

---

## DATA LOVER SUMMIT begeistert 300 Digital Marketers & Data Analysts

Veröffentlicht am: 28.05.2019, 15:29

Pressemitteilung von: **schoessler GmbH // Johanna Czorny**

Webtrekk lud ein, über 300 wissbegierige Digital Marketers und Data Spezialisten folgten: Am 23. und 24. Mai fand der DATA LOVER SUMMIT hosted by Webtrekk in den Berliner Bolle Festsälen statt. In interaktiven Workshops und spannenden Vorträgen lieferte das Event detaillierte Einblicke, Use Cases und Best Practices zu datengetriebenem Marketing und Marketing-Effizienz sowie zu den Themen Datenerhebung, -analyse und -nutzung. Die Preisverleihung des Webtrekk Start-up Contests sowie die anschließende Afterparty über den Dächern Moabits markierten den krönenden Abschluss des zweitägigen Events.

Tag Eins, Donnerstag, der 23. Mai, stand ganz im Zeichen der individuellen Wissensvermittlung. In kleinen zweistündigen Workshops wie "Von KPIs zu mehr Nutzer-Engagement und Loyalität" oder "Einführung in die Webtrekk-Rohdatenanalyse mit Tableau" vermittelten Webtrekk-Profis fundiertes Know-how und praktische Tipps an konkreten Anwendungsbeispielen.

Am Freitag, den 24. Mai, folgte das prallgefüllte Konferenzprogramm, durch das die Moderatorin Marianna Evenstein souverän führte. Den Auftakt machte Webtrekk-Gründer Christian Sauer zusammen mit Steve Warren, CEO der Digital Marketing-Plattform Mapp. Gemeinsam begrüßten sie die Teilnehmer herzlich und gaben - da Mapp jüngst Webtrekk akquirierte - zugleich einen Ausblick auf die Zukunft beider Unternehmen. "From Aha! zu Clicks!" heißt die Devise: Marketers und Data Analysts werden dazu befähigt, Daten in Insights und diese wiederum in Customer Engagement zu verwandeln.

Die anschließenden Vorträge boten dem Publikum ein breites Spektrum an Themen, Trends und Use Cases. So gab Elena Ossella De Filippo von Kloeckner.i am Vormittag beispielsweise Einblicke in die Besonderheiten der Customer Journey von B2B-Kunden. Searchmetrics-CEO Volker Smid lieferte neueste Statistiken zum Online-Suchverhalten Deutscher und plädierte dafür, digitale Inhalte zu entwickeln, die auf die Suchabsichten potenzieller Kunden zugeschnitten sind. Jonas Rashedi von Douglas verdeutlichte, wie der Parfüm- & Beauty-Gigant anhand von Live Data Dashboards Datenquellen integriert und KPIs visualisiert. Wie 100 individuelle Accounts zu einem globalen System zentralisiert werden können, verrieten Isabella Schlager und Bernhard Richter von Porsche Holding.

Nach der Lunch Break, die neben gutem Essen zum ausgiebigen Netzwerken einlud, wurden alle Teilnehmer durch einen Überraschungsauftritt des BeatBox-Duos 4xExample für die zweite Hälfte der Konferenz angeheizt. Das anschließende Experten-Panel rund um Michael Diestelberg (Webtrekk), Martin Sinner (Idealo), Jasper Sasse (XAD spotteffect), Matthias Bettag (Odoscope) und Marc Preusche (Leroi Consulting) beschäftigte sich u. a. mit der Frage, wie Unternehmen durch Daten erfolgreicher werden können. Frank Piels von ING forderte das Publikum auf, Attributionsmodelle zu hinterfragen, um die Customer Journey zu optimieren. Was es braucht, um eine gute Datenkultur in Unternehmen aufzubauen, veranschaulichte die CEO des Start-ups Avo, Stefánía Ólafsdóttir. Ein weiterer Programmpunkt, der bei den Teilnehmern auf großes Interesse stieß, war Kristina Leschs Vortrag zu dem Data-Driven Marketing und den Multitouch Attributionen, die das Mobility-Unternehmen FlixBus anwendet.

Den krönenden Abschluss stellte die Bekanntgabe des Webtrekk Start-up Contest Winners dar. Das auf Künstlicher Intelligenz basierende Gesundheits-Start-up VisionHealth konnte sich gegenüber

anderen Start-ups durchsetzen und darf Webtrekks Produkte und Services ab sofort für ein Jahr kostenlos nutzen.

Der erfolgreiche Summit wurde mit einer gebührenden Aftershow-Party abgerundet. Bei kühlen Longdrinks, Finger Food und Musik von DJ Alex Kiss feierten die Teilnehmer auf der Dachterrasse der Bolle Festsäle bis spät in die Nacht hinein.

Webtrekk dankt den Sponsoren und Partnern für ihre Unterstützung: Mapp, Observe Point, Usabilla, CrossEngage, Exasol und Searchmetrics.

---

## Pressekontakt

Frau Johanna Czorny  
Communications Manager

### **schoesslers GmbH**

Neue Grünstraße, 17/18  
10179 Berlin, Deutschland

Telefon: +4930555730510

E-Mail: [johanna.czorny@schoesslers.com](mailto:johanna.czorny@schoesslers.com)

Website:

### **Firmenportrait**

schoesslers ist ein in 2011 gegründete Kommunikationsagentur mit Sitz in Berlin. Das 41-köpfige Team betreut nationale und internationale Kunden aus der digitalen Wirtschaft mit Focus auf Medien, Technologie und Advertising. schoesslers zeichnet sich durch individuelle und strategische Kommunikationslösungen, einen holistischen Beratungsansatz, ein starkes Netzwerk sowie durch professionelles Event- und Projektmanagement aus. Das Team blickt auf eine langjährige Erfahrung im Bereich Public Relations und Marketing zurück. Seit Januar 2016 ist die Agentur Teil der Vogel Communications Group.

### **Wichtiger Hinweis:**

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Presseportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Presseportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.de/haftungsausschluss>