

Konferenzbericht

Global Marketing Conference Hong Kong 21.07.-25.07.2016

Teilnehmer vom IMM: Prof. Dr. Manfred Schwaiger, Johanna Eberhart, Verena Rapp, Felix Weißmüller, Johann Melzner, Fabian Schrempf, Delphine Colin, Sarah Mahr, Sandra Männel

Die GMC zählt zu den größten Marketing Konferenzen der Welt, die im Zweijahresrhythmus in den kosmopolitischsten Städten Asiens tagt. Unter dem Motto: „Bridging Asia and the World: Global Platform for Interface between Marketing and Management“ partizipierten in diesem Jahr 1100 Akteure aus Forschung und Wirtschaft aus 53 Ländern und präsentierten aktuelle Forschungsergebnisse aus den Bereichen Marketing und Management in insgesamt 101 Sessions.



In dem Track (Re-)establishing Trust in Corporations II, durfte auch ich mein erstes Forschungsprojekt zu: „War for Talent: Determinants of Business School Reputation by Practitioners and its Impact on Recruitment“ vorstellen. Dabei stellte die GMC eine gute Plattform dar wertvolle Kommentare und Hilfestellungen zur Erweiterung meiner Forschung zu erhalten und darüber hinaus, eine Möglichkeit diverse Forschungsgebiete aus den Bereichen Marketing und Management kennenzulernen.

Der wissenschaftliche Diskurs und Austausch fand dabei nicht nur während der Sessions statt, Anregungen zum Reflektieren boten insbesondere verschiedene Plenarveranstaltungen. Der Keynote-Vortrag zu „Improving Management Sciences: Problems and Solutions“ von Wharton Professor J. Scott Armstrong, bildete ein Highlight der Konferenz. Der in der Anmoderation als meistzitiertes Wharton-Wissenschaftler herausgehobene Redner stellte die Belastbarkeit wissenschaftlicher Publikationen – insbesondere solcher, die erst durch Anwendung komplexer empirischer Methoden zu Erkenntnissen gelangen, die „einfache“ Analysemethoden nicht ersichtlich machen - kritisch zur Diskussion. Zudem gaben in der Meet-the-Editor-Session Herausgeber der etlicher TOP-Journals, u.a. Journal of Marketing, Journal of Consumer Research, Journal of Business Research, Ratschläge zum erfolgreichen Publizieren.

Nicht zuletzt wurde die GMC durch die Vergabe des Best Paper Awards gekrönt, da dieser meiner Kollegin Johanna Eberhardt für ihr Paper „The Impact of Mass Media on Corporate Reputation- an Empirical Investigation of Media Topics, their Amount and Valence“ verliehen wurde, welches in Koautorenschaft mit Prof. Schwaiger entstand.

Meine Bilanz: spannende Beiträge mit hervorragender Gesellschaft in einer der atemberaubendsten Metropolen Asiens.

Vielen Dank an dieser Stelle an den Alumni Verein der Ludwig-Maximilians- Universität München, sowie dem IMM Network e.V. für die Unterstützung.