

Table Discussions - Agenda 27.10.20

ZEIT	SPRACHE	THEMA	SPEAKER
14:15 - 15:15	Englisch	How AI influences the future of the work. What should we expect and how should we prepare for it.	Fatemeh Amiri, ComeMit, CEO & Data scientist
14:15 - 15:15	Englisch	Can I reach my goal as a woman without typical male leadership behavior?	Nora Breuker, Runaway Redhead, Founder & CEO
14:15 - 15:15	Deutsch	Wie treiben B2B SaaS Start-ups Trends im Consumer Space voran?	Tobias Neveling, Venista Ventures, CIO
14:15 - 15:15	Deutsch	Matchmaker.RUHR - Geschäftskontakte im digitalen Zeitalter	Frank Speer, Business Metropole Ruhr, HUB-Manager Internationalisierung
16:00 - 17:00	tbd	New Work	Dalia Das, neue Fische, Founder & CEO
16:00 - 17:00	Deutsch	Wie wird KI die Verbreitung und Anwendung von Robotik in Deutschland beschleunigen?	Mladen Milicevic, Unchained Robotics, CEO
16:00 - 17:00		Gründung an der Hochschule	Lenka Mildner, EXIST-Potentiale, Hochschule Bochum Projektleitung Startup-School & Gründer-Coach
16:00 - 17:00	Englisch	Investing in Impact Startups - hype or new normal?	Bernd Klosterkemper, Ananda Impact Ventures, Partner

Table Discussions - Agenda 28.10.20

ZEIT	SPRACHE	THEMA	SPEAKER
09:30 - 10:30	Englisch	Bad pitches: the hidden business killer	Nils Beckmann, Pitch & Grow, Founder
09:30 - 10:30	Deutsch	Einfach mal machen oder vor der Gründung mit Führung auseinandersetzen?	Sven Adomat, activleben, Inhaber
09:30 - 10:30	Deutsch	Energiewende durch innovative Geschäftsmodelle - ein neues „new normal“?	Thomas Thomas, innogy Ventures, Managing Director
09:30 - 10:30	tbd	tbd	tbd
11:30 - 12:30	Englisch	Blockchain: How to bring your Digital Transformation to the next level?	Dr. Carsten Stöcker, Spherity, CEO
11:30 - 12:30	Deutsch	Vergeude keine Krise! Fünf Impulse für die Marken von Morgen.	Martha Kift, Marken von Morgen, Co-Founder Michele Schmitt, Co-Founder und Geschäftsführerin
11:30 - 12:30	Englisch	Should Start-ups go international?	Benno Weissner, ZENIT / NRW.Europa, Project Manager
11:30 - 12:30	Deutsch	Ist Personal Branding auf LinkedIn sinnvoller als Corporate Branding?	Khazer Alizadeh, morefire, Head of Social Media