



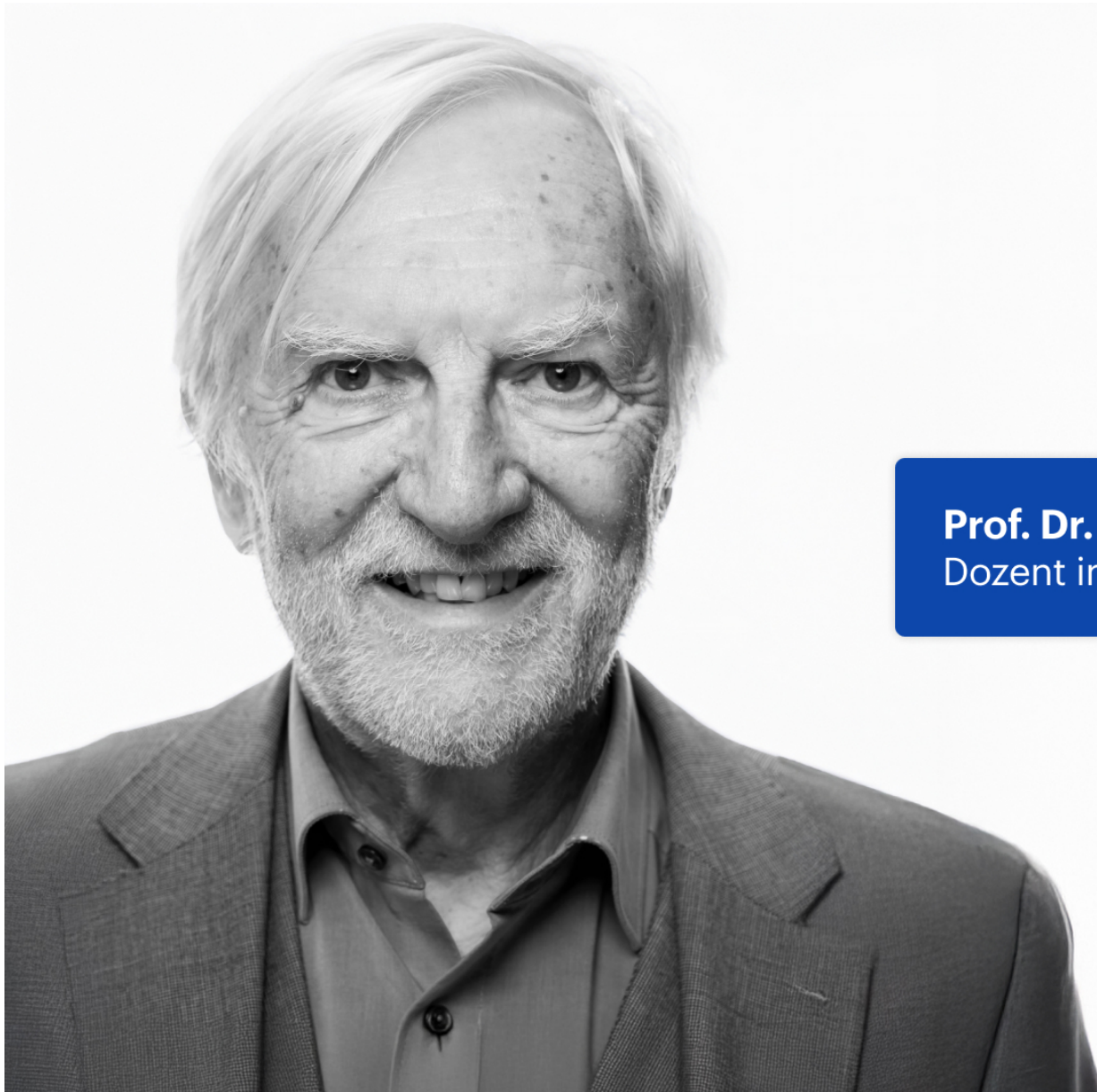
**«Was macht wirkungsvolles Neuromarketing wirklich aus? Wie können wir Emotionen als Driver für Kundenerlebnisse messen und lenken? Und was können wir aus best- und worst-practice cases lernen? Antworten dazu besprechen wir im Schulzimmer – und erleben wir live zusammen unterwegs.»**

**Philipp Zutt**

Inh./GL Zutt & Partner AG, Neuromarketing-Unternehmensberatung, Keynote-Speaker, Studiengangsleiter und Dozent im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ (Fach Neuromarketing)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**


**HWZ**



**Prof. Dr. med. Jürg Kesselring**

Dozent im CAS Customer Behavior & Psychology





**«Wer versteht, wie das Gehirn  
Informationen verarbeitet – also  
wie wir denken, fühlen und  
entscheiden –, kann menschliches  
Verhalten gezielter beeinflussen.»**

**Sabrina Theresia Müller, Ph.D.**

Brand Manager Neurology, AbbVie Switzerland  
Dozentin im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ  
(Fach Neurologie)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**

**HWZ**



**«Wer versteht, warum Kunden anders entscheiden als erwartet, kann ihr Verhalten gezielter beeinflussen. Im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ zeige ich die Mechanismen hinter Kaufentscheidungen – von mentalen Abkürzungen bis zu Gruppeneinfluss.»**

**Tobias Heilmann**

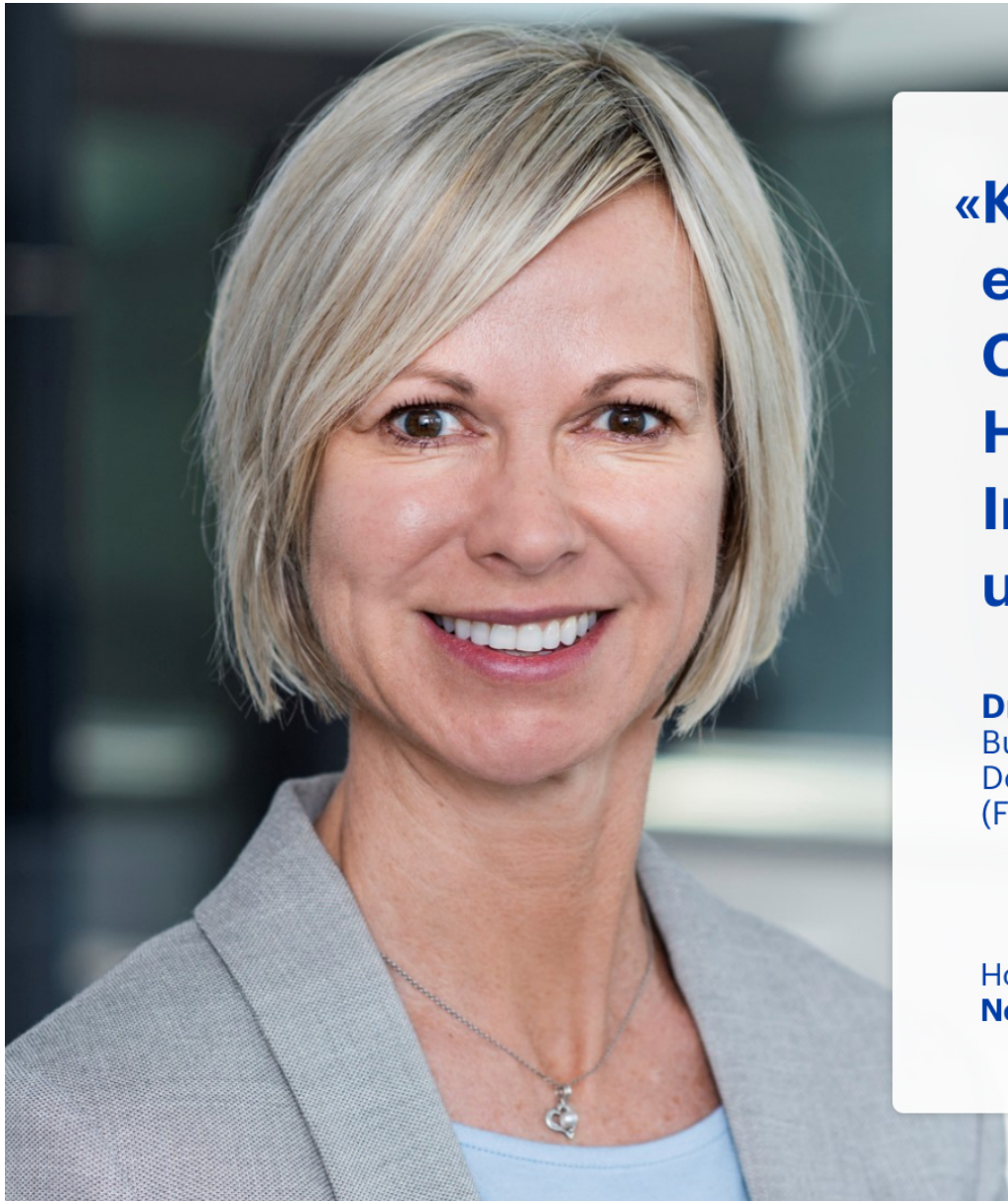
PhD, campaignfit GmbH

Dozent im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ  
(Fach Psychologie/Entscheidverhalten)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**

**HWZ**





**«Konsumenten verstehen heisst:  
erkennen, was sie bewegt. Im CAS  
Customer Behavior & Psychology  
HWZ zeige ich, wie man relevante  
Insights gewinnt – frei von Biases  
und Fehlinterpretationen.»**

**Dr. Anja Reimer**

Business Partner Strategic Analytics & Insights, NIQ  
Dozentin im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ  
(Fach Consumer & Customer Insight)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**

**HWZ**



**«Produkte sollen nicht nur funktionieren  
– sie sollen berühren. Wirkung entsteht,  
wo psychologisches Feingefühl,  
multisensorisches Design und radikale  
Kundenzentrierung zusammenkommen.  
Wie das geht? Zeigt der CAS Customer  
Behavior & Psychology HWZ.»**

**Robert Fritze**

Founder Kreativfritze und Noah\*s Ocean, Entrepreneur, Executive Coach und Dozent im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ (Fach Multisensual & Psychological Product Design)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**

**HWZ**





**«Kreative Werbung wirkt, wenn sie das Verhalten der Menschen versteht. Im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ beleuchte ich das Spannungsfeld zwischen Kreativität und Verhalten, mit neuen Erkenntnissen, konkreten Cases und einer Portion kreativem Chaos.»**

**Annette Felicitas Häcki**

Co-Founder DAY Partners AG

Dozentin im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ  
(Fach Advertising: Creativity vs. Behavior)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**

**HWZ**



**«Pricing wirkt emotional. Im CAS  
Customer Behavior & Psychology  
HWZ zeige ich dir, wie psychologisch  
fundierte Preisstrategien  
Entscheidungen beeinflussen, ganz  
unabhängig vom Mythos der  
rationalen Kaufentscheidung.»**

**Dr. Severin Bischof**

Senior Project Manager bei Roland Berger  
Dozent im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ  
(Fach Neuro-Pricing)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**

**HWZ**





**«Verkaufpsychologie ist der Schlüssel  
zu überzeugender Gesprächsführung  
und nachhaltiger Kundenbindung.  
Wer Wirkung zeigen will, ist im CAS  
Customer Behavior & Psychology  
HWZ genau richtig.»**

**Kewin-J. Asal**

Generalagent (Mitglied des Kaders), CSS  
Dozent im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ,  
(Fach Verkaufspsychologie)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**

**HWZ**



**«Je ähnlicher sich Angebote und Preise sind, desto wichtiger wird eine emotionale, langfristige Beziehung zu den passenden Kunden. Dafür müssen alle Touchpoints bewusst, integriert und konsistent gestaltet werden.»**

**Dr. Patric Vifian**

Leiter Marketingstrategie und -portfolio, Die Mobiliar  
Dozent im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ  
(Fach Client Experience & Customer Journeys)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**

**HWZ**





**«Wie gelingt Kundenbindung? Im CAS  
Customer Behavior & Psychology  
HWZ zeige ich, welche Faktoren  
zählen, wie Design und Psychologie  
zusammenwirken und wo die  
grossen Herausforderungen liegen.»**

**Michael Bietenhader**

CCO nexum AG, Geschäftsführer MilesAhead AG, Host Loyalty  
Talk Podcast und Dozent im CAS Customer Behavior &  
Psychology HWZ (Fach Customer Loyalty)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**

**HWZ**



**«Das Verhalten von Generationen wird von Faktoren beeinflusst, die Brücken bauen oder Gräben vertiefen. Besonders Social Media prägt Gen Z und Alpha in Kommunikation, Wahrnehmung und Selbstbild. Genau dieses Spannungsfeld präsentiere ich im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ.»**

**Stephanie Amstad**

Global Senior Social Media Manager V-ZUG, Keynote Speakerin  
Dozentin im CAS Customer Behavior & Psychology HWZ  
(Fach Generations Behavior: Boomer – Alpha)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**

**HWZ**





**«Can AI be empathic? In the CAS  
Customer Behavior & Psychology  
HWZ, we explore how AI-driven  
empathy transforms emotions,  
behaviors, decisions, and how it can  
be embedded meaningfully into  
intelligent systems.»**

**Dr. Alex Mari**

Assistant Professor, American University of Bahrain  
Lecturer in the CAS Customer Behavior & Psychology HWZ  
(Topic: AI & Empathy)

Hochschule für Wirtschaft Zürich  
**Next Level Education**

**HWZ**