

3.5 25. ICRM – International Colloquium on Relationship Marketing



Das Institut für Marketing richtete vom 12. bis 15. September 2017 das 25. ICRM – International Colloquium on Relationship Marketing an der Ludwig-Maximilians-Universität München aus!

Im Rahmen dessen wurden renommierte, internationale Vertreter des Relationship Marketings eingeladen, um zum Konferenzthema „Faster, higher, further! Is customer experience the new battleground for relationship marketing?“ zu referieren. Auch im Jahr 2017 war das ICRM wieder darauf ausgerichtet, als anhaltendes Forum die Generierung neuen Wissens, den Austausch unterschiedlicher Standpunkte und den Aufbau einer Forschungsgemeinschaft rund um das Thema Relationship Marketing zu fördern. Im Einklang mit seiner Historie als Treffpunkt der kritischen Hinterfragung bestehender Marketing Theorien und Praktiken war das Ziel des letztjährigen ICRM das Forschungsfeld des Relationship Marketing voranzutreiben, dabei aber auch den Dialog zwischen Akademikern und Marketing Professionals zu fördern und anzuregen. So fanden sich unter den Gästen sowohl namhafte Vertreter der aktuellen Forschung, als auch Experten aus der Praxis.

Zu den besonderen Highlights zählten demnach auch die drei aussagekräftigen Keynote Reden der Ehrengäste, die nicht unterschiedlicher, aber auch nicht passender hätten sein können. Die eröffnende Keynote Rede zum Thema „Relationship Marketing Readiness“ wurde von der ICRM-Größe *Professor Christian Grönroos* (Hanken School of Economics, Finnland) vorgetragen. Die zweite erkenntnisreiche Rede gab einen Einblick in die Praxis des politischen Stakeholder Managements und wurde von *Dr. Klemens Joos* (EUTOP) zum Thema „Managing Governmental Relations“ gehalten. Das Konferenzthema „Customer Experience“ wurde abschließend von *Professor Bernd Schmitt* (Columbia University, USA) aufgegriffen und in zeitgemäßer Manier in seinem Vortrag „Experience in the future: Dehumanized, re-humanized“ thematisiert.



Eröffnet wurde das ICRM beim abendlichen Sektempfang in der Traditionsinstitution „Cafe Reitschule“. Am ersten Konferenztag dann konnten die internationalen Gäste nicht nur die Stadt München im Rahmen eines von „schwarzgold“ geführten Stadtrundgangs kennen lernen, sondern wurden auch durch Maßkrug-Stemmen, Bairisch-Kurs und eine bayerische Verpflegung in das Wesen der lokalen Kultur eingeführt. Klassischer wurde es dann am zweiten Tag, an dem zum Galadinner in die „Neuhauser Wohnküche“ geladen wurde. In diesem festlichen Umfeld wurde auch der 25. ICRM Best Paper Award in Zusammenarbeit mit dem Journal of Service Management (JOSM) an *Stéphane Thion* (Doktorand der Toulouse 1 Capitole University, Frankreich) für sein Paper „Engaging Individuals in Value Co-Creation Through Experience: The Interplay Between Extrinsic and Intrinsic Motivation“ zusammen mit *Dr. Andreas Munzel* und *Professor Eric Vernet* verliehen.

durch den Vortrag von Marketingleiter *Dr. Matthias Schloderer* in den Kreativbetrieb des Opernhauses eingeführt, bevor der Tag mit einer Führung durch Münchens *BMW Welt* abgerundet wurde.



Um den Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis weiter zu betonen, wurde im Anschluss an das Kolloquium ein umfangreicher Experience-Day mit Praxiselementen angeboten. Im Rahmen dessen wurden die Gäste hinter die Kulissen der *Bayerischen Staatsoper* geführt und



Das Committee des 25. ICRM um *Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer* bedankt sich für die aktive Teilnahme aller Gäste und freut sich auf ein zahlreiches Wiedersehen auf dem 26. ICRM 2018, das an der Cardiff University in Großbritannien ausgerichtet werden wird.

Conference Program

25. ICRM - International Colloquium on Relationship Marketing September 12-15, 2017 | Munich, Germany

Tuesday, September 12th

18:00 – 20:00 Welcome Reception, Café Reitschule (Königinstr. 34)

Wednesday, September 13th (W101, Leihrturm)

08:00 – 08:30	Registration and Coffee (V002)
08:30 – 08:45	Welcome Address
08:45 – 09:45	Keynote: Professor Christian Grönroos “Relationship Marketing Readiness”
09:45 – 10:15	Coffee Break (V002)
10:15 – 12:15	Paper Session 1: Customer Experience <ul style="list-style-type: none"> • Customer Experience Quality: Quo Vadis? Julija Dzenkowska, Fred Lemke, Klaus Schöfer and Nima Heirati • The CX Scale: Measuring Customer Experiences Throughout the Customer Journey Markus Gahler, Michael Paul and Jan F. Klein • Seamless Customer Experience: Conceptualisation and Measurement. Connecting the Experience for the Technology Driven Consumer. Helen Cocco and Nathalie Demoulin • Demotion in Loyalty Program Status: The Role of Status Level B. Ramaseshan, Ana Jakic and Maximilian Wagner
12:15 – 13:15	Lunch Break (Primo Cafebar, Ludwigstr. 28)
13:15 – 14:45	Paper Session 2: Happiness and Social Media <ul style="list-style-type: none"> • I’ve Got the Power ... But Does It Make Me Happy? Effects of Personal and Social Power on Subjective Well-Being Andreas Munzel and Sylvie Borau • Display of Employee Happiness in Marketing Communications and Its Implications for Customers’ Experience-related Beliefs Regarding an Offer Magnus Söderlund and Sofie Sagfossen • What Matters in Companies’ Facebook Communication? Helge Löbler and Matthias Scholl • Not Always the Same Story? Comparing the Effectiveness of Hotel Reviews in the Contexts of Facebook, Travel Communities, and Tripadvisor Bastian Popp, Chris Horbel and Herbert Woratschek
14:45 – 15:15	Coffee Break (V002)

Wednesday, September 13th (W101, Lehrturnm)

15:15 – 16:45	<p>Paper Session 3: Customer Experience and Segments in Sports and Music</p> <ul style="list-style-type: none"> • Value Co-Creation in Sport Charles Jones, Kevin Byon and Kyungyeol Kim • Embodied Service Experience in Group Fitness Context Tiina-Kaisa Kuuru • The Agony of Choice? Exploring the Underlying Motivation to Use an Automated or Interpersonal Service in a Fitness Context Silke Bartsch and Yingzi Xu • Identifying Customer Behaviour Segments Based on a Hierarchy of Engagement – an Exploratory Study of a Music Festival Nicole Koenig-Lewis and Adrian Palmer
---------------	---

18:30 Guided City Tour (Meeting Point: Mariensäule at Marienplatz)

20:00 Informal Dinner (Zum Franziskaner, Residenzstr. 9)

Thursday, September 14th (W201, Lehrturnm)

08:00 – 08:30	Coffee (V002)
08:30 – 10:00	<p>Paper Session 4: Value Co-Creation and Service-Dominant Logic</p> <ul style="list-style-type: none"> • Value Design, Value Location and Value Ownership: The Shifting Sands of Customer Experience Mark Toon • Value Co-Creation and Co-Destruction by Consumers Themselves Kyungyeol Kim, Kevin Byon and Charles Jones • Engaging Individuals in Value Co-Creation Through Experience: The Interplay Between Extrinsic and Intrinsic Motivation Stephane Thion, Andreas Munzel and Eric Vernet • Ecosystem Creating Experiences: A Case from Pediatric Healthcare Lauri Litovuo and Leena Aarikka-Stenroos
10:00 – 10:30	Coffee Break (V002)
10:30 – 12:00	<p>Paper Session 5: Relationship Marketing and Macromarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reinvigorating Relationship Marketing: A Customer Experience Perspective Ewa Krolikowska, Helen Bruce and Tara Rooney • Conceptualising Customer-Perceived Environmental Value: Exploring the Perspectives of Third-party Logistics Buyers Alexandre Metreveli, Beverly Wagner and Fred Lemke • Drivers and Outcomes of Consumer Responsibility – Insights from the Fashion Industry Nina Bürklin • The Paradox of Institutions: The Experience of Recovering Alcoholics Larissa Carine Braz Becker
12:00 – 13:00	Lunch Break (Primo Cafebar, Ludwigstr. 28)
13:00 – 13:45	Keynote: Dr. Klemens Joos “Managing Governmental Relations”
13:45 – 14:15	Coffee Break (V002)

Thursday, September 14th (W201, Lehrturnm)

14:15 – 15:30	<p><i>Paper Session 6: The Future of Relationship Marketing</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Customer Service Measurement in an Experience Economy Helen L. Bruce, Sahar Mousavi and Jamie Burton • Innovation in Relationship Marketing: Evidence from Four Case Retail Banks in Sri Lanka Roshan Panditharathna and David Bamber • Cyborgian Encounters in Relationship Marketing Contexts Tracy Harwood and Tony Garry
15:30 – 16:00	Coffee Break (V002)
16:00 – 16:45	<p><i>Workshop: Design Thinking and Service Experience</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceptual Advancement in Relationship Marketing by Design Thinking: A Pedagogical Example of Service Experience Design Ronald Ferguson and Michele Paulin
16:45 – 17:45	<p><i>Keynote: Professor Bernd Schmitt</i> “Experience in the Future: Dehumanized, Re-humanized”</p>
17:45 – 18:00	<i>Concluding Remarks and Outlook on the 26th ICRM</i>

20:00 Gala Dinner (Neuhauser Wohnküche, Lachnerstr. 1)

Friday, September 15th (Experience Day)

- 10:00 – 12:30 **Behind the Scenes at Bayerische Staatsoper**
Guided Tour and Discussion with Dr. Matthias Schloderer,
Head of Strategic Management & Marketing
(Meeting Point: Bayerische Staatsoper, Max-Joseph-Platz 2)
- 12:30 – 14:00 Lunch Break
- 15:00 – 16:00 **Guided Tour at BMW World (BMW Welt, Am Olympiapark 1)**



