

Leopold-Franzens-Universität Innsbruck  
Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus  
Universitätsstraße 15  
6020 Innsbruck



Frankreich-Schwerpunkt  
der Universität Innsbruck  
Herzog-Friedrich-Straße 3  
6020 Innsbruck

Innsbruck, 29. August 2016

### **Abschlussbericht: Fördermaßnahme *Consumer Culture Theory Conference, Lille***

Vom 6.7. bis 9.7.2016 fand die „Consumer Culture Theory Conference“ zum 11. Mal insgesamt, zum 3. Mal in Europa, und zum ersten Mal in Frankreich statt.

Das Programm bot neben Präsentationen und Special Sessions zu aktuellen Forschungsthemen der Konsumkulturforschung eine Key Note von Prof. Eve Chiapello, Research Director der Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris, und diverse Foren zur Methoden- und Theorieentwicklung.

Das Team „Branding“ des Instituts für Strategisches Management, Marketing und Tourismus konnte durch die Förderung des Frankreichschwerpunkts gleich drei wissenschaftliche Beiträge unter den folgenden Titeln vorstellen: „Public Brand Auditing: A Convention Theory Perspective on Brand Evaluation“ (Sabrina Gabl, Verena E. Stöckl, Andrea Hemetsberger), „Free Lunch, Structural Violence, and the Normalization of Food Waste (Andreas Plank) und „Revolution on our Streets: Re-claiming Space for Bicycling“ (Philipp K. Wegerer).

Das Team wird nachhaltig von dem wertvollen Feedback, den Meetings zu universitätsübergreifenden Publikations- und Projektantragsvorhaben und den zahlreichen neuen Kontakten zu französischen und internationalen Forschergruppen profitieren!