

## CAS Strategic Foresight

### Dozierende

Prof. Dr. Mirjam Hauser



ist Sozial- und Wirtschaftspsychologin am Institut für Marktangebote und Konsumententscheidungen. Sie forscht und lehrt zu Konsum- und Werbepsychologie, qualitativer und quantitativer Marktforschung sowie Trend- und Zukunftsforschung. Ihre langjährige Erfahrung zur Konzeption und Durchführung von Forschungsprojekten kommt aus der Marktforschungspraxis (GIM Suisse AG) sowie Megatrends- und Zukunftsforschung (GDI Gottlieb Duttweiler Institute).

David Baum



ist Gründer der Boutique-Beratung Axiora und war zuvor Head Group Strategy bei SIX. Er verfügt über langjährige Erfahrung in Zukunftsforschung, Strategieentwicklung und Transformation. In seiner Arbeit unterstützt er Unternehmen dabei, relevante Trends zu identifizieren, diese kritisch zu bewerten und in konkrete strategische Prioritäten und Massnahmen zu übersetzen. Seine Perspektive verbindet praktische Umsetzungslogik mit methodischem Tiefgang – vom Szenario bis zur Umsetzung im Unternehmen.

Prof. Dr. Peter A. Gloor



ist Gründer und Chief Creative Officer der GalaxyAdvisors AG sowie Researcher am MIT und Honorarprofessor an der Universität zu Köln. Er gilt international als Pionier im Bereich **Collaborative Innovation und Social Network Analysis**. Mit seiner Forschung zu „Swarm Creativity“, „Coolhunting“ und „Happimetrics“ verbindet er Methoden der Netzwerkforschung mit Anwendungen in Innovation, Consumer Insights und Zukunftsforschung. Peter Gloor hat zahlreiche wissenschaftliche Artikel und Bücher publiziert, berät Unternehmen weltweit und entwickelt datenbasierte Werkzeuge, um Kreativität, Zusammenarbeit und Zukunftstrends messbar zu machen.

Prof. Dr. Anne Herrmann



ist seit 2017 Professorin für Wirtschaftspsychologie an der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW. Nach dem Studium der Wirtschaftspsychologie promovierte sie an der Leuphana Universität in Lüneburg. Sie lehrt in der Aus- und Weiterbildung, und zwar zu Werbe- und Konsumpsychologie, qualitativen Forschungsmethoden und Behavioral Economics. In ihrer Forschung untersucht sie für und mit Schweizer Unternehmen vielseitige Fragestellungen zu Konsumententscheidungen und Konsumverhalten.

Dr. Matthias Hudecek



ist Psychologe und Senior Researcher an der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW und unterrichtet an der Universität St. Gallen. Er forscht an der Schnittstelle von Behavioral Science, Digitalisierung und künstlicher Intelligenz. Zudem beschäftigt er sich damit, wie Unsicherheiten, Motivation und Organisationskultur Entscheidungen in Unternehmen prägen. Zuvor lag sein Schwerpunkt viele Jahre in den Bereichen Personal- und Organisationsentwicklung. Berufe Stationen führten ihn unter anderem an die LMU München, die Universität Regensburg und die New York University.

Christoph Hunziker



leitet und verantwortet den Aufbau des neuen Masterstudiengangs Human-Centered Digital Innovation an der FHNW. Als Innovations-enthusiast im Konsumgüterbereich, in der Beratung und als Leiter der Innovationsabteilung bei der Mobiliar Versicherung identifizierte, testete, validierte und setzte er erfolgreich neue Geschäftsmöglichkeiten um. Er lehrt an verschiedenen Hochschulen, arbeitet als Experte für Innosuisse und engagiert sich als Vorstandsmitglied bei Action Jam, dem Schweizer Netzwerk für Innovationsmanagement. Er hat Betriebswirtschaft an der BFH studiert und sich in Creative Leadership (Kaospilot University) sowie in neuen Organisationsformen (Corporate Rebels) weitergebildet.

Dr. Martina Kühne



ist Zukunftsforscherin und Mitgründerin von Kühne Wicki/Future Stuff. Sie analysiert die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen unserer Zeit und übersetzt sie in strategische Insights. Ihr Ziel: Zukunft für ein breites Publikum greif- und begreifbar machen. Die promovierte Ökonomin hat zahlreiche Studien über die Zukunft von Städten sowie über den Wandel von Arbeit, Freizeit und Konsum veröffentlicht. Sie forscht, schreibt und spricht über Trends, unsere Vorstellungskraft – und darüber, wie daraus wünschenswerte Zukünfte entstehen.

Gordon Nemitz



ist Geschäftsführer Strategy der Kommunikationsagentur thjnk Zürich sowie der Chief Strategy Officer der deutschen thjnk-Agenturgruppe und zählt zu den erfahrensten Kommunikationstrategen im deutschsprachigen Raum. Nach seinem Master in Medienwirtschaft an der Universität Siegen sammelte er umfassende Erfahrung in renommierten Agenturen wie &Equity, Scholz & Friends und Jung von Matt in Hamburg sowie TBWA in Düsseldorf. 2008 zog es ihn in die Schweiz, wo er als Executive Strategy Director und Mitinhaber bei Wirz tätig war. Seit 2018 verantwortet er das gesamte strategische Produkt von thjnk. Unter seiner Führung sind nationale wie internationale Marken- und Kommunikationskonzepte entstanden für Kunden wie Migros, Swiss, Sunrise, Ochsner Sport, Helsana oder Douglas.

Milena Rutz



ist Psychologin und strategische Designerin. Beruflich bewegt sie sich an der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW sowie in der Digitalagentur Apps with love an den Schnittstellen von Innovation, digitaler Produktentwicklung und Transformation. In ihrem Wirken agiert sie analytisch, kreativ und strategisch zwischen Research und Umsetzung und entwickelt Möglichkeitsräume für Menschen und Organisationen. Milena Ruth verfügt über langjährige Erfahrung in der Konzeption und Durchführung partizipativer Zukunftsformate, Workshops und Prototyping-Ansätze für Hochschulen, Organisationen und interdisziplinäre Teams.

Prof. Dr. Dorothea Schaffner



ist Professorin an der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW und unterrichtet Konsumentenverhalten und Verhaltensänderung. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich Mobilität und Gesundheit. Zuvor war sie Professorin am Institut für Kommunikation und Marketing der Hochschule Luzern. Sie studierte Sozialpsychologie an der Universität Zürich und promovierte an der Universität St. Gallen.

Dr. Andrea Schneider



ist Projektleiterin im Bereich Marktentwicklung (Customer Experience & Insights) bei den Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) und Mitinhaberin der The Behavior Lab GmbH. In ihren Projekten rund um Mensch, Technologie und Zukunftstrends setzt sie auf nutzerzentrierte Ansätze und treibt Forschungsprojekte von der Konzeption bis zur praktischen Umsetzung voran. Ihre umfassenden Erfahrungen in Forschungs- und Innovationsprojekten sammelte die promovierte Psychologin sowohl in der Praxis (SBB) als auch an Forschungsinstitutionen (z.B. EPFL+ECAL Lab).

Susan Shaw



leitet den Geschäftsbereich Strategic Foresight. Dieser hat zum Ziel, die Forschung des GDI für die Praxis nutzbar zu machen. Sie geht dabei den Fragen nach, was die Erkenntnisse aus dem Think Tank für die einzelnen Branchen und Firmen bedeuten. In ihrer gesamten beruflichen Laufbahn beschäftigte sie sich intensiv mit der Interaktion von Menschen mit Marken, Produkten oder Dienstleistungen. Sie hat unzählige Studien zu Kundenbedürfnissen in den verschiedensten Branchen durchgeführt sowie mit Firmen zusammen das zukünftige Konsumentenverhalten projiziert und antizipiert.

Patrick Wilhelm



ist Leader Strategic Foresight bei der CSS Versicherung, einer der führenden Krankversicherungen der Schweiz. Er absolvierte einen Executive MBA am Imperial College London mit Vertiefung in Strategie und Innovation und bildete sich im Bereich Strategic Foresight an der Aalto University in Espoo weiter. Parallel dazu promovierte er im Bereich Strategic Foresight und Speculative Design. Neben seiner Tätigkeit bei der CSS ist er Vorstandsmitglied von swissfuture, der Schweizerischen Gesellschaft für Zukunftsforschung, in den interdisziplinären Diskurs zu Zukunftsfragen in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft fördert.