

## **Die Referenten**

### **Rudolf Gröger**

hat als einer der erfolgreichsten Manager Deutschlands in den vergangenen Jahren Auszeichnungen der Fachwelt regelrecht gesammelt: Der Horizont-Award „Unternehmer des Jahres“ und der „National Leadership Award“ des Economic Forum Deutschland sind nur zwei der verdienten Ehrentitel: Als Chief Executive Officer hat er im Jahr 2002 die Viag Interkom erfolgreich durch einen Markenwechsel hin zu O<sub>2</sub> Germany geführt, heute ist das Unternehmen gemessen am Kundenwachstum der erfolgreichste Mobilfunkanbieter in Deutschland. Rudolf Gröger war vor seiner Tätigkeit bei O<sub>2</sub> Geschäftsführer der T-Systems GmbH und Sprecher der Geschäftsleitung der Deutschen Telekom AG.

### **Dr. David Bosshart**

gilt als der renommierteste Trendanalytiker und Konsumforscher der Schweiz. Seit 1999 ist er Managing Director des Gottlieb-Duttweiler-Instituts für Wirtschaft und Gesellschaft GDI in Rüslikon/Zürich. Der promovierte Philosoph war zwischen 1991 und 1996 Abteilungsleiter am GDI, 1997 bis 1999 Leiter der strategischen Entwicklung und der Direktion Kultur und Soziales ("Kulturprozent") beim Migros-Genossenschaftsbund. Mit „Die Zukunft des Konsums“ schrieb er 1997 ein erstes viel beachtetes Trendbuch, mit dem Bestseller „Billig. Wie die Lust am Discount Wirtschaft und Gesellschaft verändert“ hat David Bosshart scharf und kritisch analysiert, wohin eine Gesellschaft steuert, die Geiz geil findet.

### **Dr. Michael Groß**

imponierte von 1981 bis 1991 als Weltklasseschwimmer mit internationalen Titelgewinnen und Rekorden. Dreimal war der wegen seines Schmetterlingstils "Albatros" genannte Zwei-Meter-Mann Olympiasieger, fünfmal Weltmeister und 13mal Europameister. Bereits während seines Studiums der Germanistik, Politik und Medienwissenschaften arbeitete er in verschiedenen PR-Agenturen. Nach diversen Tätigkeiten in Public Relations und Unternehmenskommunikation gründete Michael Groß 2001 in Frankfurt die Beratungsgesellschaft Peakom mit Schwerpunkt in den Bereichen Corporate Branding, Channel Marketing und Change Communication.

### **Yvette Schwerdt**

ist eine der profundesten Expertinnen für multinationales Marketing mit der Konzentration auf die nordamerikanischen Märkte. Sie leitet Made-to-Market, New York, eine integrierte Marketingkommunikationsagentur, die Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum bei ihrem erfolgreichen US-Marktauftritt unterstützt. Yvette Schwerdt verfügt über mehr als 20 Jahre Berufserfahrung im B2B- und B2C-Marketing und war sowohl auf Agentur- als auch auf Unternehmensseite in Österreich, Deutschland und Israel tätig. Yvette spricht und schreibt regelmäßig über Themen der multinationalen Unternehmenspromotion. In Ihren „Briefen aus New York“, ihrer monatlichen Kolumne für die absatzwirtschaft, berichtet sie über Aktuelles im Deutschland-Amerika Business.

### **Dieter Schweer**

entwickelte und steuerte erfolgreich integrierte Kommunikations- und Marketingstrategien als Direktor Konzernkommunikation der RWE AG und Chief Communications & Marketing Officer (CCMO) des ICT-Dienstleisters T-Systems, der Geschäftskundenmarke der Deutschen Telekom AG. Zuletzt war er Bereichsvorstand Kommunikation der HVB-Group HypoVereinsbank. Der Dipl. Betriebswirt und Dipl. Journalist kennt als langjähriger Ressortleiter Unternehmen & Märkte der Handelsblatt-Gruppe die Medien- wie die Unternehmensseite. 1987 erhielt er den renommierten Spindler-Preis „für die journalistische Leistung, einen wirtschaftlichen Vorgang für Laien verstehbar zu machen“. 1998 wurde er als PR-Manager des Jahres ausgezeichnet.

### **Alexander Wunschel**

gilt als „Mr. Podcast“ der deutschsprachigen Medienszene: Seit Anfang 2005 betreibt den Weblog [www.pimpmybrain.de](http://www.pimpmybrain.de) sowie die Business-Podcasts „Der Blick über den Tellerrand“ mit dem Schwerpunkt auf Podcasting-Trends in Business, Marketing und Kommunikation und „PimpMyBrain“ mit Experten-Interviews zu Marketing-Trends, -Methoden und -Techniken. Be-

reits 1995 etablierte er mit Studienkollegen einen der ersten Internet-Full-Service-Provider in Bayern und gründete anschließend eine eBusiness-Agentur in München. Als Marketing- und Kommunikationsexperte berät er seit 2004 Marken und Medien mit dem Schwerpunkt auf Integration neuer Kommunikationskanäle in Marketing- und Mediastrategien.

### **Prof. Stephan Ferdinand**

kennt wie kaum ein zweiter die elektronischen Medien aus Theorie und Praxis: Der Journalist und Diplom-Volkswirt war viele Jahre als Reporter und Moderator, Redakteur und Redaktionsleiter für SWF, SDR und SWR sowie für den Privatfunk tätig. Seit 2001 ist er Professor für Informationsmanagement an der Hochschule für Medien in Stuttgart, seit 2004 leitet er als Studiendekan den Studiengang Medienwirtschaft. Prof. Stephan Ferdinand ist zweifacher Preisträger des „Ernst-Schneider-Preises“ der deutschen Industrie- und Handelskammern.

### **Prof. Dr. Peter Littmann**

zählt zu den namhaftesten Markenexperten und unternehmerischen Visionären in Europa. Nach dem Studium von Maschinenbau, Philosophie und Betriebswirtschaft begann er 1981 seine Tätigkeit als Marketingdirektor für Vorwerk + Co., wo er innerhalb weniger Jahre bis zum Leiter der Vorwerk International AG aufstieg. 1993 wurde er Vorstandsvorsitzender der Hugo Boss AG in Metzingen und sorgte mit einer grundlegenden Veränderung der Markenpolitik und einer strategischen Neuausrichtung für erhebliche Gewinnsteigerungen. 1997 wechselte er als Vorstandsvorsitzender zur Hamburger Wünsche AG. Peter Littmann betreibt heute in Hamburg das Beratungsunternehmen "Brandinsider", das seinen Schwerpunkt in der Revitalisierung von Marken hat.

### **Werner Nuber**

beherrscht als Kommunikationschef der schweizerischen Bahn SBB virtuos die Anforderungen des Community Publishing: Im Spannungsfeld stattlicher und privater, lokaler, nationaler und internationaler Zielgruppen kommuniziert die SBB im Gleichklang auf den unterschiedlichsten Kanälen. Vor seiner Berufung zum Head of Communication lange Jahre für die Swisscom-Gruppe, das führende Telekom-Unternehmen der Schweiz, tätig, zuletzt als Leiter Corporate Communications.

### **Martin Sonneborn**

hat, wenn man FAZ, Tagesthemen und Rudi Völler Glauben schenken darf, als Titanic-Chefredakteur mit ein paar Bestechungsfaxen die Fußball-WM 2006 ins Land geholt. Nach seiner Magisterarbeit über die „absolute Wirkungslosigkeit moderner Satire“ ging er nach Frankfurt und wurde Redakteur, Anfang 2000 Chefredakteur beim „endgültigen Satiremagazin“ Titanic. Im August 2004 gründete er seine eigene Partei „Die PARTEI“, nahm an der Bundestagswahl teil, machte in den Wahlwerbepots hoch bezahlte Schleichwerbung für einen Billigflieger und erzielte in Berlin damit bis zu 1,1 Prozent: „Unser bestes Ergebnis seit Kriegsende.“ Seit Oktober 2005 leitet er das *Titanic*-Hauptstadtbüro und verprasst in der Freizeit die Tantiemen aus seinem gerade erschienenen Bestseller „Ich tat es für mein Land. Wie *Titanic* einmal die Fußball-WM 2006 nach Deutschland holte“.