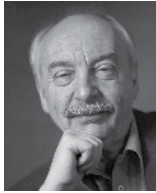


ALS REFERENTEN ERWARTEN SIE:



PROF. DR. GERD GIGERENZER

Seit 2008 Direktor am Max-Planck-Institut für Bildungsforschung in Berlin sowie des 2009 in Berlin gegründeten Harding Zentrums für Risikokompetenz. Er war vorher u. a. Professor an der University of Chicago und John M. Olin Distinguished Visiting Professor an der School of Law der Universität von Virginia. Darüber hinaus ist er Batten Fellow der Darden Business School der Universität von Virginia sowie Mitglied der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften (BBAW) und der Deutschen Akademie der Wissenschaften (Leopoldina). Seine mehrfach ausgezeichneten Sachbücher „Das Einmaleins der Skepsis“ und „Bauchentscheidungen: Die Intelligenz des Unbewussten“ wurden in 18 Sprachen übersetzt.



PROF. DR. WOLFGANG HENSELER

Gründer und Managing Creative Director von SENSORY-MINDS, das Offenbacher Designstudio für Neue Medien und innovative Technologien. Gleichzeitig hält Henseler eine Professur an der Hochschule Pforzheim im Bereich Digitale Medien und leitet den Bereich „Intermediales Design“. Er unterrichtet in den Fächern Natural User Interface Design, Design and Innovation Thinking, Social Media, Usability and User Experience. Professor Henseler leitet bei SENSORY-MINDS die Bereiche New Media Business Strategie, Usability sowie Natural User Interface Solutions. Er ist Experte für kunden- bzw. nutzerorientierte E-Business Lösungen und Spezialist für medienbasierte Markenerlebnisse und User Experience.



PROF. DR. AP DIJKSTERHUIS

Professor für Sozialpsychologie an der Radboud Universität Nijmegen in Holland. Er war Research Fellow der Royal Dutch Academy of Arts and Science in Amsterdam und ist Herausgeber des European Journal of Social Psychology. Bekannt wurden seine Forschungen über die Rolle des Unbewussten bei Entscheidungsprozessen, der sogenannten Theorie des unbewussten Nachdenkens.



BERND WERNER

Leiter des Bereichs Marketing & Branding der Gruppe Nymphenburg Consult AG. Seine Expertise im Bereich Markenführung und in allen Bereichen des strategischen & operativen Marketings in Verbindung mit seiner über 15-jährigen Praxis in Führungspositionen bei internationalen Markenartiklern und Beratungen sind Grundlage für eine kompetente und umfassende Beratung bis hin zur Umsetzungsbegleitung beim Kunden.



JÜRGEN WIESER

Dipl. Ing. mont., Geschäftsführer des österreichischen Unternehmens Limbio Business, untersucht für Markenartikelhersteller die neuronale Wirkung von TV-Spots und Anzeigen im „Gehirnscanner“. Als „limbischer Coach“ leitet er diese Erkenntnisse aus der funktionellen Magnetresonanztomographie (fMRT) für seine Kunden im B2B und auch B2C für konkrete Marketingmaßnahmen ab. Als ehrenamtlicher Präsident von Down-Syndrom Österreich errichtete er mit Neuromarketingmaßnahmen in der Steiermark ein Europäisches Kompetenzzentrum für Menschen mit Down-Syndrom.



DR. RALF STÜRMER

Gründer und Geschäftsführer der psyrecon GmbH, war acht Jahre lang als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Physiologische Psychologie tätig. Er ist entscheidend an der Entwicklung und Ausdifferenzierung der am Lehrstuhl entwickelten Methode des Objektiven Emotionalen Assessments und an einschlägigen Publikationen beteiligt. Er besitzt große Erfahrung in der Organisation und Durchführung angewandter Forschung sowie im Umgang mit speziellen Anforderungen von Firmenkunden.



JENNIFER SCHMIDT

Diplom-Psychologin und Research Associate bei der psyrecon GmbH. Sie befasst sich im Rahmen ihrer Promotion mit „geliebten“ Marken und Produkten. Als Projektleiterin bei psyrecon hat sie vielfältige praktische Erfahrung mit dem Objektiven Emotionalen Assessment von Consumer Goods und kombiniert diese mit fundiertem Fachwissen und innovativen Ideen aus der wissenschaftlichen Marketingforschung.



NORBERT WITTMANN

Vorstandsvorsitzender der Gruppe Nymphenburg. Sein einzigartiges Wissen rund um den POS macht ihn auf diesem Gebiet zu einem der führenden Experten weltweit. Norbert Wittmann ist Dozent für Handelsmarketing an der Wirtschaftsuniversität Wien. Darüber hinaus ist er ein gefragter Referent für Vorträge und Seminare zu den Themen Handelstrends, Handelsmarketing, POS- und Ladengestaltung, Kundenverhalten und CRM.



FRANK REHME

Innovationen und Trends für den Handel von morgen sowie die Entwicklung von neuen Perspektiven für den Handel der Zukunft sind das spannende Aufgabenfeld von Frank Rehme. Gebündelt sind die Ergebnisse im real- Future Store in Tönisvorst, in dem täglich 3.000 Kunden den Innovationen begegnen. Die METRO Group hat im Jahre 2003 die Future Store Initiative gegründet, die Unternehmen aus dem Handel, der Konsumgüterindustrie und der Informationstechnologie vereint. Alle Beteiligten sind durch eine gemeinsame Vision verbunden: Neue Standards im Handel zu setzen und den tiefgreifenden Modernisierungsprozess der Branche nachhaltig zu unterstützen.



ANNE M. SCHÜLLER

Diplom-Betriebswirtin, Bestseller-Autorin und Management-Consultant. Sie gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing und als eine der gefragtesten Business-Speaker im deutschsprachigen Raum. Sie hat, gemeinsam mit dem Unternehmensberater Gerhard Fuchs, den Begriff des Total Loyalty Marketing geprägt.



SIMON PIERRO

Einer der erfolgreichsten Magier Deutschlands mit zahlreichen Preisen und Auszeichnungen - als Magier des Jahres 2002, Vizeweltmeister in Allgemeiner Magie 2003, der Siegfried & Roy Award in Las Vegas 2004. Im Internet werden seine Clips als der iPad-Magier millionenfach angeschaut.