

Starkes Zeichen für Innsbruck: Stokburger-Sauer gewinnt Steenkamp- Award!

Nicola Stokburger-Sauer von der Universität Innsbruck erhält 2025 in Madrid den prestigeträchtigen Steenkamp Award für ihre Forschung.



Innsbruck, Österreich - In Madrid wurde Ende Mai 2025 ein bemerkenswerter Preis verliehen: der Jan-Benedict E.M. Steenkamp Award for Long-Term Impact. Unter den Preisträgern befindet sich auch die Innsbrucker Professorin Nicola Stokburger-Sauer, die für ihre bahnbrechende Studie „Drivers of Consumer-Brand Identification“ ausgezeichnet wurde. Diese sorgfältig recherchierte Arbeit, die 2012 im International Journal of Research in Marketing veröffentlicht wurde, hat über ein Jahrzehnt hinweg die Marketingforschung geprägt und zahlreiche Folgearbeiten inspiriert. uibk.ac.at berichtet, dass der Preis durch ein Expertenkomitee vergeben wird, das die

inhaltliche Qualität, die Zitierhäufigkeit und die Relevanz der Publikationen bewertet.

Der Jan-Benedict E.M. Steenkamp Award, benannt nach dem renommierten Marketingprofessor der University of North Carolina, wird seit 2009 jährlich verliehen. Ziel des Awards ist es, herausragende Artikel zu würdigen, die in den letzten 10 bis 15 Jahren im International Journal of Research in Marketing veröffentlicht wurden und nachhaltig Einfluss auf die wissenschaftliche Diskussion haben. Die Preisträger von 2025 umfassen neben Stokburger-Sauer auch S. Ratneshwar von der University of Missouri und Sankar Sen vom Baruch College der City University of New York, wie auch die **EMAC** bekanntgab.

Eine Einflussreiche Forscherin

Nicola Stokburger-Sauer ist seit 2009 Professorin für Dienstleistungsmanagement und Tourismus an der Universität Innsbruck, wo sie forscht und lehrt. Ihre Dissertation hat sie im Jahr 2003 an der Universität Mannheim verfasst und war dort danach als Assistenzprofessorin tätig. Stokburger-Sauer hat sich auf verschiedene Themen wie Dienstleistungs- und Tourismusmarketing sowie Konsumentenverhalten spezialisiert, wobei besonders die emotionalen Aspekte und die Marketingkommunikation im Vordergrund stehen.

Stokburger-Sauer, die sich bereits mehrmals über Best Paper Awards freuen durfte, sieht in der Auszeichnung eine Bestätigung für die Relevanz ihrer Forschung. Ihre Arbeit zur Konsumentenmarkenidentifikation beleuchtet die psychologischen Mechanismen, die eine Schlüsselrolle bei der Beziehung zwischen Verbraucher und Marke spielen. Diese Thematik ist nicht nur akademisch interessant, sondern hat auch praktische Bedeutung für Unternehmen, die ihre Markenbindung stärken wollen.

Ein Preis mit Tradition

Der Steenkamp Award wird von einem vierköpfigen Gremium vergeben, das die Nominationen aus dem Editorial Board des International Journal of Research in Marketing verwaltet. Diese Auswahl sowie die abschließende Entscheidung über den Gewinnerartikel erfolgt auf Basis der Stimmen der Juroren sowie der Zitierhäufigkeit in wissenschaftlichen Datenbanken wie ISI und Google Scholar. **Zusätzliche Informationen zu den Auswahlkriterien** ermöglichen einen Blick auf die strengen Bewertungskriterien, die bei der Preisvergabe zu berücksichtigen sind.

In einer Zeit, in der Marketing immer bedeutender wird und die Verhaltensweisen der Konsumenten dynamischen Änderungen unterworfen sind, bleibt Stokburger-Sauers Forschung entscheidend. Ihre ehrgeizige Herangehensweise an das Thema Marketing wird nicht nur von ihren Kolleginnen und Kollegen geschätzt, sondern auch von der gesamten Marketing-Community, die von ihrer Expertise profitiert. Es bleibt spannend zu sehen, wie sich ihre Forschung weiterentwickeln wird und welchen Einfluss sie auf zukünftige Generationen haben kann.

Details	
Ort	Innsbruck, Österreich
Quellen	• www.uibk.ac.at • www.emac-online.org • www.uni-goettingen.de

Besuchen Sie uns auf: aktuelle-nachrichten.at