

Die Direktoren Prof. Dr. Sabine Kuester,
Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg
& Prof. Dr. Florian Kraus
des Instituts für Marktorientierte
Unternehmensführung (IMU) der
Universität Mannheim laden ein zur



IMU Frühjahrstagung 2025

„Kundenbeziehungen neu definiert – Hyperpersonalisierung im Fokus“

am 20. März 2025 im Rittersaal
der Universität Mannheim

9.30 – 15.30 Uhr

Wissenschaftler und Manager namhafter
Unternehmen referieren branchenübergreifend zum
Thema und stehen für Ihre Fragen zur Verfügung.
Zum 13. Mal in Folge wird der IMU-Research for
Practice Award 2025 verliehen.

Seien Sie beim Networking mit hochkarätigen
Marketing-Experten dabei und melden Sie sich jetzt
an unter:

www.bwl.uni-mannheim.de/imu

Über die Veranstaltung

Die Tagung bietet insbesondere...

- Praktische Einblicke und Best Practices aus Unternehmen mit Fokus auf *Hyperpersonalisierung in Marketing und Vertrieb*
- Wissenschaftliche Erkenntnisse über die Implikationen von *Hyperpersonalisierung für Marketing und Vertrieb* sowie empirisch fundierte Ansätze, wie man mit den daraus entstehenden Chancen und Herausforderungen umgehen kann
- Inspirierende Diskussionen mit Führungspersönlichkeiten namhafter Unternehmen
- Networking mit renommierten Praktikern und Wissenschaftlern

Agenda

9.30 Uhr Begrüßung

9.50 Uhr Vortrag Prof. Matthias Gouthier | Universität Koblenz

10.30 Uhr Vortrag R+V | Anja Stolz

11.10 Uhr Kaffeepause

11.40 Uhr Vortrag Trumpf | Katrin Jöst

12.20 Uhr Vortrag Omnipeak | Dr. Michael Tal

13.00 Uhr Ansprache

13.15 Uhr Mittagspause

14.15 Uhr Preisverleihung und Vortrag IMU Award 2025

14.35 Uhr Vortrag Salesforce | Liesel Klokkers

15.15 Uhr Verabschiedung

Im Anschluss Get Together bei Kaffee und Kuchen

IMU Frühjahrstagung 2025 „Kundenbeziehungen neu definiert – Hyperpersonalisierung im Fokus“

Vorträge und Q&A Sessions mit hochkarätigen Experten



09.50 Uhr:
Hyperpersonalisierung in Marketing und Vertrieb – Licht- und Schattenseiten

Prof. Dr. Matthias Gouthier
Professor für Marketing und digitaler Services, Leiter des Instituts für Management im Fachbereich Informatik und Direktor des CSE der Universität Koblenz

Hyperpersonalisierung ist derzeit eines der Top-Themen in Marketing und Vertrieb und wird als revolutionäres Konzept gehypt. Um erfolgreich den Weg von der Personalisierung über die Individualisierung hin zur Hyperpersonalisierung zu gehen, ist es essenziell, die spezifischen Merkmale der Hyperpersonalisierung zu verstehen. Dazu geht Matthias Gouthier auf Voraussetzungen zur Digitalisierung ein und stellt Best Practices vor. Zudem skizziert er mögliche Risiken der Hyperpersonalisierung.

Matthias Gouthier ist seit 2013 Professor für Marketing und digitale Services an der Universität Koblenz. Weiterhin ist er der Leiter des Instituts für Management im Fachbereich Informatik und Direktor des *Centers for Service Excellence (CSE)* der Universität Koblenz.

Als Mitglied des Fachbereichs Informatik widmet er sich primär Themenstellungen an der Schnittstelle zwischen Marketing und Digitalisierung, z.B. Hyperpersonalisierung, Technologieakzeptanz und Character Design.



10.30 Uhr:
Mensch & Maschine – ist Hyperpersonalisierung die Zukunft

Anja Stolz
CMO R+V, Mitglied des Vorstandes R+V Direktversicherung

Digitalisierung, Agilisierung, KI sind Mittel zum Zweck – kein Selbstzweck. Der Versuch einer Entideologisierung: Statt zu fragen, welchen Trend gibt es, gilt es zu überlegen: wo will ich hin.

Im Zentrum steht die Frage was wirklich Bedeutung für ein Evolutionsmodell im Business und für Kunden hat, in das wir die neuen Möglichkeiten einbetten.

Anja Stolz ist Sozialwissenschaftlerin und hat eine nachweisliche Erfolgsgeschichte in dynamischen und komplexen Unternehmensumfeldern. Sie bringt über 20 Jahre Leadership Erfahrung mit und verfügt zudem über einen starken Consulting-Background gepaart mit eigener Gründer- und Startup-Erfahrung im e/m-Commerce Umfeld. Anja Stolz ist seit vielen Jahren national und international leitend im Bereich Marketing, Strategie, Data Analytics, Digitale Transformation und Corporate Communications tätig. Als CMO/Bereichsleiterin Kundenmanagement und Marketing bei der R+V Versicherung verantwortet sie heute u.a. die Themen Strategisches Marketing & Brand Management, Omnichannel-Management, Customer Experience, Marketing Automation, CRM/Predictive Data Analytics und Produktmanagement. Seit Juli 2021 ist sie zusätzlich als Mitglied des Vorstands der R+V Direktversicherung AG für den Ausbau des Digital- & Direkt-Vertriebs zuständig.



11.40 Uhr:
Von Daten zu Beziehungen: Personalisierung als Schlüssel zum Messe-Erfolg

Katrin Jöst
Head of Corporate Marketing Trumpf

Im Vortrag „Von Daten zu Beziehungen: Personalisierung als Schlüssel zum Messe-Erfolg“ wird aufgezeigt, wie TRUMPF den gezielten Einsatz von Segmentierung und Personalisierung nutzt, um Bestands-, Neu- und Wettbewerbskunden effektiv anzusprechen und für die Messe sowie das Angebot zu gewinnen. Dabei kommen datenbasierte Einladungen für Bestandskunden und Prospects, Account-Based-Marketing-Maßnahmen, KI-gestützte Zielgruppensegmentierung und White-Spot-Analysen zum Einsatz. Diese Instrumente ermöglichen die Entwicklung individualisierter Strategien, die erfolgreich in Zusammenarbeit mit dem Vertrieb umgesetzt werden. Der Vortrag bietet praxisnahe Einblicke aus der Perspektive eines führenden B2B-Unternehmens und zeigt auf, wie moderne Technologien im Marketing und Vertrieb effektiv eingesetzt werden können.

Katrin Jöst verantwortet bei TRUMPF das Corporate Marketing in der Unternehmenszentrale in Ditzingen. Sie hat mehr als 20 Jahre Erfahrung im B2B Marketing, Lead und Brand Management. Ihr Blick richtet sich auf das optimale Zusammenspiel von Menschen, Technik, Daten und Organisation mit einem klaren Nordstern: Vom Cost Center zum Profit Center: Marketing leistet einen messbaren Beitrag zu den unternehmerischen Zielen.

IMU Frühjahrstagung 2025 „Kundenbeziehungen neu definiert – Hyperpersonalisierung im Fokus“

Vorträge und Q&A Sessions mit hochkarätigen Experten



12.20 Uhr:
KI-Agenten in Marketing und Vertrieb:
Praxiserfahrungen zur automatisierten Personalisierung von Nurturing und Outbound Marketing

Dr. Michael Tal
CEO & Founder
Omnipeak

Anhand von Praxiserfahrungen wird gezeigt, wie der Einsatz von KI-Agenten zur Automatisierung und Optimierung von Marketing- und Vertriebsprozessen genutzt werden kann. Die optimale Nutzung von KI hilft, die Zielgruppenansprache zu präzisieren und gleichzeitig die Effizienz von Vertriebsteams zu steigern. Dr. Tal stellt in seinem Vortrag sowohl die technologischen Grundlagen als auch die bislang erzielten Erkenntnisse aus der Praxis vor.

Dr. Michael Tal ist ein deutscher Serien-Unternehmer und Gründer von OMNIPEAK. Zuvor arbeitete er als Rechtsanwalt im Bereich M&A und Kapitalmarktrecht. Er verfügt über umfangreiche Erfahrung in der Entwicklung von KI-Softwarelösungen und deren praktischer Anwendung in Unternehmen.

14.15 Uhr:
Verleihung des IMU-Research for Practice Award 2025

Das Institut für Marktorientierte Unternehmensführung versteht sich als Forum für den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis. Die Forschung des IMU zielt auf wissenschaftliche Ergebnisse mit hoher Praxisrelevanz für das Marktorientierte Management ab. Aus diesem Grund verleiht das IMU seit 2013 jährlich den *IMU-Research for Practice Award* für wissenschaftlich und methodisch exzellente Dissertationen aus den Bereichen Marketing, Vertrieb und Marktorientierte Unternehmensführung, die eine hohe Praxisrelevanz aufweisen. Sponsor Daniela Kahlert von Roche Diagnostics Deutschland GmbH überreicht den Award an den diesjährigen Gewinner.



14.35 Uhr:
Hyperpersonalisierung in Vertrieb und Marketing mit KI-Agenten

Liesel Klokkers
Senior Director Solution
Engineering Salesforce

Mit der Ankunft von KI-Agenten, die selbständig intelligent agieren, ergeben sich ganz neue Möglichkeiten bei der Hyperpersonalisierung in Vertrieb und Marketing. Durch die Kombination dieser neuartigen Technologie, verbunden mit den umfassenden strukturierten und unstrukturierten Daten, die Unternehmen in der Salesforce Plattform über ihre Kunden verfügen, können Kunden um ein Vielfaches individueller angesprochen werden und damit eine ganz andere Kundenerfahrung geschaffen werden. Zum einen ermöglicht eine digitale Workforce aus KI-Agenten eine fast beliebige Skalierung, zum anderen ergeben sich inhaltlich ganz neue Möglichkeiten, wie z.B. die individuelle Beratung durch einen Concierge-Agenten im Online-Shop oder die individuelle Erstellung und Bereitstellung von Inhalten innerhalb von Marketing Kampagnen. Der Vortrag stellt die sogenannte „Agentforce Technologie“ vor und beleuchtet die ganz neuen Möglichkeiten, die sich dadurch für die Hyperpersonalisierung in Sales und Marketing ergeben.

Liesel Klokkers begleitet seit über 20 Jahren Unternehmen bei der Transformation ihrer Kundenbeziehungen in Vertrieb, Marketing und CRM. Sie begann ihre Karriere bei Oracle, war danach zehn Jahre lang bei Siebel Systems und hat das Thema CRM in der Dach-Region von Anfang an mit aufgebaut. Seit 10 Jahren leitet sie Solution Engineering Teams bei Salesforce. Sie hat Informatik studiert mit Schwerpunkt auf Künstliche Intelligenz.

imu | Institut für Marktorientierte Unternehmensführung
Kompetenz in Wissenschaft & Management

Teilnahmegebühr

IMU-Mitglieder: kostenfrei

IMU externe Unternehmen:
Frühbuchertarif (Anmeldung bis 13.02.2025) und
Kooperationspartner

Erste Person	349,00 €
Begleitpersonen	299,00 €

Normaltarif

Erste Person	399,00 €
Begleitpersonen	349,00 €

Ihre Ansprechpartnerin



Nicola Weber, M.Sc.

Nicola.weber@uni-mannheim.de
Telefon: 0621 / 181 1560
Fax: 0621 / 181 1556
Institut für Marktorientierte
Unternehmensführung (IMU)
Universität Mannheim L5, 1
68161 Mannheim

Das Anmeldeformular sowie weitere Informationen finden Sie unter <https://www.bwl.uni-mannheim.de/imu/tagungen/fruehjahrstagung-2025/anmeldung/>

