

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
W www.aau.at/mim

Klagenfurt, 17.07.2025

Endbericht zur Teilnahme an der ICORIA 2025

Im Rahmen der 23. International Conference on Research in Advertising (ICORIA), welche unter dem Slogan „Advertising with a Purpose: Creating Impact through Research Excellence“ stattgefunden hat, konnten sich Wissenschaftler*innen verschiedenster Disziplinen sowie Nationen vom 26. Juni bis einschließlich 28. Juni 2025 in Rotterdam (Niederlande) näher austauschen. Folgend wird nun ein Überblick der jeweiligen Tage wiedergegeben.

Tag 1: Donnerstag, 26. Juni 2025

Am ersten Tag fand die Pre-conference statt, welche spannende Einblicke und Tipps für die Forschung mit sich brachte. Hierbei wurden die Themen „Finding the Spark“, „Shaping the Clay“ und „Making Ideas Shine“ in drei Teilen näher betrachtet und diskutiert. Den ersten Tag rundete schließlich die Welcome Reception ab, bei welcher der Austausch sowie das Vernetzen sämtlicher Teilnehmer*innen gefördert wurde.

Tag 2: Freitag, 27. Juni 2025

Der Freitag beinhaltete eine umfangreiche Vielfalt an Themen rund um das Advertising, welche anhand von Parallel-Sessions abgehalten wurden. Zu den Sessions gehörten z. B. „AI generated advertising: Navigating disclosure standards and consumer perceptions“ und „Health communication, advertising, and audience response“. Zudem fand eine Special Session zu „AI and Advertising“ statt. In der ergänzenden Meet the Editors Session stellten sich entsprechende Journals vor und berichteten über ihr aktuelles Forschungsinteresse. Im Rahmen der Session „From work-life balance to consumer well-being“ durfte ich gemeinsam mit meiner Kollegin den Beitrag „Fitspiration: How images influence psychological well-being and trigger a healthier lifestyle via emotions“, welchen wir gemeinsam mit unserem Institutsvorstand verfasst haben, präsentieren. Den letzten Programmpunkt des Tages bildete schließlich das Gala Dinner.

Tag 3: Samstag, 28. Juni 2025

Der dritte Tag startete mit einer Keynote Session, welche Einblicke in die aktuellen Themenfelder sowie der Verbindung der Forschung mit der Praxis geboten hat. Anschließend erfolgte die „Joint AAA-EAA Panel Discussion“, welche weitere Einblicke in die Forschung brachte. Am Nachmittag folgten wiederum entsprechende Parallel-Sessions. Diese gliederten sich unter anderem in die Themen „Gender, norms and social taboos“, „Beyond the surface: Neuromarketing and advertising“ und „Influencer impact on health, food, and body“. Im darauffolgenden „EAA General Assembly“ erfolgte ein Rück- und Ausblick der Konferenz. Den Abschluss der ICORIA 2025 bildete die „Rotterdam walking city tour“. Hierbei fand in lockerer Atmosphäre ein letzter Austausch mit den Teilnehmer*innen statt.

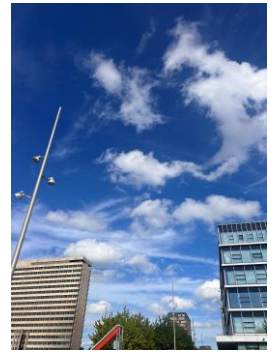


Abb. 1:
Veranstaltungsort
Erasmus University
Rotterdam (eigenes
Bild).

Fazit

Anhand der Teilnahme bei der ICORIA 2025 habe ich neue Erkenntnisse von erfahrenen Wissenschaftler*innen erhalten. Zentral konnte ich dadurch Näheres über die aktuellen Herausforderungen sowie die Verknüpfung der Themengebiete erfahren. Zudem konnte ich durch die Präsentation auf der Konferenz weitere Erfahrung dahingehend erlangen. In diesem Zusammenhang möchte ich auch besonders den generellen Austausch mit den anderen Teilnehmer*innen sowie die spannenden Vorträge hervorheben, welche mir für mein Dissertationsprojekt einige neue Aspekte aufgezeigt haben.

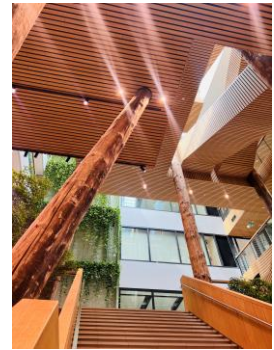


Abb. 2:
Veranstaltungsort
ICORIA 2025 (eigenes
Bild).

Ein herzliches Dankeschön gilt an dieser Stelle an den Förderverein der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften an der AAU für die großzügige Unterstützung meiner Teilnahme an der ICORIA 2025. Diese Unterstützung hat wesentlich zur Konferenzteilnahme beigetragen.