

## **Dr. Hans Mühlbacher**

Institut für strategisches Management, Marketing und Tourismus

## **Colloque Doctoral und der Jahreskonferenz der Association Francaise du Marketing in Brest**

8. – 11. Mai 2012

### **1. Colloque doctoral**

Es hatten sich 42 DoktorandInnen für die Teilnahme am Colloque beworben. In einer Auswahlphase hatte jedes der später beim Colloque anwesenden 9 Fakultätsmitglieder neun Einreichungen zu bewerten. Es sollten Arbeiten ausgewählt werden, die inhaltlich interessant erschienen, deren gegenwärtiger Stand der Entwicklung gut nachvollziehbar schriftlich dargelegt war und die noch nicht so weit fortgeschritten waren, dass sie auch als Konferenzbeitrag hätten eingereicht werden können. Aus dem Kreis der 42 DissertantInnen wurden 18 zum Colloque nach Brest eingeladen. Ich war in einem Team gemeinsam mit den Professorinnen Marie-Laure Gavard-Perret von der Universität Grenoble und Mathilde Gollety von der Universität Paris II Panthéon-Assass.

In den beiden Tagen des Colloque betreuten wir insgesamt 6 DissertantInnen. Zusätzlich machte ich noch eine Plenar-Präsentation mit anschließender Diskussion zu „Conseils pratiques pour publier dans des revues internationales“.

### **2. Administrative Aufgaben**

Am späteren Nachmittag des 2. Tages nahm ich an der Sitzung des Bureau de Rédaction der Zeitschrift Décisions Marketing teil, dem ich seit der Gründung der Zeitschrift anhöre. Die beiden HerausgeberInnen berichteten über die Entwicklung der Zeitschrift im abgelaufenen Jahr (klarere inhaltliche Positionierung in Bezug auf Entscheidungen, Struktur der Inhalte, Manuskriptfluss, Tätigkeiten der lecteurs, AbonentInnen etc.).

Gegen Abend fand die Sitzung des Conseil d'Administration der AFM statt, in dem ich Österreich repräsentieren darf. Das auslaufende Präsidium präsentierte seinen Tätigkeitsbericht und die Finanzsituation der Vereinigung. Die neue Präsidentin stellte die von ihr gewünschte Zusammensetzung des neuen Präsidiums zur Abstimmung.

### **3. Jahreskonferenz**

Die Konferenz selbst fand am 10. und 11. Mai statt. Es gab insgesamt 32 Sessions mit Manuskripten, die sich im doppelt blinden Wettbewerb durchgesetzt hatten, 3 Sessions spéciales, eine Session mit Gästen aus Irland, 2 Sessions mit Herausgebern von Zeitschriften, und weitere Runden wie z.B. „Fenêtre sur: Philosophie & consommation oder Table ronde marketing industriel. Meine Beiträge bestanden im Wesentlichen aus kritisch konstruktiven Anmerkungen und Hinweisen und aus Fragen, mit dem Zweck, zusätzlich mögliche Perspektiven und Gedankengänge zu lancieren.

Ich benutzte auch die Gelegenheit, um noch einmal wichtige Meinungsbildner aus dem Kreis der französischen KollegInnen auf den von der AFM unter ihren Schirm genommenen Französisch-Deutsch-Österreichischen Workshop zum Comportement des Consommateurs hinzuweisen, der unter meiner Mitverantwortung von 29. November bis 1. Dezember 2012 in Innsbruck stattfinden wird.

Der Kongress in Brest half mir auch zur Intensivierung bestehender Kontakte und zum Aufbau neuer Kontakte für die jüngeren Mitglieder unseres Institutsteams beizutragen.

Als nächsten Schritt wird es wichtig sein, eine(n) NachfolgerIn für mich als RepräsentantIn Österreichs in der AFM aufzubauen. Ich erlaube mir, jetzt schon um die Unterstützung dieses Vorhabens zu bitten.