

Verein zur Förderung der Wirtschafts- und
Rechtswissenschaften an der Alpen-Adria-Universität
Klagenfurt

Universitätsstraße 65-67
9020 Klagenfurt am Wörthersee
Austria
T +43 (0) 463 2700-4049
E Martina.Samperi@aau.at

www.aau.at/mim

Klagenfurt, 06.07.2026

Endbericht zur Teilnahme an ICORIA 2026

Die diesjährige *24th International Conference on Research in Advertising (ICORIA)* stand unter dem Leitthema “Communicating Consumer Health and Wellbeing in the Digital Age”. Die Konferenz fand vom 25. bis 27. Juni an der Universität Pompeu Fabra (UPF) im Campus de Comunicació in Barcelona statt.

Ich war mit dem Beitrag „Cultural values matter in shaping perceptions of an attractive employer brand“ vertreten (Programm: https://www.europeanadvertisingacademy.org/wp-content/uploads/2026/06/ICORIA_DetailedProgramme_v3.pdf)

Tag 1 (Donnerstag, 25.06.2026)

Die Tagung wurde durch die Pre-Conference eröffnet, die spannende Einblicke in den Einsatz künstlicher Intelligenz im wissenschaftlichen Kontext gab. Unter dem Titel „Navigating AI in Advertising Research: From Ideation to Publication“ wurde die Verwendung von KI in verschiedenen Phasen des Forschungsprozesses diskutiert. In den beiden Sessions „From Idea to Design“ und „From Draft to Publication“ stellten die Vortragenden konkrete Anwendungsmöglichkeiten künstlicher Intelligenz in unterschiedlichen Stadien der wissenschaftlichen Arbeit vor. Dabei wurden sowohl Chancen als auch potenzielle Herausforderungen und Grenzen der KI-Nutzung kritisch beleuchtet, wodurch ein ausgewogener Überblick über das Thema entstand. Der erste Tag endete mit einer Welcome Reception, die den Teilnehmenden Gelegenheit bot, sich mit anderen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern auszutauschen.

Tag 2 (Freitag, 26.06.2026)

Das Programm des zweiten Tages war vielseitig gestaltet. Neben zahlreichen Parallel-Sessions fanden mehrere interessante Vorträge zu aktuellen Forschungsthemen statt. Einerseits vermittelte die Keynote „From Ecosystems to Individuals: Strategic Communication as a Catalyst for Health Innovation“ praxisnahe Einblicke. Andererseits widmete sich die Joint AAA-EAA Panel Discussion „How can advertising contribute to

consumers' health and wellbeing in the digital age?“ der Frage, wie Werbeforschung dazu beitragen kann, das Wohlbefinden im digitalen Zeitalter zu fördern.

Der Vortrag „Cultural values matter in shaping perceptions of an attractive employer brand“ fand am Freitag um 14:20 Uhr im *Auditorium* der Universitat Pompeu Fabra, Campus de Comunicació, im Zuge der Session „Corporations, Organizational Culture & Well-being“ statt. Die Präsentation dauerte etwa 15 Minuten und wurde im Anschluss durch Fragen des Publikums ergänzt.

Der Tag klang mit dem Gala-Dinner im Restaurant *Traca Me* Barcelona aus.

Tag 3 (Samstag, 27.06.2026)

Der letzte Konferenztag begann mit weiteren Parallel-Sessions. Zudem fand am Nachmittag die „Meet the Editors“-Session statt, in der HerausgeberInnen verschiedener Fachjournals über Rahmenbedingungen wissenschaftlichen Publizierens diskutierten und Fragen beantworteten.

Den Abschluss der Konferenz bildete die „EAA General Assembly“, in deren Rahmen ein Rückblick auf die Veranstaltung gegeben wurde. Die ICORIA 2026 endete anschließend mit der Exkursion „Gaudí and the Essence of Catalan Modernism Itinerary“, bei der im Rahmen einer geführten Tour verschiedene Bauwerke von Antoni Gaudí besichtigt wurden.

Fazit

Insgesamt war die Teilnahme an der Konferenz eine äußerst positive Erfahrung. Der Besuch der 24. International Conference on Research in Advertising (ICORIA) stellte einen wichtigen Meilenstein für meine wissenschaftliche Laufbahn dar, da er den fachlichen Austausch mit Forschenden aus den Bereichen internationales Marketing und Advertising ermöglichte. Das vielseitige Konferenzprogramm lieferte zahlreiche wissenschaftliche Impulse sowie praktische Anregungen für die eigene Forschung. Darüber hinaus konnten wertvolle Kontakte geknüpft und das internationale wissenschaftliche Netzwerk erweitert werden. Ich bedanke mich herzlich beim Verein zur Förderung der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften der Alpen-Adria-Universität für die finanzielle Unterstützung.

Im Folgenden finden sich einige Eindrücke von der Veranstaltung und der Stadtführung in Barcelona.





