**Pressemitteilung**

# Gemeinsam kochen, getrennt essen? – neue Wege für Marketing und Sales

Würzburger B2B-Hotspot: Fachkongress „Lead Management Summit“ liefert Best Practices für den Mittelstand

Echte B2B-Lead-Experten sollten sich den 8. und 9. April 2025 vormerken, denn an diesen beiden Tagen treffen sich Marketing- und Vertriebsverantwortliche aus dem ganzen DACH-Raum im **Vogel Convention Center in Würzburg** auf dem **Lead Management Summit 2025**, um sich über die aktuellen Trends der B2B-Kommunikation mit dem Themenschwerpunkt Leads auszutauschen. Ziel des Kongresses ist es, Marketing und Vertrieb nachhaltig zusammenzubringen. Veranstalter des Fachkongresses ist das Fachmedium **marconomy**.

Infos unter: [Lead Management Summit](https://www.leadmanagementsummit.com/)

Während namhafte Industrieunternehmen, wie *KEBA Industrial Automation, Wöhler Technik GmbH, Rittal GmbH & Co. KG* und *Festo SE & Co. KG* ihre Best Practices aus B2B-Marketing und B2B-Vertrieb auf der Hauptbühne präsentieren,bieten Experten in interaktiven Breakout-Sessions Einblicke, wie sie Lead Management in ihrem Unternehmen erfolgreich umsetzen, aktuelle Entwicklungen mitdenken und bestehende Prozesse optimieren. Wie in jedem Jahr steht das Networking, neben der Wissensvermittlung, im Fokus der Veranstaltung. Das interaktive Speed Debating und die gemeinsame Abendveranstaltung im Bürgerbräu Würzburg laden alle Experten und Teilnehmer dazu ein, sich über aktuelle Themen und Herausforderungen auszutauschen. Auf eine digitale Ausstrahlung des Kommunikationsevents wird bewusst verzichtet, es findet rein präsent statt.

Teilnehmer, egal welchen Wissenstandes, kommen auf ihre Kosten, denn es ist für jedes Level – egal ob Anfänger oder Fortgeschrittene – etwas dabei. Die Vorträge und Sessions thematisieren:

* Marketing & Sales
* Lead Generierung
* Lead Nurturing
* Lead Scoring
* Lead Routing
* messbares Marketing Controlling

Gleich zu Beginn des Kongresses bietet sich den Teilnehmern mit der Initiative „SchaltschrankGestalter“ ein besonderes Highlight. In ihrem Vortrag „Süppchen oder Menü? Warum wir als Wettbewerber gemeinsam kochen und trotzdem getrennt essen!“ zeigen Gabriele Geiger, Thomas Heberlein und Detlef Kloke aus Marketing- und Sales-Perspektive, wie es die SchaltschrankGestalter geschafft haben, gemeinsam und vorwettbewerblich Leads zu generieren. Mit ihrem Zusammenschluss sind die Unternehmen ein Vorbild für die gesamte B2B-Branche.

Das Programm bietet außerdem viele Einblicke in die Praxis und die Arbeitsrealität von B2B-Marketern und Vertriebsentscheidern. So berichtet Jens Tinapp über die Transformation des Marketingansatzes bei der *Diehl Metering GmbH*. Basierend auf echte Insights von Kunden wurden digitale Kanäle, Inbound Marketing und digitale Tools eingeführt, um das sich stark verändernde Portfolio des Unternehmens und geänderte Kundenbedürfnisse ideal abzubilden.

Auch das Thema LinkedIn spielt im Lead-Management-Prozess weiterhin eine wichtige Rolle. Lead-Experte Norbert Schuster wird den Teilnehmern zeigen, wie sie durch die Kombination von Nurturing Prozessen und LinkedIn die Wirkung aller Stufen der Customer Journey steigern können. Torben Fangmann und Dennis Haase erläutern auf der Hauptbühne mit Hilfe eines Praxis Cases des Unternehmens Wöhler Technik, wie sich Social Selling in der Industrie wirksam verankern lässt.

Speaker aus den folgenden Unternehmen werden beim Lead Management Summit 2025 außerdem dabei sein: *ADLON Intelligent Solutions GmbH, Siemens AG, Smovement GbR, sixclicks GmbH, CNC24, MOSAIQ GmbH, Funntastic GmbH, Marketing ROI Experts, Phoenix Contact, strike2 GmbH, assemdee.*

Foto: Spy-Game und Lead Observation: In ihrer Breakoutsession nimmt Sabrina Dür die Teilnehmer mit auf eine Lead-Geheimjagd vom ersten Touchpoint bis hin zum Abschluss.

Fotocredit: Stefan Bausewein

**Marconomy** ist ein Fachmedium der Vogel Communications Group (VCG).Mit dem Fachportal marconomy.de, dem B2B Hero Podcast, den beiden Fachkongressen Lead Management Summit und B2B Marketing Days sowie Seminaren zur beruflichen Weiterbildung zeigt marconomy, wie Trends aus dem Consumer-Bereich in B2B-Unternehmen Anwendung finden. Das Fachmedium hat eine große Community, die branchenübergreifenden Input für die beruflichen Herausforderungen von Marketing-, Kommunikations- und Vertriebs-Verantwortlichen aus Industrie- und Technologieunternehmen garantiert.

Die **Vogel Communications Group** (VCG) ist mit 790 Mitarbeiter:innen und rund 100 Mio. Umsatz ein führender Anbieter von **B2B-Kommunikation** und **Fachinformation**. Die internationale Unternehmensgruppe ist im deutschsprachigen Raum an 12 Standorten vertreten, darüber hinaus auch weltweit mit Lizenzpartnern und Schwerpunkt China. Die VCG bietet ein gruppeneigenes Agenturnetzwerk aus 10 Kommunikationsagenturen und Service-Unternehmen. Sie ist mit rund 110 Fachmedien in den 5 Wirtschaftsfeldern Automotive, Industrie, Informationstechnologie, Recht/Wirtschaft/Steuern und B2B-Kommunikation/ Marketing verankert. Die VCG bietet für professionelle und erfolgreiche Unternehmenskommunikation 250+ Services, 100+ digitale Plattformen und Communities sowie 300+ Business-Events pro Jahr und Zielgruppenzugang in rund 25 Branchen.

*Wir machen unsere Kunden durch Kommunikation erfolgreicher – national und international!*

Diese Pressemitteilung finden Sie auch unter [www.vogel.de](http://www.vogel.de). Belegexemplar/Link erbeten.