

CAS Customer Psychology 13

Kurzporträt Dozierende

Bertschi Isabella, Dr. phil.

Funktion: Isabella Bertschi ist Projektleiterin mit Schwerpunkt qualitative Marktforschung und Customer Experience bei der intervista AG in Zürich. **Ausbildung:** Sie studierte Psychologie an den Universitäten Fribourg und Basel und promovierte schliesslich an der Universität Zürich, wo sie sich zusätzlich in Hochschuldidaktik weiterbildete. **Tätigkeiten:** Vor ihrem Wechsel in die Marktforschung arbeitete Frau Bertschi als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Pädagogischen Hochschule FHNW in Basel sowie an der Universität Zürich. Zuletzt war sie beim Schweizerischen Zentralverein für das Blindenwesen (SZBLIND) zuständig für den Praxistransfer von Forschungsergebnissen. **Weiteres:** Frau Bertschi ist in verschiedenen Weiterbildungsstudiengängen zu Customer Experience und Customer Insights als Dozentin tätig.

Blickenstorfer Sarah, Dr.

Funktion: Sarah Blickenstorfer ist Dozentin am Institut für Kommunikation und Marketing IKM an der Hochschule Luzern – Wirtschaft (www.hslu.ch/ikm). Sie unterrichtet in den Bereichen Konsumentenverhalten, Wirtschaftspsychologie, Marketing, Marktforschung und Customer Experience. **Studium:** Sie studierte Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Marketing an der Universität Freiburg i.Ü. und promovierte an derselben zum Thema Konflikte zwischen Vorstand und Geschäftsführung. **Tätigkeiten:** Nach dem Studium war Sarah Blickenstorfer mehrere Jahre als Beraterin und als Coach tätig und spezialisierte sich auf das Verändern von Verhalten im Kontext von Mitarbeiter – Führung - Kunde. Als Customer Insights Managerin arbeitete sie anschliessend in der betrieblichen Marktforschung. **Weiteres:** Neben der HSLU doziert sie am Verbandsmanagement Institut (VMI) der Universität Freiburg i.Ü.

Bormann Lennart

Funktion: Lennart Borgmann ist wissenschaftlicher Mitarbeiter, Doktorand und Dozent am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing an der Schumpeter School of Business and Economics der Bergischen Universität Wuppertal. **Studium:** Er studierte Betriebswirtschaft (dual) an der Hochschule Osnabrück (B. A.), Management und Marketing an der Bergischen Universität Wuppertal (M. Sc.) sowie an der University of Michigan-Flint (MBA-Level). **Tätigkeiten:** Er absolvierte eine Ausbildung zum Industriekaufmann bei der Hero-Group und war als Werkstudent bei der Walbusch GmbH & Co. KG im Marketing tätig, bevor er sein Promotionsstudium an der Bergischen Universität Wuppertal aufnahm. Dort forscht und lehrt er insbesondere zu den Themen Consumer Behavior, Brand Management, Digital Marketing sowie Viral Marketing. Zudem ist er in der Markenberatung aktiv. Einen Schwerpunkt seiner Arbeit bilden auch apparative Messverfahren wie Eye-Tracking, GSR und FEA. Seine mehrfach für Best Paper Awards nominierten wissenschaftlichen Arbeiten präsentiert er auf nationalen wie internationalen Konferenzen (u.a. AAA, EMAC und ICORIA).

Chatelain Gilles, Dr. phil.

Funktion: Gilles Chatelain ist Inhaber der The Behavior Lab GmbH. **Studium:** Chatelain studierte Psychologie (Kognitive Psychologie, Wahrnehmung und Methodik sowie Sozialpsychologie) an der Universität Bern und promovierte an der Universität Genf am «Consumer Decision and Sustainable Behavior Lab». Er hat die The Behavior Lab GmbH nach dem Ende seines Doktorates im Jahr 2019 gegründet. Von 2022 bis 2023 war er Teilzeit als Geschäftsentwickler Customer Experience bei der BLS angestellt. **Weiter** ist Gilles Chatelain Mitgründer und Vizepräsident bei der Initiative BIPS «Behavioral Insights for better Politics and Societies».

Dodaj Pajtime

Funktion: Pajtime Dodaj ist Brand Managerin Cheese bei der Emmi AG, einem international tätigen Schweizer Molkereikonzern. In dieser Funktion trägt sie die Verantwortung für die strategische Positionierung und kontinuierliche Weiterentwicklung der Marken Kaltbach, Emmi Raclette und le petit chevrier auf dem Schweizer Markt. **Ausbildung:** Parallel zu ihrer beruflichen Tätigkeit absolviert sie derzeit ein HF-Studium als Marketingmanagerin an der SIB Zürich, um ihre Marketingkenntnisse weiter zu vertiefen und ihre Expertise auf generalistischem Niveau auszubauen. **Tätigkeiten:** Sie ist schon seit über 5 Jahren bei der Emmi und war vorher als Product Managerin tätig, während dieser Zeit hat sie wertvolle Einblicke in die Prozesse eines Produktionsbetriebs gewonnen und ein umfassendes Verständnis für die Unterschiede zwischen dem Eigenmarken und Marken Geschäft erlangt. **Weiteres:** Neben ihrer Leidenschaft für das Marketing hat sie ein starkes Interesse an lösungsorientierter Zusammenarbeit und persönlicher Weiterentwicklung. Sie ist stets bestrebt, innovative Lösungsansätze zu finden und sich sowohl beruflich als auch persönlich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Aus diesem Grund hat sie ein zusätzliches Diplom in Körpersprache erworben, da sie von der facettenreichen Kommunikation fasziniert ist.

Fischer Alexander, Prof. Dr.

Funktion: Seit April 2016 ist Alexander Fischer Inhaber der Professur für Marketing & Medien an der University of Applied Sciences, Wedel / Metropolregion Hamburg (www.fh-wedel.de); von Dezember 2010 bis März 2016 war er Juniorprofessor für Marketing an der Bergischen Universität Wuppertal. Zu seinen Arbeitsgebieten zählen Markenmanagement, Kommunikation und Konsumentenverhalten. **Studium:** Alexander Fischer studierte Betriebswirtschaftslehre an der Justus-Liebig-Universität Gießen mit den Schwerpunkten Marketing, Arbeits- und Organisationspsychologie sowie Unternehmensführung und Organisation. Er promovierte an der Bergischen Universität Wuppertal. **Weiteres:** Herr Fischer berät Unternehmen in Fragen der Markenführung, Markenkommunikation und Marktforschung. Zudem ist er im WINGS-Fernstudium der Hochschule Wismar tätig.

Grebmer Carmen, Dr.

Funktion: Carmen Grebmer ist Dozentin für Wirtschaftspsychologie und Co-Leitung des Weiterbildungslehrgangs CAS Customer Psychology. **Tätigkeiten:** Vor ihrer Dozententätigkeit an der Hochschule Luzern war sie in interdisziplinären Arbeitsgruppen an der Ludwig-Maximilian Universität München, der Kalaidos Hochschule Zürich, der FOM Hochschule München und der University of Arts London tätig. Seit 2015 beschäftigt sie sich mit der Erforschung des Konsumentenerlebens und der Gestaltung von Werbung und Kommunikation an der Schnittstelle: Psychologie, Marketing und Gestaltung. Schwerpunkte der Forschung von Frau Dr. Grebmer sind das Konsumentenerleben im Bereich Nachhaltigkeit, Marketing und Gestaltung aus einer psychologischen Perspektive. **Ausbildung:** Bachelorabschluss im Studienfach Fashion Design an der Hochschule für Gestaltung, Technik und Wirtschaft in Pforzheim (D), Psychologiestudium an University of the Arts in London (MSc), sowie Dissertation zum Thema «The challenge of green marketing communication: Consumer response to communication channel in environmental friendliness perceptions and product evaluation» an der Fakultät für Wirtschafts- und Organisationspsychologie der Ludwig Maximilian Universität München (PhD).

Griesser Simone, Dr.

Funktion: Simone Griesser ist Senior Wissenschaftliche Mitarbeiterin mit Schwerpunkt qualitative und quantitative Analyse von Social Media und online Daten sowie Kundenverhalten und -bedürfnisse. **Ausbildung:** Sie promovierte 2019 an der Warwick Business School (GB) zum Thema «psychological distance in brand language» bei Qing Wang und Thomas Hills. **Tätigkeiten:** Zuvor arbeitete sie bei der IBM Global Business Service im Marketing für Business Analytics, bei Hotelplan im Verkaufssupport und im Membership Travel Service von American Express als gelernte Reisekauffrau mit eidg. Fähigkeitsdiplom. **Weiteres:** Ihre Forschung hat sie an international renommierten Konferenzen wie auch der Swiss Data Science Konferenz präsentiert. Zudem ist sie im Vorstand der Swiss Natural-Language-Processing Association.

Hanebuth Dirk, Diplompsychologe, Dr. phil

Funktion: Dirk Hanebuth ist Dozent für Kreativität und Innovation und arbeitet bei den BIZ Berufsberatungs- und Informationszentren des Kantons Bern. **Ausbildung:** Psychologiestudium in Berlin mit Schwerpunkt Wirtschaftspsychologie und forensische Psychologie, Promotion an der ETH Zürich zum Thema Arbeit und Gesundheit. Er ist Projektleiter IPMA Level C® und Change Manager CAS. **Tätigkeiten:** Er arbeitete acht Jahre beim Sender Freies Berlin, war Research Fellow an ETH und Schweizer Tropen- und Public Health Institut, Projektportfoliomanager bei Great Place to Work® Schweiz und CEO des ETH Spin-off sciencetransfer GmbH. **Weiteres:** Dirk Hanebuth ist seit 2003 Dozent (ETH, FFHS, Kalaidos FH und HSLU). Er ist ausgebildeter TIG-Schweisser und engagiert in den Themen Philosophie und Management, Critical Thinking und Politik. Motorradfahren und Minimalismus sind seine Passion.

Klinke Tobias, Dr.

Funktion: Tobias Klinke ist CEO und Co-Founder des Consumer Insights Software-Startups experial AI. **Ausbildung:** Tobias Klinke studierte Betriebswirtschaftslehre (B. Sc.) an der Westfälischen-Wilhelms Universität Münster und Wirtschaftswissenschaften (M. Sc.) an der Bergischen Universität Wuppertal. Er promovierte im Bereich Consumer Psychology an der Bergischen Universität Wuppertal und forschte an der Columbia University in the City of New York. **Tätigkeiten:** In vorherigen Tätigkeiten hat er mit seiner Agentur LaunchLytics Digitalisierungsprojekte umgesetzt sowie als CMO des Startups Smatched über eine integrierte Organic- und Paid-Marketingstrategie in kurzer Zeit mehr als 30.000 App-Nutzer gewonnen. **Weiteres:** Er hält Lehraufträge für Digitale Markenkommunikation an der Bergischen Universität Wuppertal und für Brand Management, Influencer Marketing und Technical Online Marketing an der International School of Management.

Kopka Julian Felix

Funktion: Julian Felix Kopka ist wissenschaftlicher Mitarbeiter, Doktorand und Dozent am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing an der Schumpeter School of Business and Economics der Bergischen Universität Wuppertal. **Studium:** Er studierte Betriebswirtschaftslehre an der Heinrich Heine Universität in Düsseldorf (B. Sc.), Management und Marketing an der Bergischen Universität Wuppertal (M. Sc.) und an der University of Michigan-Flint (MBA-Level). **Tätigkeiten:** Er arbeitete mehrere Jahre im Produktmarketing der 3M DACH-Region, bevor er sein Promotionsstudium an der Bergischen Universität aufnahm. Dort forscht und lehrt er insbesondere zu den Themen Consumer Behavior und Brand Management mit einem Fokus auf apparative Messverfahren wie Eye-tracking, GSR und Affectiva. Seine mehrfach für Best Paper Awards nominierten wissenschaftlichen Arbeiten präsentiert er auf nationalen wie internationalen Konferenzen (u.a. AAA, EMAC und ICORIA) und publiziert diese in renommierten Marketing-Journals (u.a. Journal of Advertising).

Kreuzer Michael, Dr.rer.oec

Funktion: Michael Kreuzer ist Dozent, Berater und interim Manager in Themen des B2B Marketings. Neben der HSLU unterrichtet er an der Universität Bern sowie weiteren Schweizer Hochschulen.

Ausbildung: Nach Abschluss der Maurerlehre folgte ein BWL-Studium mit Promotion im Bereich Marketing an der Universität Bern. **Tätigkeiten:** Er verfügt über 15 Jahre Erfahrung im Industriegüterbereich: Bspw. als Leiter Verkauf bei Lantal Textiles AG mit Verantwortung für Fernost oder als Mitglied der Geschäftsleitung bei kiener+wittlin ag (Eisenwarengrosshandel). Er arbeitete als Berater im Bereich Marketing / Verkauf, während dem Studium führte er eine Snowboardschule.

Weiteres: Er ist Mitglied des „Care Team Kanton Bern“, freiwilliger Bewährungshelfer und Freitodbegleiter bei exit.

Langner Tobias, Prof. Dr. rer. pol.

Funktion: Prof. Dr. Langner ist Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing an der Schumpeter School of Business and Economics der Bergischen Universität Wuppertal (<http://langner.wiwi.uni-wuppertal.de>). **Studium:** Er studierte Betriebswirtschaftslehre und Politikwissenschaft an der Universität des Saarlandes und an der University of Newcastle upon Tyne (England).

Er promovierte zum Thema integriertes Branding und habilitierte sich an der Justus-Liebig Universität Giessen. **Tätigkeiten:** Langner hat über 100 wissenschaftliche Beiträge verfasst und verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Markenberatung. Er ist President-elect der European Advertising Academy und war von 2008 bis 2012 Vize-Präsident der Deutschen Werbewissenschaftlichen Gesellschaft. Er hält Lehraufträge in St. Gallen, Genf, und Luzern. **Weiteres:** Langner erhielt zahlreiche internationale Auszeichnungen für seine Forschungsarbeiten. Zusammen mit Manfred Bruhn und Franz-Rudolf Esch ist er Herausgeber des vierbändigen Handbuchs Marketingkommunikation.

Reimer Anja, Dr.

Funktion: Dr. Anja Reimer ist Client Business Partner bei der GfK Switzerland (www.gfk.com), welche seit Juni 2023 zu NIQ gehört. Sie leitet den GfK Business Reflector und berät seit 15 Jahren Unternehmen verschiedenster Branchen bei komplexen Marktforschungsprojekten in den Bereichen Marketing & Consumer Intelligence. **Studium:** Sie studierte an der Freien Universität Berlin Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing und promovierte anschliessend an der Universität Bern am Institut für Marketing und Unternehmungsführung. Es folgte ein einjähriger Post-Doc-Aufenthalt an der University of Southern California (USC). **Tätigkeiten:** Anschliessend war sie während drei Jahren an der University of Miami als Dozentin für Consumer Behavior tätig. Daneben beriet sie Werbeagenturen in den USA und Deutschland. **Weiteres:** Anja Reimer ist Dozentin in verschiedenen CAS Zertifikatslehrgängen an der HSLU sowie der Universität Bern.

Richter Juliane

Funktion: Juliane Richter ist Senior Digital Innovation Manager für die Generali Versicherungsgruppe und verantwortet dort in Digital Labs verschiedene Teams, die an Innovations- und Digitalisierungsprojekten rund um die Customer Journey der Versicherungskunden arbeiten. Die Diplom-Psychologin ist Expertin für Usability-/UX- Forschung und Design Thinking. **Studium:** Das Psychologie-Studium mit den Schwerpunkten Wahrnehmungspsychologie, sowie Werbe- und Konsumentenpsychologie schloss Juliane Richter an der Universität Innsbruck mit Auszeichnung ab.

Tätigkeiten: In ihren beruflichen Stationen (u. a. als Managing Director im eigenen Software- und Consulting Unternehmen) optimierte sie über viele Jahre die Online-Shops und Prozesse diverser nationaler und internationaler E-Commerce-Anbieter. **Weiteres:** Ihre langjährige Expertise in Research und Consulting gibt sie nicht nur als Speakerin an Konferenzen weiter, sondern unterrichtet auch die Grundlagen der Werbe- und Konsumentenpsychologie, Usability/UX und Design Thinking als Honorar-dozentin an verschiedenen Hochschulen.

Rush-Gleissner Brigitte

Funktion: Brigitte Rush-Gleissner leitet das Team für qualitative Markt- und Sozialforschung bei der LINK, die seit 2022 Teil der YouGov-Gruppe ist. **Ausbildung:** Brigitte studierte Psychologie an der Ludwig-Maximilian-Universität in München mit Schwerpunkt Kognitive und Experimentelle Psychologie und machte ihre Masterarbeit an der Universität des Staates Washington, Seattle. **Tätigkeiten:** Sie arbeitete von 2002 bis 2016 für diverse Unternehmen der Markt- und User Experience Forschung u.a. bei Kantar TNS, Hemispheres Insights und Microsoft. 2017 kehrte sie von Seattle zurück nach Deutschland und war Teamleiterin bei Ipsos Qualitative Research in Hamburg. Ende 2019 übernahm sie dann die Leitung der Qualitativen Forschung bei LINK in Zürich.

Felix Walliser, lic. phil. hist.

Funktion: Felix Walliser ist geschäftsführender Partner der effex AG, die seit 2003 im Thema «Unterstützung von Verhaltensveränderungen» mit renommierten Unternehmen der Schweizer Privatwirtschaft zusammenarbeitet. **Studium:** Er studierte pädagogische Psychologie mit Ergänzung in betriebswirtschaftlichen Fächern an der Universität Bern. **Tätigkeiten:** Felix Walliser führt seit 1994 verschiedene Projekte zur Verhaltenssteuerung durch Feedbacksysteme in Industrie- und Dienstleistungsunternehmen durch. Mit der Firmengründung im Jahre 2003 erarbeitete er unterschiedlichste Coaching- und Weiterbildungsformate für Führungskräfte, Mitarbeitende und Teams. Seit 10 Jahren bilden die Verbindung von bewussten und unbewussten Motiven und die Gestaltung von Situationen über verhaltensökonomische Aspekte die Grundlage für Verhaltensveränderungen in Projekten. **Weiteres:** Mit der Abteilung Consumer Behavior der Universität Bern kooperiert Felix Walliser in verschiedenen verhaltensökonomischen Projekten für Unternehmen und die öffentliche Hand.