann ist Geschäftsführer des IMWF, Experte für strategische Kommunikation und datengetriebenes Marketing. Mit seinem umfangreichen Know-how in Big-Data-Analysen und KI-gestützten Geschäftsmodellen hilft er Unternehmen, durch Predictive Intelligence maßgebliche Wettbewerbsvorteile zu sichern. imwf.de



Berit Funk arbeitet für das Deutsche Komitee für UNICEF e.V. Sie ist mit vielen Themen, von Akquise bis Bindung betraut. Zuvor war sie bei Save the Children Deutschland e.V. tätig, Betreuung vieler NGO-Kunden einer schweizerischen Agentur für Fundraising. Studierte Kommunikationswissenschaft an der Uni Wien und Business Administration an der HSLU in der Schweiz, Schwerpunkt: „Public and Nonprofit Management“. unicef.de



Klemens Huber ist Senior Customer Centricity Manager bei Ernsting's family und bringt über 20 Jahre Erfahrung im Bereich Kauf- und Medienverhalten von Kundinnen mit. Sein Werdegang ist geprägt von einer tiefen Leidenschaft für datenbasierte Kundenstrategien und eine enge Verbindung zwischen den Bedürfnissen der Kundinnen und den Zielen des Unternehmens. ernstings-family.com



Elena Kelava ist Head of Customer Marketing bei camel active. Sie verantwortet datengetriebenes Marketing mit Fokus auf Performance-Kampagnen, strategisches SEO, nutzerzentrierte Datenmodelle und gezielten KI-Lösungen entlang der gesamten Customer Journey. camelactive.com



Dr. Peter Kreuz ist Spiegel-Bestsellerautor, Marketing-Enthusiast und ‚Rebels at Work‘ Gründer – Erfolgreiches Kundenmanagement braucht einen kristallklaren Fokus: Das sind wir! Dafür stehen wir! Das machen wir! Und vor allem: Das machen wir nicht! Denn der Kern einer Kundenmanagement-Strategie besteht darin zu bestimmen, was man nicht macht. rebelsatwork.net



Prof. Dr. Christoph Legat lehrt und forscht an der TH Augsburg; leitet die Forschungsgruppe „Cognitive Autonomy und Predictive Intelligence“ für autonome technische Systeme. Er ist Mitgründer von predictores.ai, berät erfolgreich Unternehmen zu Digitalisierungsstrategien und ist (Co-)Autor von mehr als 80 internationalen Fachpublikationen. predictores.ai



Simone Leicht ist mit über 30 Jahren Erfahrung im – zunächst analogen – Marketing, heute „voll digital“ unterwegs. Bei der Komax Gruppe ist sie für die Weiterentwicklung des Customer-Relationship-Managements zuständig. Neben den technischen Themen der Marketing Automation gehört dazu auch das Enablement der Sales-Organisation und der Aufbau von Vertrauen in Changeprozessen. komaxgroup.com/de

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

Anne Lehl, Sparkasse Oberhessen



Birgit Lintner leitet seit über vier Jahren den Bereich Text und Konzept bei gkk. Mit ihrer fundierten sprachlichen Expertise hat sie unter anderem für die GEMA, eine eigene Corporate Language, entwickelt. Als studierte Sprachwissenschaftlerin und gelernte Radiojournalistin versteht sie es, Marken durch emotionales und lebendiges Storytelling zu stärken. gkk.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



Franziska Schnock ist Fundraiserin im Direktmarketing bei CARE Deutschland e.V. und entwickelt kreative Kampagnen zur Gewinnung und Bindung von Spender:innen. Ihr Schwerpunkt liegt auf der Konzeption und Umsetzung wirkungsvoller Printkampagnen. Mit ihrer Leidenschaft für starke Geschichten und klare Botschaften setzt sie sich dafür ein, Menschen für humanitäre Hilfe zu begeistern. care.de



Ulrich Stadler leitet das Marketing und den Vertrieb bei trendtours. Nach Stationen in mittelständischen und internationalen Werbe- und Digital-Agenturen und der langjährigen Betreuung von Kunden wie adidas, Lufthansa, MAN, Deutsche Bahn, Miles & More und vielen Weiteren ist er zu trendtours gekommen, um das data-driven Marketing, das CRM und die Digitalisierung voranzutreiben. trendtours.de



Maria von Scheel-Plessen ist Director Media & E-Commerce EMEA bei Gucci. Von Mailand aus ist sie für die Bereiche Medien, Werbung und Performance-E-Commerce in 37 Märkten zuständig. Marias Fokus liegt auf der Mediastategie, der digitalen Transformation, dem Omnichannel-Ausbau und der technischen Weiterentwicklung des Tech Stacks bei Gucci. Außerdem ist sie Gründerin von The Dual Shift. mariavonscheelplessen.com





” Inspirierend, menschlich, locker
und super zum Networking –
wärmste Empfehlung!“

Monika von Aufschnaiter, HR, Hochschule München

Träger |



„Spannend, inspirierend,
voller Austausch und Learnings.“

Antje Lindemann, Lampenwelt

Partner |



Medienpartner |





Das Jahresforum für CX-Strategie und -Design

5. November 2025, re:mynd Eventlocation, Frankfurt a.M.
www.de.cx-forum.eu

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

Ein Format von:

SUCCUS
ESSENZ DES ERFOLGS

Einfach online anmelden:

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

So bist du dabei:

Teilnehmen als Anwender:in* am Data Driven Marketing Forum am 4. November 2025

€ 560,-

Teilnehmen als Dienstleister:in* am Data Driven Marketing Forum am 4. November 2025

€ 1.060,-

Inbegriffen sind der Zutritt, Unterlagen in elektronischer Form, kulinarische Pausen, gemeinsame Mittagessen und das Data Driven Marketing Get-together. 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:

re:mynd Eventlocation, Hanauer Landstraße 154, 60314 Frankfurt, Deutschland

Sprich uns an:



Helmut Blocher
Geschäftsführer
helmut.blocher@succus.at



Emma Gruber
Projektmanagerin
emma.gruber@succus.at