

VKU-Konferenz / 18.09.2024 / 09:00 - 16:30 Uhr / Berlin

# VKU-Marketing-Experts 2024

Der Praxistreff für Marketing-Expert:innen aus der Kommunalwirtschaft

## VERANSTALTUNGSORT

VKU Forum

Invalidenstraße 91  
10115 Berlin Berlin  
Deutschland

## TRENDS, TALKS & NETWORKING: VORABEND AM 17. SEPTEMBER 2024

---

- › **18:00**      **Aperitif und Finger-Food**  
Gemeinsam starten wir in das VKU-Marketing Experts.  
**Wo?**  
Im Restaurant Konstantin im Hamburger Bahnhof (Invalidenstr. 50-51, 10557 Berlin).
- 
- › **18:30**      **VKU-Marketing-Experts geht in die 2. Runde**  
Begrüßung  
**Konrad Fux**, Leiter Marketing, VKU Service GmbH
- 
- › **18:35**      **Kommunal goes viral!**  
Die beliebtesten TikToks und Reels kommunaler Unternehmen.  
**Catharina Haberland**, Leiterin Marketing & Markenstrategie, SWN Stadtwerke Neumünster GmbH  
**Dennis Klehr**, Online- und Social-Media-Redakteur, Berliner Wasserbetriebe
- 
- › **19:05**      **Drinks und Networking**
- 
- › **19:35**      **Talk & Toast: Erfolgreiches Influencing in der digitalen Welt.**  
Erhalte exklusive Einblicke in die Welt der Social Media und erfahre aus erster Hand, wie erfolgreiches Social-Media und Influencer-Marketing funktioniert. Der Experte Ravi Walia hat schon Marken wie Lancome und Persönlichkeiten wie Barbara Becker und Nazan Eckes mit seinem Know How beraten. Genieße beim Talk & Toast hochwertigen und spannenden Input sowie tolle Drinks in lockerer Atmosphäre.  
**Ravi Walia**, CEO, RAVI WALIA GmbH
- 
- › **20:05**      **Drinks und Networking**
- 
- › **22:00**      **Gute Nacht und bis Morgen**
- 

## PROGRAMM AM 18. SEPTEMBER 2024

---

- › **08:30**      **Check-In und Begrüßungskaffee**
- 
- › **09:00**      **Begrüßung und Ausblick auf den Tag**  
**Konrad Fux**, Leiter Marketing, VKU Service GmbH
-

## CROWDWORK: TRENDSCOUTING

---

› 09:05

**Das sind die Marketing-Trends 2024/2025**

---

› 09:20

**Markentransformation - Gestaltung, Wirkung und Bedeutung einer starken Corporate Identity (CI) und eines Corporate Design (CD)**

- Weg von dem klassischen Schulbuch-Image hin zu einer neuen Marke
- Wie eine starke CI das Unternehmen prägt und differenziert
- Praktische Umsetzung in Marketingkampagnen und Kundeninteraktionen

**Martin Genzler**, Head of Brand Strategy & Corporate Identity, Cornelsen Verlag GmbH

---

› 09:45

**LocalSEO - Das digitale Schaufenster richtig nutzen**

- Local SEO als digitaler Kompass für mehr regionale Sichtbarkeit
- Essenzielle Bausteine: Über einheitliche NAP-Daten, eine optimierte Google Business Präsenz, gezielte Onpage-Optimierung und der Aufbau lokaler Backlinks
- Die Relevanz der strategischen Ausrichtung auf lokale Bezüge in Zeiten von Mobile First

**Nadine Wolff**, Head of SEO, internetwarriors GmbH

---

› 10:10

**Pause**

---

› 10:40

**Jetzt mal Realtalk: Ist die Zukunft des Marketings digital?**

Angesichts der zunehmenden Digitalisierung und des Rückgangs traditioneller Printmedien: Welche Vorteile und Nachteile bieten Print- und Digitalmarketing für kommunale Unternehmen und welche Rolle sollten sie in einer ganzheitlichen Marketingstrategie spielen?

**Mareen Lipkow**, Leitung Marketing & Kommunikation, DEW21 - Dortmunder Energie- und Wasserversorgung GmbH

**Mario-Marwin Graef**, Marketing & Kommunikation, Stadtwerke Fellbach GmbH

**Arlette Goesch**, Managerin Digitales Marketing, Berliner Stadtreinigung AöR

**Moderation: Konrad Fux**, Leiter Marketing, VKU Service GmbH

---

## ROUND ONE: DEEP DIVES IN DIE WELT DES ONLINE MARKETING

---

› 11:25

**Parallele Sessions**

Wähle 1 aus 3 Sessions!

---

## Kundenakquise transformieren: Mit der Optimierung der Online-Kampagne Daten für den offline Vertrieb generieren

Analyse: Optimierungspotenziale für eine bessere Conversion identifizieren

Verbesserung der Datennutzung zum Nachverdichten der Kontakte bis hin zum Offline-Abschluss

**Andreas Polle**, Marketingleiter, Stadtwerke Emden GmbH

## Organische Reichweitengewinnung vs. Paid Advertising

Organische Reichweitengewinnung durch Content auf Social Media

Bezahlte Werbemaßnahmen als Ergänzung  
Ganzheitliche Marketingstrategie

**Jana Meyer**, Managerin für Onlinekommunikation, WSW Wuppertaler Stadtwerke GmbH

**Elke Nentwich**, Plattformmanagerin Customer Experience, WSW Wuppertaler Stadtwerke GmbH

## Und Action! – So gelingt die Bewegtbildkommunikation

Welches Equipment benötige ich?

Wie schneide ich alles zusammen?

Worauf muss ich achten?

**Dennis Klehr**, Online- und Social-Media-Redakteur, Berliner Wasserbetriebe

**11:55**

**Mittagspause**

## ROUND 2: DEEP DIVES IN DIE WELT DES ONLINE MARKETING

**12:55**

**Parallele Sessions**

Wähle 1 aus 3 Sessions!

## Kundenakquise 2.0: Mit Conversion Rate Optimization (CRO) Webseiten-Besucher zu zahlenden Kund:innen transformieren

Analyse: Identifizierung von Schwachstellen und Optimierungspotenzialen auf der Webseite

Verbesserung der Navigation und Usability für eine höhere Conversion-Rate

**Andreas Polle**, Marketingleiter, Stadtwerke Emden GmbH

## Organische Reichweitengewinnung vs. Paid Advertising

Organische Reichweitengewinnung durch Content auf Social Media

Bezahlte Werbemaßnahmen als Ergänzung  
Ganzheitliche Marketingstrategie

**Jana Meyer**, Managerin für Onlinekommunikation, WSW Wuppertaler Stadtwerke GmbH

**Elke Nentwich**, SEO-Marketing Managerin, WSW Wuppertaler Stadtwerke GmbH

## Und Action! – So gelingt die Bewegtbildkommunikation

Welches Equipment benötige ich?

Wie schneide ich alles zusammen?

Worauf muss ich achten?

**Dennis Klehr**, Online- und Social-Media-Redakteur, Berliner Wasserbetriebe

› 13:25 Zurück ins Plenum

## 4X10MIN: IMPULSE ZU PERSONALMARKETING

› 13:35 **Corporate Influencer Programm: Mitarbeitende als Markenbotschafter:innen**  
Einblicke in unsere Ziele, Erfolge und Learning  
**Stefanie Nimmerfall**, Employer Branding & Personalmarketing,  
Landeshauptstadt München

› 13:45 **TikTok fürs Personalmarketing: Content von Azubis für Azubis?**  
TikTok als wichtiger Kanal im Ausbildungsmarketing und die enge  
Zusammenarbeit mit der Ausbildungsabteilung und Azubis  
**Natascha Gall**, Sachbearbeiterin Unternehmenskommunikation, Mainzer  
Stadtwerke AG

› 13:55 **(Next-Gen) Employer Branding ist auch Marketingsache – Die Zukunft der Arbeitgebermarke**  
Aufbau und Pflege einer hochwertigen und authentischen Arbeitgebermarke  
**Florian Giebel**, Spezialist Employer Branding und Personalmarketing,  
Stadtwerke Jena Gruppe

› 14:05

### **Starke Arbeitgebermarke: Wie die Kommunalwirtschaft Fachkräfte begeistert!**

Kommunale Berufe erlebbar machen: Die VKU-Arbeitgeberinitiative KOMMUNAL KANN präsentiert kommunale Betriebe als starke Arbeitgeber mit spannenden und zukunftssicheren Jobs.

**Franziska Steiger**, Projektmanagerin Arbeitgeberinitiative KOMMUNAL KANN, VKU

---

› 14:15

### **Pause**

---

› 14:45

### **Anwendungsgebiete von KI im Marketing und Einführung ins richtige Prompten**

- Überblick über die aktuellen und zukünftigen Einsatzmöglichkeiten von KI im Marketing
- Praktische Tipps zur effektiven Nutzung von KI-Tools
- Anwendungsgebiete von KI im Marketing: von der Marketingstrategie bis zur Content-Erstellung
- Einführung ins richtige Prompten

**Susanne Renate Schneider**, Arbeitspsychologin & Prompt Engineer, renate.GPT

---

› 15:10

### **Publikumsdialog: Warum die KI eindeutig mehrdeutig betrachtet werden sollte.**

Interaktive kritische Auseinandersetzung mit dem Einsatz von KI und praktische Anwendungsbeispiele in der Marketingabteilung  
Bring deine Fragen mit und diskutiere mit uns.

**Moderation 1: Konrad Fux**, Leiter Markt & Lösung, VKU Service GmbH

**Moderation 2: Dr. Nico Brunotte**, Partner & Rechtsanwalt, DLA Piper UK LLP

---

## **JETZT WIRD ´S AKTIV!**

---

› 15:35

### **Parallele Sessions**

Wähle aus den 3 innovativen und kreativen Workshops deinen Favoriten.

---

## Workshop 1 - Mehr Kundenbindung, weniger Abwanderung: Mit Kundenfeedback Customer Journeys optimieren

Wie sieht der Kundenlebenszyklus eines Energie-Kunden aus und was sind Treiber von Zufriedenheit und Bindung?

Wie können Sie Feedback automatisiert erheben und konkrete Maßnahmen für mehr Kundenzufriedenheit ableiten?

Wie kann eine Arbeitsgruppe direkt an Optimierungen einer Customer Journey arbeiten?

**Dr. Judith Glüsenkamp**, Partnerin, MSR Consulting Group GmbH

**Thomas Grundke**, Mitglied der Geschäftsführung, moveXM GmbH

## Workshop 2 - KI & Content: Das perfekte Match für effizientes Marketing

Mit KI nachhaltig Content erstellen

Inhalte umformulieren und weiter verwerten

Effektiver Einsatz und optimale Nutzung der Tools

Live Q&A und Diskussionsrunde

Praxisnahe Beispiele mit Cases der Teilnehmend

**Lars Grochla**, Geschäftsführer, Aheads GmbH Design- und Marketingagentur

## Workshop 3 - Stein für Stein: LEGO® SERIOUS PLAY® im Marketing (Limitiert auf 10 Teilnehmende)

Erkundet kreative Ansätze zur Markenbildung und Verständnis für Kund:innen.

**Konrad Fux**, Leiter Markt & Lösung, VKU Service GmbH

**16:25 Zusammenfassung des VKU-Marketing-Experts**

**16:30 Gute Heimreise!**

Viel Erfolg bei der Teilnahme der Veranstaltung!

Bitte beachten Sie: Das Programm wird fortlaufend online aktualisiert. Ihr Programm-Ausdruck ist vom 06.04.2026. Die aktuellen Informationen zum Programm finden Sie hier:

<https://www.kommunaldigital.de/live-event/vku-marketing-experts-2024>.