

Swiss MarTech Summit 2025

PROGRAMM



Presenting Partner



MARKETING
TECHNOLOGY

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Herzlich willkommen zum Swiss MarTech Summit 2025 –
der führenden Plattform für datengetriebenes Marketing,
Technologie-Trends und Innovation in der Schweiz.

Freuen Sie sich auf Inspiration, Vernetzung und praxisnahe Impulse für den gezielten
Einsatz von MarTech.

Das ZHAW MarTech Lab und der Presenting Partner iundf Marketing Technology AG
bringen Praxis und Wissenschaft zusammen – für nachhaltige Lösungen mit Wirkung.
Wir wünschen Ihnen einen inspirierenden Tag voller Ideen und wertvoller Kontakte.

Herzlich,



Dr. Marcel Hüttermann

Leiter MarTech Lab

ZHAW School of Management and Law



Urs Blickenstorfer

Owner & CEO

iundf Marketing Technology AG



Jetzt auf LinkedIn
vernetzen



Jetzt auf LinkedIn
vernetzen

Programmübersicht

ZEIT	PROGRAMM	ORT	SEITE
13.00 Uhr	Check-In	Foyer	
13.30 Uhr	Begrüssung & Intro	Aula EG	
13.45 Uhr	Keynote Cornelia Diethelm	Aula EG	5
14.30 Uhr	Pause	Foyer	
14.45 Uhr	Break Out 1	Aula EG & 1. Etage	6–9
15.20 Uhr	Break Out 2	Aula EG & 1. Etage	9–12
15.55 Uhr	Break Out 3	Aula EG & 1. Etage	13–16
16.25 Uhr	Pause	Foyer	
16.40 Uhr	Keynote Dr. Thomas Schwetjje	Aula EG	5
17.15 Uhr	Präsentationen der Awardkandidaten	Aula EG	
18.00 Uhr	Voting & Pause	Foyer EG	
18.45 Uhr	Laudatio Award Winner	Aula EG	
19.00 Uhr	Apéro & Networking	Foyer EG	



Moderation

David Kübler, Leiter Moderation bei Radio TOP und ehemaliger Mitarbeiter des Instituts für Marketing Management der ZHAW School of Management and Law, wird unseren Event als Moderator begleiten.

Mit seiner langjährigen Erfahrung im Radio und seiner authentischen Art schafft er eine angenehme und lebendige Atmosphäre. Er führt durch das Programm, sorgt für spannende Übergänge und bringt das Publikum mit seiner charmannten Moderation aktiv ins Geschehen ein.



David Kübler

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**



Keynote Speaker

SUPERKRÄFTE MIT NEBENWIRKUNGEN – WIE WIR TECHNOLOGIEN IM MARKETING VERANTWORTUNGSVOLL NUTZEN

13.45 Uhr, Aula

Daten und KI sind Superkräfte im Marketing – mit enormem Potenzial, aber auch Risiken. In dieser Keynote zeigt Cornelia Diethelm inspirierende Use Cases und die Schattenseiten wie Manipulation oder Täuschungsgefahr. Sie zeigt, wie Marken Technologie verantwortungsvoll nutzen und dabei Relevanz, Vertrauen und Fairness stärken können.



Cornelia Diethelm

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

VON DER ZWANGSEHE ZUR TRAUMHOCHZEIT: ZUSAMMENARBEIT VON IT UND MARKETING NEU GEDACHT

16.40 Uhr, Aula

Dr. Thomas Schwetje thematisiert das veränderte Anforderungsprofil des CMO und die häufige Fehlwahrnehmung von Marketing als Opfer der IT und umgekehrt. Am Beispiel Coop zeigt er, wie Zielkonflikte zwischen IT und Marketing überwunden werden und aus einer «Zwangsehe» eine erfolgreiche und leidenschaftliche Partnerschaft entsteht, die wesentlich zu einem überlegenen Marketing Tech-Stack beiträgt.



**Dr. Thomas
Schwetje**

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Vorträge

Presenting Partner, Kunde

POWERING B2B GROWTH WITH MARTECH: A «SUNRISE» STORY

14.45 Uhr, Aula

Sunrise Business is redefining B2B growth with MarTech. This keynote explores the strategies, technologies, and cultural shifts driving their transformation – and highlights key learnings that other organizations can apply to their own journey.



Monika Brunner
iundf Marketing
Technology



Souhir Sfar
Sunrise
**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Hauptpartner

FROM HYPE TO REALITY: AI-DRIVEN MARKETING

14.45 Uhr, SW 101

Wie frühere technologische Entwicklungen bewegt sich AI – insbesondere Gen AI – entlang der Gartner Hype Curve: vom Hype zum realistischen Einsatz für Effizienz und Effektivität. Das Referat zeigt, wo die Technologie aktuell steht, welche Herausforderungen bestehen, welche Erfahrungen gateB gemacht hat und wohin die Reise geht.

gateB

Transforming Digital
Into Value



**Robert
Schumacher**
**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner+, Kunde

GLOBAL MARKETING PLANNING AT LUFTHANSA GROUP

14.45 Uhr, SW 102

Managing campaigns for four global brands in 50 markets without a central tool led to inconsistent planning and no shared KPI framework. In this talk, Michaellyn Gruenewald (Lufthansa Group) shares how a Marketing Resource Management tool brought transparency, standardized processes, and reduced marketing spend by 28 %.

aclevion.

LUFTHANSA GROUP



**Michaellyn
Gruenewald**

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT AT SCALE – STÄRKERE BRANDS DANK VERNETZTER TEAMS & CUSTOM AUTOMATION

14.45 Uhr, SW 111

Wie lassen sich Social Media Aktivitäten in der Hälfte der Zeit steuern und gleichzeitig die Markenpräsenz nachhaltig stärken? Welche Rolle spielt AI und wie gelingt die strategische Planung der gesamten Markenkommunikation? Praxisnahe Insights aus Automationsprojekten vom KMU bis zum Grosskonzern.

adhook



**Andreas
Schürmann**

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner

VON SEO ZU LLMO: CHANCEN & CHALLENGES IN AI-DRIVEN SEARCH

14.45 Uhr, SW 121

Finden Sie heraus, welche Rolle Large Language Models (LLMs) und AI-Tools 2025 in SEO-Strategien spielen und wie Sie für LLMs optimieren. Wir teilen unsere eigenen Studien und Experimente und analysieren erste erfolgreiche Case Studies – inklusive konkreter taktischer und strategischer Empfehlungen für Unternehmen im B2B-, Finance- und Tech-Bereich.



Marco Schlauri

Jetzt auf LinkedIn vernetzen

Partner

JEDER KUNDE VERDIENT VIP-BEHANDLUNG

14.45 Uhr, SW 122

Hyper-Personalisierung verleiht jedem Kunden das Gefühl, rund um die Uhr individuell betreut zu werden. Der Vortrag zeigt zentrale Bausteine wie ›always-on‹ Analytik, Next-Best-Actions, personalisierten Content und Test & Learn. Ziel ist es, Kundenbedürfnisse nicht nur zu erfüllen, sondern proaktiv zu antizipieren und passgenaue Lösungen zu bieten.



Arne Meissner

Jetzt auf LinkedIn vernetzen

Partner

ACCESSIBILITY ALS WICHTIGER BE- STANDTEIL DER CUSTOMER EXPERIENCE

14.45 Uhr, SW 123

Accessibility wird ab dem 28. Juni mit dem Inkrafttreten des European Accessibility Acts auch für Unternehmen in der Schweiz zur Pflicht. Abgesehen von der menschlichen Pflicht, bilden Menschen mit Beeinträchtigungen eine relevante Zielgruppe mit Konsumbedürfnissen. Wir zeigen auf, wie Sie Ihre Websites für diese Zielgruppe zugänglich machen können.

webrepublic



Aline Stohler

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Hauptpartner, Kunde

TARGETED INVESTMENT IDEAS EN- HANCE PERSONALIZED CUSTOMER EXPERIENCE

15.20 Uhr, Aula

Die Bank Julius Bär bietet gezielte Anlageideen auf Basis aktueller Expertenempfehlungen über alle Anlageklassen hinweg. Erfahren Sie, wie Inhalte und Produktauswahl exakt auf die Portfolio-merkmale der Kundschaft abgestimmt und in einem vollständig digitalisierten Format präsentiert werden.

gateB

Transforming Digital
into Value



Sara Uhlig

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Hauptpartner, Kunde

**KANN KI DEINE HOCHSAISON PLANEN? WAS
DIGITALES MARKETING VON DEN VOLATILSTEN
MÄRKTEN LERNEN KANN – GRAND CASINO
BADEN GIBT EXKLUSIVE EINBLICKE.**

15.20 Uhr, SW 101

In Branchen wie E-Commerce oder Travel sind saisonale Schwankungen bekannt – doch kaum eine Branche ist so stark betroffen wie die Glücksspielindustrie. Das Grand Casino Baden teilt Einblicke, wie es mithilfe moderner KI Saisonalität meistert und wie sich diese Ansätze auf andere Branchen übertragen lassen.



Mirem Atac

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner

**VON SILOS ZU SIGNALEN: MIT DEZENTRALEM
CUSTOMER DATA MANAGEMENT ANSATZ
ZUR HYPERPERSONALISIERUNG IM BANKING**

15.20 Uhr, SW 102

Hyperpersonalisierte Kundenerlebnisse scheitern oft an fragmentierten Datenlandschaften. Diese Session zeigt, wie eine dezentrale Customer Data Management Architektur nach Data-Mesh-Prinzipien datengetriebene Use Cases ermöglicht. Ziel: 360°-Kundensicht, dynamische Segmentierung, Omnichannel-Personalisierung und gesteigerte Customer Lifetime Value.



Remo Brechbühl

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner

**SEO & AI PLAYBOOK FÜR 2025:
ERFOLGSSTRATEGIEN, TOOLS, PRAXISTIPPS**

15.20 Uhr, SW 111

Die Art und Weise, wie Menschen heute nach Informationen suchen, verändert sich radikal. Das Suchvolumen auf klassischen Suchmaschinen wie Google könnte bis 2026 um 25% sinken, weshalb Unternehmen jetzt handeln müssen. In diesem Vortrag erfahren Sie, wie KI-Trends SEO grundlegend verändern, Sie Ihre Sichtbarkeit nachhaltig sichern und KI-Tools gezielt für Ihre SEO-Kampagnen einsetzen.



Kim von Däniken



Ato Herzig

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner

**BIG DATA, ALGORITHMEN, AI:
IST RECEPTION MARKETING DIE
NÄCHSTE MARKETING-REVOLUTION?**

15.20 Uhr, SW 121

Erfahren Sie aus erster Hand, wie Unternehmen dank Big Data, Algorithmen und AI Ihr Marketing effizienter und effektiver machen können! Wir haben die Fakten, kennen die Methoden und Tools – und die Erfolge sprechen für sich. So sehr, dass unsere Marketing Case Study im neuesten Buch der Marketinglegende Prof. Philip Kotler publiziert wurde!



Peter Erni

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner

EIN FUNNEL, DER FUNKTIONIERT: ERFOLGREICH DURCH DIE «MESSY MIDDLE»

15.20 Uhr, SW 122

Die Customer Journey verläuft heute selten linear. Gerade die mittlere Phase («Messy Middle») erfordert daten- und KI-gestützte Analysen. Wie Sie diese Komplexität meistern und den Funnel optimieren, erfahren Sie anhand aktueller Trends, Content-Strategien und Best Practices.

Siteimprove



**Tom-Erik
Küstermann**

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner

WIE SWITZERLAND TRAVEL CENTRE DANK MARTECH GLOBALES CUSTOMER LIFECYCLE MARKETING BETREIBEN KANN

15.20 Uhr, SW 123

Schaffung einer performanten MarTech-Infrastruktur durch Anbindung dezentraler Buchungsplattformen. Entwicklung und Umsetzung von automatisierten Customer Experiences auf Hubspot. Aufbau automatisierter Reportings mit zentralem Datawarehouse.

advanto.
Marketing Technology



Felix Zeeb

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Hauptpartner, Kunde

**FROM ATTRIBUTION CHALLENGES TO
ACTIONABLE INSIGHTS: YUH'S JOURNEY WITH
PREDICTIVE ANALYTICS & MEDIA MIX MODELING**

15.55 Uhr, Aula

In the fast-paced world of digital marketing, Yuh faced challenges in attributing campaign success and optimizing budgets. Sonia Milici shares how Yuh overcame these through predictive analytics and Media Mix Modeling, in collaboration with Nexoya. Learn how data-driven strategies and AI tools enabled performance gains and improved budget allocation.



Sonia Milici

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Presenting Partner

**MARKETING OPERATIONS IM WANDEL:
VON KOMPLEXITÄT ZU KLARHEIT**

15.55 Uhr, SW 101

In dieser Session zeigen wir, wie sich Marketing Operations modernisieren lassen – mit Fokus auf Chancen, Herausforderungen und praxisnahen Lösungsansätzen. Sie erhalten zentrale Learnings, wie Prozesse effizienter gestaltet und Innovationen erfolgreich implementiert werden können. Für alle, die ihr Marketing zukunftsfähig aufstellen wollen.



Marija Radevic

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner+

DIGITALE UNORDNUNG IN DIGITALEN MEHRWERT VERWANDELN

15.55 Uhr, SW 102

Wenn MarTech aus dem Ruder läuft, bremst es Teams aus und belastet Budgets. In dieser Session erfahren Sie, wie eine Digital Experience Plattform wie Magnolia Komplexität in messbaren ROI verwandelt, Workflows vereinfacht, globale Skalierung ermöglicht – und das MarTech-Chaos beseitigt.



Christoph Lüthy

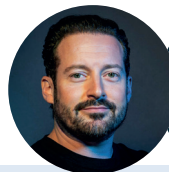
**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner

SCORE-BASIERTES TRACKING & AUTOMATISIERTE KAMPAGNEOPTIMIERUNG – PERFORMANCE OHNE COOKIES NEU GEDACHT

15.55 Uhr, SW 111

Wie erreicht man Zielgruppen ohne Third-Party-Cookies? Case Studies zeigen, wie cookieloses, Score-basiertes Tracking echtes Besucherinteresse misst – je mehr Micro-Conversions, desto höher der Score. Dieser dient zur Audience-Zuordnung und wird via Server-Side Tagging an Drittsysteme übergeben – für effizienteres Retargeting und starke Performance.



Michel Mariani



Theo Esenwein

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner

**BREAKING THE GROWTH BARRIER:
TAKTIKEN DER ERFOLGREICHSTEN BRANDS
AUF SOCIAL MEDIA**

15.55 Uhr, SW 121

Wir haben über 1,3 Millionen Metricool-Accounts analysiert, um die Strategien hinter den am schnellsten wachsenden Social-Media-Profilen zu entschlüsseln. Sie erhalten echte Praxisbeispiele, bewährte Taktiken und konkrete Strategien, die für beeindruckende Ergebnisse sorgen. Machen Sie sich bereit, mit einem klaren Fahrplan nach Hause zu gehen, um Ihre Konkurrenz in jeder Phase des Funnels zu überholen.

metricool



Lea Sindel

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Partner

**ERLEBEN SIE LIVE, WIE BRANDS DEN
FLYWHEEL-EFFEKT MIT DIALOGIFY NUTZEN**

15.55 Uhr, SW 122

Erleben Sie DiALOGiFY's Flywheel-Effekt für Brand-Teams: Mit 24/7-Aktivierung, datenbasierter Entscheidungsfindung und Infinite Loop Marketing von Erstkäufern zu loyalen Fans – mit bis zu 25 % mehr kreativer Zeit, 30 % Engagementraten und +10 % Wiederkäufen in nur 6 Monaten.

 **DiALOGiFY**



Dominic Bolliger

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Unternehmenspartner

**DIGITALER KUNDENDIALOG:
WIE TECHNOLOGIE DAS BANKENERLEBNIS
VERÄNDERT**

15.55 Uhr, SW 123

Die Digitalisierung verändert die Art und Weise, wie Banken mit ihrer Kundschaft interagiert. Doch wie sieht ein moderner digitaler Kundendialog aus? In diesem Vortrag geben wir exklusive Einblicke, welche technologischen Möglichkeiten wir evaluieren und wie wir den Dialog in der BLKB weiterentwickeln.



Yannick Kunz

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Unternehmenspartner

**KI VERSTEHEN & NUTZEN: PRAXIS-
WORKSHOPS MIT ROGER BASLER DE ROCA**

**14.45, 15.20, 15.55 Uhr, SW 124,
3 Workshops à 30 Min.**

Roger Basler de Roca zeigt auf, warum KI der Gamechanger für datengetriebene Geschäftsmodelle ist. In drei kompakten Workshops geht es um Mythen, Use Cases und konkrete Umsetzungstipps für Marketing, Vertrieb und Automation – praxisnah, interaktiv und sofort anwendbar!



**Roger Basler
de Roca**

**Jetzt auf LinkedIn
vernetzen**

Unternehmenspartner

ZENTRALE RECHTLICHE ANFORDERUNGEN AN DEN EINSATZ VON KI-ANWENDUNGEN

**14.45, 15.20, 15.55 Uhr, SW 125,
3 Workshops à 30 Min.**

Der Einsatz von KI-Anwendungen bringt neben technischen Anforderungen auch rechtliche Fragen mit sich. Die Rechtsanwaltskanzlei Griesinger ist spezialisiert im Recht an Daten und dem Einsatz von KI-Anwendungen in Unternehmen. Im Workshop werden Ihnen durch die Kanzlei Griesinger zentrale Anforderungen aber auch Stolpersteine auf dem Weg zum rechtskonformen Einsatz von KI-Anwendungen vorgestellt.

GRIESINGER
RECHTSANWALTSKANZLEI



Marcel Griesinger

marcel.griesinger@kanzlei-griesinger.ch

MarTech Lab



**Mitglied werden
und jetzt anmelden!**



Marketing Technologien und Tools verändern sich rasant und die Zahl der Alternativen wächst exponentiell. Das MarTech Lab unterstützt Unternehmen dabei, das nächste MarTech-Level zu erreichen, damit diese die technologischen Herausforderungen strategisch lösen können.

Wir bedanken uns herzlich bei all unseren Partnern.

UNTERNEHMENS- & VERBANDSPARTNER

aclevion.

addvanto.
Marketing Technology

adhook

analyticsagentur

beyond
web

BLKB

BH
Brain & Heart
Communication

coop

cptr

DIALOGIFY

Digital
Leverage

gateB
Transforming Digital
into Value

GRAND CASINO
BADEN

GRIESINGER
RECHTSANWALTSKANZLEI

ind MARKETING
TECHNOLOGY

LUFTHANSA GROUP

magnolia

metricool

nexoya

PostFinance

sas

SWA ASA
Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Utenti Svizzeri Pubblicità
Association Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers

Siteimprove

Sunrise
BUSINESS

webrepublic

yuh

MEDIENPARTNER

topsoft
Plattform für Digitales Business



School of
Management and Law

CAS Marketing Technology

Start: 26. August 2025

Frühbucherrabatt bei Anmeldung
bis 15. Juni 2025: CHF 7600.–



Weitere Informationen und Anmeldung



School of
Management and Law

Save the Date:
28. Mai 2026

Swiss MarTech Summit 2026



Frühbucherrabatt bis am 31. Dezember 2025

CREATIVITY MEETS TECHNOLOGY.



MARKETING
TECHNOLOGY

Wir unterstützen Unternehmen, mit Marketing-Technologien ihre Zielgesamten Customer Journey persona und so messbaren Impact zu erzielen.

Shape Vision &
Strategy

Enable Data &
Technology

Engage Leads &
Customers

Manage
Operations &
ROI

DISCOVER
MARTECH
MAGIC



martech.iundf.com

Unsere wichtigsten Technologie-Partner

HubSpot



bsi

SAP Emarsys