

Universität Klagenfurt, Universitätsstraße 65-67, 9020 Klagenfurt  
Verein zur Förderung der Wirtschafts- und  
Rechtswissenschaften an der Alpen-Adria-  
Universität Klagenfurt  
Universitätsstraße 65-67  
9020 Klagenfurt am Wörthersee  
Austria

Universitätsstraße 65-67  
9020 Klagenfurt  
Österreich  
T +43 (0) 463 2700-4047  
E [katrin.lingenhel@aau.at](mailto:katrin.lingenhel@aau.at)  
W [www.aau.at/mim](http://www.aau.at/mim)

Klagenfurt, 03.07.2025

## Endbericht zur Teilnahme an der EMAC 2025

Im Rahmen der 54. Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), welche unter dem Slogan "Human and Smart Marketing: Understanding and Enhancing Our Future" abgehalten wurde, konnten sich Wissenschaftler\*innen verschiedenster Disziplinen sowie Nationen vom 27. Mai bis einschließlich 30. Mai 2025 in Pozuelo de Alarcón (Madrid), Spanien näher austauschen. Im Folgenden wird nun ein Überblick der jeweiligen Tage wiedergegeben.

### Tag 1: Mittwoch, 28. Mai 2025

Bereits der erste Tag der Konferenz beinhaltete eine umfangreiche Vielfalt an Themen rund um das Marketing. Zur Übersicht wurden die vielzähligen Vorträge den Themengebieten zugeordnet und farblich hervorgehoben. Insgesamt handelte es sich hierbei um folgende Kategorien: Advertising & Marketing Communications, Business-To-Business Marketing & Supply Chain Management, Consumer Behavior, Digital Marketing & Social Media, Innovation Management & New Product Development, International Marketing & Marketing in Emerging Countries, Marketing Strategy & Theory, Methods, Modelling & Marketing Analytics, Pricing & Promotions, Product and Brand Management, Public Sector and Non-Profit Marketing, Relationship Marketing, Retailing & Omni-Channel Management, Sales Management and Personal Selling, Service Marketing & Service Innovation, Social Responsibility & Ethics und Tourism Marketing. Zudem fanden Special Sessions statt, welche die aktuelle Forschung der jeweiligen Gebiete aufgriffen. In den ergänzenden Meet the Editors Sessions stellten sich entsprechende Journals vor und berichteten über aktuelle Forschungsinteressen bevor sie in eine Diskussion überleiteten.

Um die Übersicht der parallel stattfindenden Sessions zu bewahren, wurde eine App herangezogen. Diese beinhaltete auch eine Funktion, um sich mit anderen Teilnehmer\*innen gezielt auszutauschen. Um die Vernetzung basierend der Interessen zu fördern, konnten alle



Abb. 1:  
Veranstaltungsort ESIC  
University and ESIC  
Business School (eigenes  
Bild).

Teilnehmer\*innen gemäß ihren Interessen die dementsprechend farblichen Sticker der Kategorien auf ihre Namenskartchen geben.

## Tag 2: Donnerstag, 29. Mai 2025

Der zweite Tag beinhaltete ebenfalls ein straffes und spannendes Programm. Unter anderem wurden hierbei Schwerpunkte wie Social Media and Branding, Psychology of AI Interactions, Customer Retention and Loyalty and Platform Dynamics, Digitalization, and Societal Impact aufgegriffen.

Im Rahmen der Session „Ethics and Identity in Influencer Culture“ durfte ich den **Beitrag** „#Fitspiration on Instagram: The role of the kind of objectification evoked by fitspiration imagery on the influencing path toward a healthier lifestyle“, welchen ich gemeinsam mit meiner Kollegin verfasst habe, **vorstellen**. Anschließend erfolgte noch eine kurze Diskussionsrunde mit allen Teilnehmer\*innen vor Ort. Des Weiteren wurde mir in dieser Session auch die Funktion des **Session Chairs** zugeordnet, wodurch ich diese auch moderierend begleitet habe. Somit hatte ich neben meinen eigenen Vortrag die Aufgabe, auch darauf zu achten, dass die Vortragenden jeweils 15 Minuten zur Präsentation und anschließend fünf Minuten zur Diskussion zur Verfügung hatten.

Als letzten Programmpunkt des Tages fand schließlich die Poster Session statt. Im Zuge dessen, wurden weitere Beiträge in Form von Postern in den Gängen präsentiert. Hierzu war es möglich, die jeweiligen Forschungen mit den Autor\*innen individuell zu diskutieren und sich näher auszutauschen.

Am Abend fand schließlich die Abhaltung von Social Events statt. Hierzu hatten Teilnehmer\*innen der Konferenz die Möglichkeit den Tag entweder mit ein paar Grundsritten des Tanzes Bachatta, einer Mindfulness Session oder einer Laufrunde ausklingen zu lassen. Im Zuge dessen fand wiederum ein Austausch sowie das Vernetzen mit anderen Konferenz-Teilnehmer\*innen statt.

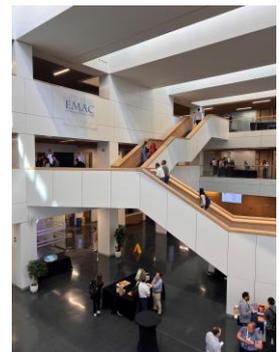


Abb. 2:  
Veranstaltungsort EMAC  
2025 (eigenes Bild).

## Tag 3: Freitag, 30. Mai 2025

Wie bereits die vorhergehenden Tage beinhaltete der Freitag ebenfalls ein straffes und spannendes Programm. Unter anderem wurden hierbei Schwerpunkte wie AI and Machine Learning, Virtual Reality in Retailing, Social Media Advertising, Digital Issues in International Marketing und Trust, Engagement and Loyalty in Online Interactions aufgegriffen.

Den **Abschluss der EMAC 2025** bildete das Gala Dinner mit spanischem Flair. Hierbei erfolgte in lockerer Atmosphäre ein letzter Austausch mit den anderen Teilnehmer\*innen.

## Fazit

Durch die Teilnahme bei der EMAC 2025 habe ich insgesamt neue Erkenntnisse von erfahrenen Wissenschaftler\*innen erhalten, wodurch ich vor allem Näheres über die Verknüpfungen der Themengebiete sowie deren aktuellen Herausforderungen erfahren durfte. Des Weiteren bot mir die Präsentation auf der Konferenz weitere Erfahrung dahingehend. In diesem Zusammenhang möchte ich auch besonders die Vorträge sowie den generellen Austausch mit den anderen Teilnehmer\*innen hervorheben, welche mir einige neue Aspekte für mein Dissertationsprojekt aufgezeigt haben.

Abschließend möchte ich nochmals ein herzliches Dankeschön an den Förderverein der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften an der AAU für die großzügige Unterstützung meiner Teilnahme an der EMAC 2025 richten. Dies hat wesentlich zur Konferenzteilnahme beigetragen.



*Abb. 3: Teamfoto  
(eigenes Bild).*