

12. hogast - SYMPOSIUM

10./11. Oktober 2006

REFERENTEN



Ronald Barazon

Moderator des hogast-Symposiums, zahlreiche Vorträge im In- und Ausland, Diskussionsteilnehmer an vielen „Pressestunden“ im Fernsehen, Moderator der Sendung „Offen gesagt“, zahlreiche Auszeichnungen.



Anne Schüller

Diplom-Betriebswirtin und Managementberaterin. Führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Autorin von sechs Management-Erfolgsbüchern. Prägte den Begriff des „Total Loyalty Marketing“. Über 20 Jahre Führungspositionen in Vertrieb und Marketing nationaler und internationaler Unternehmen. Als Marketing-Direktorin der Accor Hotellerie Deutschland mehrfach ausgezeichnet. Dozentin an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing, Lehrauftrag an der Fachhochschule Deggendorf in den Bereichen Unternehmensführung und Strategisches Marketing.



Matthias Horx

Gilt als einflussreichster Trend- und Zukunftsforscher im deutschsprachigen Raum. Redakteur bei renommierten Zeitungen (Zeit, Merian). Beschäftigung mit Wertewandel, Technologie und Jugendkulturen. Trend-Innovationsberater für große europäische Unternehmen. Publizistisches Wirken seit über 25 Jahren, zahlreiche Bestseller zu Zukunftsthemen. Gründung seines Zukunftsinstituts mit Hauptsitz bei Frankfurt zur Jahrtausendwende. Als wichtige Ideenschmiede der Früherkennung langfristiger Trendwellen und Mega-Trends verschrieben.



Günter Spiesberger

Studium bei Dr. Walter Stille (Begründer der Psychologischen Entscheidungstheorie). Entwickler neuartiger Management-Module. Über 10 Jahre aktiver Sportler (Ski und Tennis) und Betreuer im Spitzensport. Einbindung der Erfahrungen aus dem Sport in die Wirtschaftswelt, Wegbereiter zu den fantastischen Siegen von Olympiasiegerin Michaela Dorfmeister mittels Mental-Coaching. Anerkannter Coach und Experte in Wirtschaftskreisen. Berater von Unternehmern, Führungskräften und Mitarbeitern in Österreich, Deutschland und der Schweiz.



Univ. Prof. Dr. Anton Meyer

Ordinarius für BWL und Marketing an der Universität München. Pionier im deutschsprachigen Raum in Fragen der Kundenorientierung, der marktorientierten Unternehmensführung, des Dienstleistungsmarketing und der Markenführung. Beschäftigung seit über 20 Jahren in zahlreichen wissenschaftlichen und praxisorientierten Veröffentlichungen und Projekten in diesen Bereichen. Mitinitiator und langjähriger wissenschaftlicher Leiter des „Deutschen Kundenbarometers“.