

Swiss MarTech Summit 2026

PROGRAMM



Presenting Partner



MARKETING
TECHNOLOGY

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Herzlich willkommen zum Swiss MarTech Summit 2026 – 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 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 und Urs Blickenstorfer



**Dr. Marcel
Hüttermann**

Leiter MarTech Lab,
ZHAW School of
Management and Law

Jetzt auf LinkedIn vernetzen



Urs Blickenstorfer

Owner & CEO,
iundf Marketing
Technology

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 Jonathan Fearn «Die Neuerfindung des Marketings – mit und ohne KI»	Aula EG	5
14.30 Uhr	Pause	Foyer	
14.45 Uhr	Break Out 1	Aula EG & 1. Etage	6–8
15.20 Uhr	Break Out 2	Aula EG & 1. Etage	9–13
15.55 Uhr	Break Out 3	Aula EG & 1. Etage	14–16
16.25 Uhr	Pause	Foyer	
16.40 Uhr	Keynote Daniela Meier «Das Interaktionsdilemma einer Versicherung – und wie MarTech es löst»	Aula EG	5
17.15 Uhr	Präsentationen der Awardkandidaten	Aula EG	
18.00 Uhr	Voting & Pause	Foyer EG	
18.15 Uhr	Podiumsdiskussion	Aula EG	
18.45 Uhr	Laudatio Award Winner	Aula EG	
19.00 Uhr	Apéro & Networking	Foyer EG	



Moderation

David Kübler, Mitarbeiter am Institut für Marketing Management der ZHAW und ehemaliger Leiter Moderation bei Radio TOP, wird unseren Event moderieren.

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 charmanten Moderation aktiv ins Geschehen ein.



David Kübler
ZHAW School of
Management and Law

[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)



Keynote Speaker

DIE NEUERFINDUNG DES MARKETINGS – MIT UND OHNE KI

13.45 Uhr, Aula

 Der rasante technologische Fortschritt und sich wandelnde Kundenbedürfnisse erfordern eine grundlegende Neuerung des Marketings. Die Keynote zeigt, wie neue Arbeitsweisen, eine global vereinheitlichte Content-Produktion und KI-Agenten die tägliche Marketingarbeit prägen und wo menschliche Kreativität weiterhin unverzichtbar bleibt.



Jonathan Fearn
Partner Development
Director, Accenture

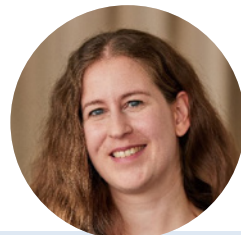
[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)

DAS INTERAKTIONSDILEMMA EINER VERSICHERUNG – UND WIE MARTECH ES LÖST

16.40 Uhr, Aula



Geringe digitale Interaktion zeigt, wie viel Potenzial für Versicherungen noch ungenutzt ist. Am Beispiel der myAXA-App wird dargestellt, wie mehr digitale Kontakte entstehen und wie App-Besuche durch datengetriebene Lösungen Zusatzgeschäft schaffen.



Daniela Meier
Lead IT-Strategie,
AXA

[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)

Vorträge

Presenting Partner / Unternehmenspartner

CALIDA CLUB: WIE CALIDA LOYALTY NEU DEFINIERT

14.45 Uhr, Aula



MARKETING
TECHNOLOGY

CALIDA

Wie entwickelt man ein Loyalty-Programm im Premium-Segment, das nicht primär über Rabatte funktioniert? Die Session zeigt, wie exklusive Vorteile, personalisierte Benefits und eine konsistente Inszenierung entlang aller Touchpoints zu einem markengerechten Mitgliedererlebnis zusammengeführt werden.



Urs Blickenstorfer

Inhaber & CEO,
iundf Marketing
Technology



Helen Kuhlmann

Team Lead Customer
Engagement,
CALIDA

[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)

Hauptpartner

STOP BUILDING. START DELIVERING: KONSISTENTE KUNDENERLEBNISSE STATT SYSTEM BAUSTELLEN

14.45 Uhr, SW 101

MERKLE Viele Unternehmen investieren massiv in Digitalisierung, doch die Customer Experience wird paradoxerweise schlechter. Die Session zeigt, wie standardisierte Grundlagen und modulare Experience-Architekturen wieder Raum für echte Differenzierung schaffen, veranschaulicht an einer Case Study aus dem Luxussegment.



Isabelle Merle

Senior Commerce
Consultant, Merkle

[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)

Partner+ / Unternehmenspartner

IMMER PÜNKTLICH UND NACH PLAN: CREATIVE AUTOMATION IM MARKE- TING BEI DER DEUTSCHEN BAHN

14.45 Uhr, SW 102

aclevion.   MPP.360

Wie lässt sich die Werbemittelproduktion schneller, effizienter und skalierbarer gestalten? Die Session zeigt anhand konkreter Beispiele aus Personalmarketing, automatisierter Baukommunikation in Bahnhöfen sowie Kampagnen auf den digitalen Monitoren der DB-Regio-Züge, wie Creative Automation moderne Marketingprozesse wirksam entlastet.



Jürg Weber
CEO & Inhaber,
Aclevion

Fabian Renner
Digital Media Experte,
Deutsche Bahn AG



Tim Ende-Styra
Director Business
Development, MPP.360

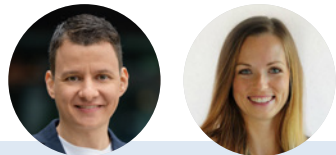
[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)

Partner

SOCIAL MEDIA INTELLIGENCE: MARKETINGENTSCHEIDUNGEN MIT KI NEU DENKEN | ZHAW X ADHOOK

14.45 Uhr, SW 123

adhook Wie werden aus Social Media Reports echte Entscheidungsgrundlagen? Praxisnahe Einblicke, wie KI Social-Media-Analysen bei Interpretation, Priorisierung und strategischer Trendprognose unterstützt.



Andreas Schürmann
Co-Founder,
Adhook



Claudia Lackner
Customer Success
Manager, Adhook

[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)

Partner

GEO, LLMO, AEO – ALLES NUR EIN HYPE?

14.45 Uhr, SW 124



Die Suchlandschaft befindet sich im Wandel. Mit dem Aufkommen von GEO, LLMO und AEO stellt sich für Marketer die Frage, ob klassische SEO-Ansätze an Bedeutung verlieren. Dieser Vortrag ordnet die neuen Konzepte ein, beleuchtet die aktuelle Datenlage und zeigt, welche Prinzipien der Suche auch in der Ära der KI weiterhin gelten.



Ato Herzig
Geschäftsführer,
Beyondweb

[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)

Partner/Unternehmenspartner

VOM CHATBOT ZUR CUSTOMER JOURNEY: WIE KI ECHTEN BUSINESS IMPACT ERZEUGT

14.45 Uhr, SW 125

aiabot

Beobachter

Viele Unternehmen experimentieren mit KI, doch der Weg zu messbarem Business Impact bleibt oft unklar. Der Vortrag zeigt, wie KI-Agenten entlang der Customer Journey Inhalte, Nachfrage und Conversion verbinden und wie aus einzelnen Tools ein skalierbares System entsteht.



Vanessa Iozzo
Head of Marketing
Aiaibot

Fabienne Strässler
Juristin & Projekt-
managerin, PO
Beobachter Chatbot

[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)

Hauptpartner / Unternehmenspartner

DER PROZESS ZUM PROZESS – VON DER KI-STRATEGIE ZUR REPARATUR DER WASCHMASCHINE

15.20 Uhr, Aula



Was passiert, wenn eine KI-Strategie auf einen realen operativen Prozess trifft? Livit und Merkle zeigen, wie sich ein alltäglicher Workflow mit gezielt eingesetzter KI, CRM und Automatisierung Schritt für Schritt in eine effizient funktionierende Lösung verwandeln lässt, vom ersten Scope bis zum messbaren Impact.



Constantin Ettingshausen
Account Director,
Merkle



Simon Gnos
Product Owner,
Livit



Nicholas Goodman
Product Owner,
Livit

Jetzt auf LinkedIn vernetzen

MarTech Lab



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.

Mitglied werden
und jetzt anmelden!



	FOYER SW E48 / E49	AULA SW E11	SW 101
13.00	Check-In		
13.30		Begrüssung & Intro	
13.45		Keynote I: Jonathan Fearn Die Neuerfindung des Marketings – mit und ohne KI	
14.30	Pause		
14.45		iundf Marketing Technology / CALIDA: CALIDA CLUB: Wie CALIDA Loyalty neu definiert	Merkle: Stop Building. Start Delivering: Konsistente Kundenerlebnisse statt System Baustellen
15.20		Merkle: Der Prozess zum Prozess – von der KI-Strategie zur Reparatur der Waschmaschine	
15.55		Bloomreach: Das KI-Personalisierungs-Playbook für 2026: Wie führende E-Commerce-Marken Kundendaten in Umsatz verwandeln	iundf: Vom Plan zur Wirkung: Wie OPO Oeschger Marketing und Vertrieb Schritt für Schritt modernisiert
16.25	Pause		
16.40		Keynote II: Daniela Meier Das Interaktionsdilemma einer Versicherung – und wie MarTech es löst	
17.15		Präsentationen Awardkandidaten	
18.00	Voting & Pause		
18.15		Podiumsdiskussion	
18.45		Laudatio Awardwinner & Verabschiedung	
19.00	Apéro Riche & Networking		

SW 102	SW 123	SW 124	SW 125	SW 111
<p>Aclevion / DB / MPP.360: Immer pünktlich und nach Plan: Creative Automation im Marketing bei der Deutschen Bahn</p>	<p>Adhook: Social Media Intelligence: Marketingentscheidungen mit KI neu denken ZHAW x Adhook</p>	<p>Beyondweb: GEO, LLMO, AEO – alles nur ein Hype?</p>	<p>Aiaibot: Vom Chatbot zur Customer Journey: Wie KI echten Business Impact erzeugt</p>	<p>CMO Roundtable:</p> <p>The Future of Marketers</p> <p>Während erster halben Stunde Impuls danach offene Diskussion</p>
<p>Postfinance: Marketing in an Agentic Future</p>	<p>DiALOGiFY: Vom CRM bis zum Regal: Wie DiALOGiFY den Kaufmoment neu definiert</p>	<p>webrepublic: AI in Search & GEO: Unsere wichtigsten Learnings</p>	<p>Aleph: Microsoft Advertising in der Schweiz: Mit Aleph neue Möglichkeiten nutzen</p>	
<p>Nexoya / Mobile-zone: +24.5% Sign-ups: Wie TalkTalk digitale Werbung dank AI-Copilot auf das nächste Level hebt</p>	<p>Advance Metrics: Wie erstelle ich qualitativ hochwertige Marketing-Texte mit AI voll-automatisiert?</p>	<p>Digital Leverage: LLMO/GEO in 2026: Was ist AI-Hype und was funktioniert wirklich?</p>		

Unternehmenspartner

MARKETING IN AN AGENTIC FUTURE

15.20 Uhr, SW 102



Wie verändert sich Marketing, wenn Systeme Entscheidungen teilweise selbst treffen? Der Vortrag gibt einen praxisnahen Einblick, wie Marketing in einem agentischen Kontext neu gedacht werden kann, welche Fähigkeiten sich dafür eignen und wo menschliche Verantwortung bewusst zentral bleibt.



Lisa Zimmermann

Data & AI Strategy
Lead, PostFinance



Kevin Wyss

Marketing Development
Manager,
PostFinance

Jetzt auf LinkedIn vernetzen

Partner

VOM CRM BIS ZUM REGAL: WIE DIALOGIFY DEN KAUFMOMENT NEU DEFINIERT

15.20 Uhr, SW 123



DiALOGiFY Wie lassen sich CRM-Systeme bis an den Point of Sale verlängern? Anhand konkreter Use Cases wird gezeigt, wie Retail Touchpoints als dialogische Berührungspunkte genutzt werden, um Wiederkäufe auszulösen. So entstehen kontextbasierte Kundenprofile, die erklären, warum Kunden kaufen und es ermöglichen, die Zeit bis zum nächsten Kauf gezielt zu verkürzen.



Dominic Bolliger

Co-Founder & CEO,
DiALOGiFY

Jetzt auf LinkedIn vernetzen

Partner

AI IN SEARCH & GEO: UNSERE WICHTIGSTEN LEARNINGS

15.20 Uhr, SW 124

webrepublic

Die Ära der klassischen Suche befindet sich im rasanten Wandel. Der Vortrag fasst die wichtigsten Learnings aus zahlreichen Projekten rund um AI-driven Search, GEO-Analysen und der strategischen Begleitung von Unternehmen kompakt zusammen.



Tra My Doan
Co-Head of SEO & UX,
Webrepublic

[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)

Partner+

MICROSOFT ADVERTISING IN DER SCHWEIZ: MIT ALEPH NEUE MÖGLICHKEITEN NUTZEN

15.20 Uhr, SW 125

Aleph



Die aktuellsten Innovationen im Microsoft Advertising Ökosystem eröffnen neue Möglichkeiten für Schweizer Werbetreibende und Agenturen. Der Vortrag macht sichtbar, wie globale Technologien und lokale Strategie in einer Welt mit KI optimal zusammenspielen.



Thierry Pool
Senior Client Partner
Microsoft Advertising
Schweiz, Aleph

[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)

Hauptpartner / Unternehmenspartner

DAS KI-PERSONALISIERUNGS-PLAY-BOOK FÜR JUNI 2027: WIE FÜHRENDE E-COMMERCE-MARKEN KUNDENDATEN IN UMSATZ VERWANDELN

15.55 Uhr, Aula



Erfolgreiche Personalisierung mit KI braucht mehr als gute Algorithmen – sie braucht eine solide Customer-Data-Strategie. Der Vortrag zeigt am Beispiel der Bloomreach-Implementierung bei den Marken der Swiss Marketplace Group, wie eine CDP hilft, Personalisierung über E-Mail, Web und weitere Kanäle hinweg wirksam umzusetzen.



Maximilian Ofer
Senior Manager,
Customer Success
DACH, Benelux &
Nordics, Bloomreach



Joël Bühler
Head of Marketing
Intelligence &
Technology, Swiss
Marketplace Group

Jetzt auf LinkedIn vernetzen



Presenting Partner / Unternehmenspartner

VOM PLAN ZUR WIRKUNG: WIE OPO OESCHGER MARKETING UND VERTRIEB SCHRITT FÜR SCHRITT MODERNISIERT

15.55 Uhr, SW 101



OPO OESCHGER
Wir liefern.

Wie setzt man Marketing-Automation in einem komplexen Umfeld erfolgreich um? Aufgezeigt wird, wie eine Lösung vor dem Start sorgfältig geprüft, in Phasen umgesetzt und gezielt weiterentwickelt wurde und welchen Mehrwert dies für Marketing, Vertrieb sowie Kund:innen geschaffen hat.



Nina Limacher
Principal Consultant,
iudf Marketing
Technology



Dani Sütterlin
Geschäftsleitung
Marketing & Produkt-
management,
OPO Oeschger

Jetzt auf LinkedIn vernetzen

Partner / Unternehmenspartner

+24.5% SIGN-UPS: WIE TALKTALK DIGITALE WERBUNG DANK AI-COPILOT AUF DAS NÄCHSTE LEVEL HEBT

15.55 Uhr, SW 102



mobilezone



Der Vortrag zeigt, wie der Wechsel von manueller Kampagnensteuerung zu KI-gestützter Optimierung umgesetzt wurde, was kanalübergreifende Optimierung und Szenario-Simulation im Alltag bedeuten und warum die Umwandlung von Sign-ups in Verkäufe die eigentliche Herausforderung bleibt.



Stephan Lindau
Account Manager,
Nexoya



Florence Reusser
Digital Performance
Marketing Manager,
Mobilezone & TalkTalk

Jetzt auf LinkedIn vernetzen

Partner

WIE ERSTELLE ICH QUALITATIV HOCHWERTIGE MARKETING-TEXTE MIT AI VOLLAUTOMATISIERT?

15.55 Uhr, SW 123



Marketingteams stehen vor der Herausforderung, qualitativ hochwertigen Content schnell, konsistent und skalierbar zu produzieren. Vorgestellt werden konkrete Ansätze, um AI-gestützte Content-Erstellung operational zu machen und gleichzeitig qualitativ hochwertige Inhalte zu gewährleisten.



Franca Ebner
Co-Head Online Marketing, Advance Metrics



Dennis Kamprad
Senior Digital Marketing Consultant, Advance Metrics

Jetzt auf LinkedIn vernetzen

Partner

LLMO / GEO IN 2026: WAS IST AI-HYPE UND WAS FUNKTIONIERT WIRKLICH?

15.55 Uhr, SW 124



Die KI-gestützte Suche verändert sich rasant und mit ihr die Anforderungen an Marken. Behandelt werden aktuelle Entwicklungen, erste Case Studies, relevante KPIs und die grössten Fallstricke auf dem Weg zu mehr Sichtbarkeit in der KI-Suche.



Marco Schlauri
Gründer & Geschäftsführer, Digital Leverage

Jetzt auf LinkedIn vernetzen

CMO ROUNDTABLE: THE FUTURE OF MARKETERS

14.45, 15.20 Uhr, SW 111



School of
Management and Law

Wie verändert sich die Rolle von CMOs und Heads of Marketing, wenn KI zum Standard wird? In dieser Breakout Session diskutieren führende Marketing-Verantwortliche, wie sie ihre Funktion, ihre strategischen Aufgaben und die Zukunft ihrer Profession neu definieren. Der Austausch fokussiert auf Leadership, Relevanz und das Marketing der Zukunft.

14.45 Die erste Breakout Session findet als Panel mit Marketingverantwortlichen statt.

15.20 In der zweiten Breakout Session folgt eine Q&A-Runde.

Wissenschaftlich begleitet wird der CMO Roundtable von Dr. Florian Gasser und Dr. Jesse Bächler von der ZHAW.



Dr. Florian Gasser

Dozent, Fachstelle
Brand Management,
ZHAW SML



Dr. Jesse Bächler

Dozent, Fachstelle
Consumer Behavior,
ZHAW SML

▲
[Jetzt auf LinkedIn vernetzen](#)

Wir bedanken uns herzlich bei all unseren Partnern.

UNTERNEHMENS- & VERBANDSPARTNER

accenture

aclevion.

advanto.
Marketing Technology

adhook

A D V A N C E
M E T R I C S

aiabot

Aleph | Microsoft Advertising



Beobachter



bloomreach

CALIDA



DiALOGiFY

Digital Leverage



livit

MERKLE

mobilezone

MPP.360

nexoya

OPD OESCHGER
Wir liefern.

PostFinance

smg | swiss marketplace group



webrepublic

MEDIENPARTNER

topsoft
Plattform für Digitales Business



School of
Management and Law

CAS Marketing Technology

Start: 11. September 2026

Frühherrabatt bei Anmeldung
bis 30. Juni 2026: CHF 7600.–



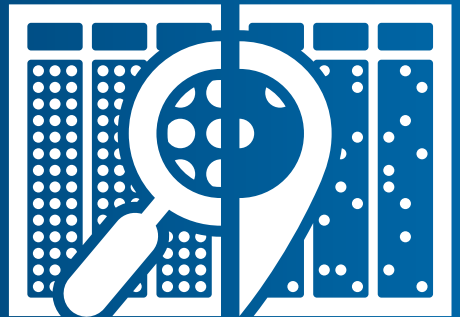
Weitere Informationen und Anmeldung



School of
Management and Law

Save the Date:
2. Juni 2027

Swiss MarTech Summit 2027



Frühherrabatt bis am 31. Dezember 2026

CREATIVITY MEETS TECHNOLOGY.



MARKETING
TECHNOLOGY

Wir unterstützen Unternehmen, mit modernen Marketing-Technologien ihre Zielgruppen entlang der gesamten Customer Journey personalisiert zu begeistern 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

