Erfahrungsbericht

Teilnahme an der 2026 AMA Winter Academic Conference in Madrid

Dank der finanziellen Unterstützung des Santander Mobilitätsfonds hatte ich die Möglichkeit, an der 2026 AMA Winter Academic Conference der American Marketing Association in Madrid teilzunehmen. Die Konferenz brachte Marketingwissenschaftler:innen aus zahlreichen Ländern zusammen und bot ein vielfältiges Programm zu aktuellen Entwicklungen in der internationalen Marketingforschung.

Im Rahmen der Konferenz war vorgesehen, dass ich ein Forschungsprojekt zur Nutzung generativer künstlicher Intelligenz in der Werbung präsentiere. In dem Projekt untersuchen wir, wie generative KI für die Gestaltung werblicher Inhalte eingesetzt werden kann und wie Konsument:innen auf entsprechend erstellte Werbung reagieren. Aufgrund eines Flugstreiks und der damit verbundenen Beeinträchtigungen meiner Anreise erreichte ich Madrid jedoch nicht rechtzeitig für die vorgesehene Präsentation. Wenngleich es sehr bedauerlich war, meine Forschung nicht wie geplant im Rahmen des Konferenzprogramms vorstellen zu können, konnte ich die verbleibende Zeit intensiv für den wissenschaftlichen Austausch nutzen.

Insbesondere die zahlreichen Gespräche mit internationalen Wissenschaftler:innen waren für meine weitere Forschung sehr wertvoll. In den Vortragspausen, während der gemeinsamen Veranstaltungen und im informellen Austausch konnte ich mein Forschungsprojekt dennoch vorstellen und mit anderen Forschenden über aktuelle Fragestellungen an der Schnittstelle von künstlicher Intelligenz, Werbung und Konsumentenverhalten diskutieren. Dabei erhielt ich neue Perspektiven auf die theoretische Einordnung des Projekts sowie Anregungen für dessen Weiterentwicklung. Besonders hilfreich war der Austausch darüber, wie sich die rasante technologische Entwicklung im Bereich generativer KI wissenschaftlich untersuchen lässt und welche neuen Fragen sich daraus für die Marketing- und Werbeforschung ergeben.

Darüber hinaus ermöglichte mir die Konferenz, bestehende Kontakte innerhalb der internationalen Marketing-Community zu vertiefen und neue Verbindungen zu Forschenden mit ähnlichen thematischen Interessen aufzubauen. Die persönlichen Gespräche vor Ort gingen vielfach über den unmittelbaren Austausch zu einzelnen Forschungsprojekten hinaus und eröffneten Perspektiven für einen längerfristigen fachlichen Austausch sowie mögliche zukünftige Kooperationen.

Trotz der unvorhergesehenen Einschränkungen bei der Anreise war die Teilnahme an der AMA Winter Academic Conference für mich daher eine fachlich und persönlich bereichernde Erfahrung. Ich konnte wichtige Impulse für meine weitere Forschung gewinnen, mein wissenschaftliches Netzwerk erweitern und aktuelle Entwicklungen der internationalen Marketingforschung unmittelbar kennenlernen. Für die Unterstützung durch den Santander Mobilitätsfonds, die mir die Teilnahme an dieser bedeutenden internationalen Konferenz ermöglicht hat, bin ich sehr dankbar.