

O.Univ.-Prof. Dr. Hans Mühlbacher

Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus

Jahrestagung der AFM

13-15. Mai 2009, London

KooperationspartnerInnen : Diaratou Kebe, ESCP-EAP

Die Jahrestagung der AFM wurde heuer von der ehemalige ESCP-EAP, jetzt European Business School, auf ihrem Campus in London veranstaltet.

Am 13. Mai tagten das Bureau de Rédaction der Zeitschrift *Décision Marketing* dessen Mitglied ich seit der Gründung der Zeitschrift bin, und der erweiterte Vorstand der AFM, dem ich als Vertreter Österreichs angehöre. Die dort ausgesprochene Einladung einen französisch-deutschen wissenschaftlichen Workshop (*Journées Thématiques Internationales*) zu veranstalten, werde ich aufgreifen und im Jahr 2010 einen solchen anbieten.

Der 15. und 16. Mai waren gefüllt mit Vorträgen, die – nach französischer Marketingtradition – hauptsächlich den Konsumverhaltensbereich betrafen. Daneben dienten diese Tage der intensiven Pflege unserer Netzwerke mit KollegInnen in Frankreich (siehe unseren Forschungsworkshop mit der EMSA in Paris am 2. Juni, meinen Auftritt beim Publikationsseminar der FNEGE in Noyon, am 17. Juni, meine Rolle als Rapporteur bei einem Habilitationsverfahren in Paris II-Panthéon-Assas am 7. Juli).

Mein Vortrag mit dem Thema „La prévision du succès d'un nouveau produit basée sur des discussions de communautés en ligne“ war folgendem Inhalt gewidmet:

La prévision du succès d'un nouveau produit a une forte influence sur l'emploi des ressources d'une entreprise. Les méthodes proposées dans la littérature sont caractérisées par des degrés de précision limités. Ce papier présente une analyse du potentiel de prévision du succès de nouveaux produits avant leur lancement basée sur leur évaluation dans des communautés en ligne. Les résultats présentent un très grand accord entre les évaluations avant lancement et les chiffres de vente réalisés.

Insgesamt gesehen war meine Teilnahme an der Tagung sehr fruchtbar.