

ICORIA 2012

KURZBERICHT

SOFIE BITTER



11th International Conference on Research in Advertising

28. – 30. Juni 2012
in Stockholm / Schweden an
der Stockholm School of
Economics (SSE)

Am Donnerstag, dem 28. Juni 2012, trat ich meine Reise nach Stockholm an, um den bei der ICORIA 2012 angenommenen Konferenzbeitrag zum Thema "Users' engagement with brands and companies on Facebook" zu präsentieren.

Die ICORIA wurde in diesem Jahr zum 11. Mal ausgerichtet. Die diesjährige Gastgeberin war die **Stockholm School of Economics (SEE)**. Insgesamt waren mehr als 130 TeilnehmerInnen, davon etwa 100 Vortragende, anwesend.

Den Konferenzauftakt am 28. Juni bildete eine kurze Willkommensveranstaltung; die offizielle Eröffnung erfolgte am 29. Juni mit der Begrüßung der KonferenzteilnehmerInnen und der Keynote von Prof. Amna Kirmani (University of

Maryland), zum Thema der ICORIA 2012 "The changing role of advertising".

Die anschließenden Parallel-Sessions wurden zu den unterschiedlichsten Themen abgehalten, u.a. *advertising signals, advertising attitudes, persuasion knowledge*. Meine Präsentation im Track „Let's work it!“, Consumer engagement“ hielt ich am Freitag Nachmittag. Das Interesse am Thema war sehr groß und zog eine spannende Diskussion mit sich.

Unter der Überschrift „Meet the editors“, bot sich am Freitag auch die Gelegenheit, die Herausgeber beispielsweise des *International Journal of Advertising* oder des *Journal of Marketing Communications* zu treffen. Am Samstag folgten sehr spannende Tracks und eine grandiose

praktisch orientierte Keynote von Gustav Martner (Executive Creative Director, CP+B Europe). Die organisierte Boot-Sightseeingtour am Abend ließ die Konferenz angenehm ausklingen.

Die ICORIA 2012 bot mir eine sehr gute Möglichkeit Kontakte zu knüpfen, bekannte ForscherInnen hautnah bei Vorträgen zu erleben als auch wertvolles Input für die eigene Forschung zu gewinnen.

In diesem Sinn *Dankeschön* oder wie es die Schweden sagen würden „Tack“ für die finanzielle Unterstützung. Es war eine ausgezeichnete Konferenz zum Thema Advertising, von der ich sehr profitiert habe.

