



INTERNET WORLD CONGRESS

DER KONGRESS FÜR DEN DIGITALEN HANDEL

09.-10. Oktober 2018, München

Dienstag, 09. Oktober 2018

09.00 Uhr	RAUM 1 – Cuvillés Eröffnung durch den Veranstalter	
09.15 – 09.45	RAUM 1 – Cuvillés Keynote 1: Die Omnichannel Lüge <i>Tobias Göbbel, Partner und Head of Practice Group Consumer Goods, Roland Berger Holding GmbH</i>	
09.45 – 10.15	RAUM 1 – Cuvillés Keynote 2: Robotic Selling: Einfluss auf Marketing und Vertrieb <i>Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt</i>	
10.15 – 10.45	Kaffeepause	
	RAUM 1 – Cuvillés: Omnichannel und die Digitalisierung am POS	RAUM 2 – Asam: Future Commerce: Wie werden Social, Mobile, Voice und VR/AR das Shopperlebnis verändern?
10.45 – 11.15	24/7 Karstadt - Erfahrungen & Learnings von Karstadts digitalem Flagshipstore (Praxisbeispiel) <i>Carsten Maeskes, Bereichsleitung / Vertriebscontrolling, Karstadt Warenhaus GmbH</i>	It's all about the WOW-Effekt"... oder warum die Interaktion mit Kunden persönlicher und kontextbezogener passieren muss! <i>Pierre Bremehr, Senior Sales Manager, Arvato Systems</i>
11.20 – 12.20	Die nächste Generation der Kundenkarten: Drei Händler stellen ihre neuen Formate vor (Praxisbeispiele) - <i>Christian Heß, Geschäftsführer CRM & Loyalty, MediaMarktSaturn Retail Group</i> - <i>Nico Winkelhaus, Director Digital Marketing, Payback GmbH</i> - <i>Julian Grießl, Bereichsleiter CRM International, Douglas GmbH</i>	Pro & Kontra Influencer Marketing (Diskussion) - <i>Yannik Schrader, Geschäftsführer & Founder, Schrader Marketing GbR</i> - <i>Max Kersting, Co-Founder und Managing Director, Hyconic</i> - <i>Max Oberüber, Influencer und Social Media Experte</i>
12.25 – 13.00	„Nicht ohne meinen Händler“ – wie Schuhhändler Gabor stationäre Händler und Onlinehandel versöhnt (Praxisbeispiel) <i>Stefan Willkommer, CEO/Geschäftsführer, Techdivision GmbH</i>	Mobile Commerce am Beispiel von GLAMOUR Shopping (Praxisbeispiel) <i>Jan Sobota, Digital Director, Condé Nast Verlag / Glamour Shopping</i>
13.00 – 14.00	Mittagspause	
14.00 – 14.30	Nicht um jeden Preis – Ein Plädoyer für das Wertvolle in Zeiten des Billigen <i>Roman Kmenta, Preisexperte und Keynote Speaker</i>	LogIn-Allianzen – Unabhängigkeit durch offene Standards und Allianzen <i>Jan Oetjen, Vorsitzender, Stiftungsrats der European netID Foundation</i>
14.35 – 15.05	Omnichannel User Experience bei Matratzen Concord <i>Tim Böker, CEO, KOMMERZ – digitale Marken- & Einkaufserlebnisse GmbH</i>	Chat-Bots als First-Level-Kunden-Support: Chancen, Risiken und Erfahrungen - <i>Frederik Schröder, Co-Founder & Business Development, Knowhere GmbH</i> - <i>Ralf Schnell, Advisory Solution Consultant, Servicenow</i> - <i>Karsten Schmitt, Senior Business Development Manager, Adesso Insurance Solutions GmbH</i>
15.10 – 16.00	Die Customer Journey ist wie eine Blume – Inspirationen für die Verknüpfung von Fernabsatz und E-Commerce mit lokaler und stationärer Präsenz (Praxisbeispiel) - <i>Daniel Jagodzinski, Senior Key Account Manager, Cardprocess GmbH</i> - <i>Marco van Eersel, Geschäftsführer, Flowframe/ Cool Green GmbH</i>	Connected Customers. BMW's Digital Evolution and the Customer Journey <i>Marcus Casey, Vice President eCommerce & Customer Journey Digital Services, BMW Group</i>
16.00 – 16.30	Kaffeepause	
16.30 – 17.15	Omnichannel: Was können deutsche Händler von internationalen Best Performern lernen? - <i>Achim Himmelreich, Director Digital Transformation, Capgemini S.E. & Vizepräsident, BVDW</i> - <i>Michael Renz, Partner, Ernst & Young</i> - <i>Philipp Reisswig, Head of Marketing & Sales, fabfab GmbH</i> - <i>Christoph Wenk-Fischer, Hauptgeschäftsführer, bevh</i> - <i>Mischa Rürup, Gründer und Geschäftsführer, Usercentrics</i>	So funktioniert App Commerce (Praxisbeispiel) <i>Timo Schamber, Director Enterprise Business Development, Shopgate GmbH</i>
17.20 – 17.50	RAUM 1 – Cuvillés Abschluss-Keynote: Customer Centricity als zentraler Erfolgsfaktor – alte und neue Wege zum Kunden <i>Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer, IFH Institut für Handelsforschung</i>	



INTERNET WORLD CONGRESS

DER KONGRESS FÜR DEN DIGITALEN HANDEL

09.-10. Oktober 2018, München

Mittwoch, 10. Oktober 2018

09.00 Uhr	RAUM 1 – Cuvillés Begrüßung	
09.15 – 09.45	RAUM 1 – Cuvillés Keynote 1: Local Commerce – Dichtung ODER Wahrheit <i>Gerrit Prof. Dr. Heinemann, Hochschullehrer, Leiter eWeb Research Center, Hochschule Niederrhein Mönchengladbach</i>	
09.45 – 10.15	RAUM 1 – Cuvillés Keynote 2: Künstliche Intelligenz in Digital Commerce: Dichtung UND Wahrheit <i>Matthias Zacher, Research & Consulting Manager, IDC Central Europe GmbH</i>	
10.15 – 10.45	Kaffeepause	
	RAUM 1 – Cuvillés: KI & Big Data in Retail	RAUM 2 – Asam: Plattformstrategien für den Handel
10.45 – 11.15	Risiken und Chancen von Künstlichen Intelligenzen im Handel <i>Fabian Westerheide, Gründer und CEO, Asgard</i>	Warum unser Handel zunehmend auf Plattformen setzt: Vergangenheit, Status-quo und Zukunft der Plattform-Ökonomie <i>Hamidreza Hosseini, Founder & CEO, Ecodynamics GmbH</i>
11.20 – 12.20	KI und das Internet: Trends und Anwendungen der KI in der Entscheidungsunterstützung <i>Valon Xhafa, Researcher, Technische Universität München</i>	Wieviel Plattform ist genug? (Praxisbeispiel) - <i>Fabian Spielberger, Gründer und CEO, Pepper Media Holding</i> - <i>Stefan Winter, Director Sales, Rakuten Deutschland GmbH</i> - <i>Dominik Dreyer, Geschäftsführer, Groupon, Deutschland</i> - <i>Nina Kristin Pütz, Senior Director Verticals, eBay Germany & Managing Director, Brands4friends</i>
12.25 – 13.00	Optimiertes Abschriftenmanagement – Gewinn und Ertrag entlang des Produktlebenszyklus optimieren (Praxisbeispiel) <i>Andreas Nierlich, Sales Director Fashion & General Merchandise, Blue Yonder GmbH</i>	Plattform Marke Eigenbau: Wie ein Versicherungsmakler eine eigene internationale Kundenplattform aufgebaut hat (Praxisbeispiel) <i>Joachim Stieger, Inhaber und Betreiber von Easy To Germany/Versicherungsagentur Stieger</i>
13.00 – 14.00	Mittagspause	
14.00 – 14.30	Individuelle Produktvorschläge für jeden Kunden? Möglich macht Personalisierung auf Basis von KI <i>Markus Elbers, Key Account Manager, prudsys</i>	Plattformökonomie – OTTOs Umgang mit dem Hype <i>Tim Buchholz, Principal Platform Business, Otto</i>
14.35 – 15.05	Unser Unterbewusstsein kauft ein – Ungenutztes Potenzial im E-Commerce <i>Dr. Philipp Spreer, Senior Consultant, elaboratum GmbH</i>	Vom Verlag zur Tech-Company – Wie die digitale Transformation gelingen kann (Praxisbeispiel) <i>Peter F. Schmid, CEO, Wer liefert Was? GmbH</i>
15.10 – 16.00	Personalisierung in der Praxis – was geht und was nicht? <i>Torsten Schwarz, Inhaber, Absolit Consulting</i>	Der chinesische Tourist als Kunde im deutschen Einzelhandel – auf Lebenszeit! <i>Marco van Eersel, Geschäftsführer, Flowframe/Cool Green GmbH</i>
16.00 – 16.30	Kaffeepause	
16.30 – 17.15	Personalisieren von Werbung – Geht das rechtssicher?! <i>Rolf Albrecht, Rechtsanwalt und Partner, Volke Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft mbB</i>	Local Commerce: Lokale Plattformen – wie nahe Erfolg und Misserfolg beieinander liegen (Praxisbeispiele) - <i>Andreas Haderlein, Wirtschaftspublizist & Innovationsberater Gründer, Local Commerce Alliance</i> - <i>Dr. Andreas Hesse, Hochschule Koblenz, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften</i> - <i>Norbert Hegmann, Gründer und CEO, myEnso</i> - <i>Andreas Kücker, Geschäftsführer, klickfeuer GmbH (GoCoburg)</i> - <i>Roman Heimbold, Geschäftsführer, Atalanda GmbH (Wir in Günzburg)</i>
17.20 – 17.50	RAUM 1 – Cuvillés Abschluss-Keynote: Warum KI uns (nicht) arbeitslos – aber auf jedenfall nachdenklich machen sollte <i>Wolf Ingomar Faecks, Geschäftsführer DACH und Italien, Publicis.Sapient</i>	