



**Bonusaufgabe des Lehrstuhls für Marketing & Innovation im Wintersemester 2022/23:
„Nachhaltige Textilinnovationen“ in Zusammenarbeit mit adidas**

Die konventionelle Textilindustrie gehört zu den ressourcenintensivsten Branchen weltweit und verursacht einen enormen ökologischen Fußabdruck: Allein für Textilien werden jährlich mehr als 70 Mio. Tonnen Erdöl zur Synthetisierung von leistungsfähigen Kunststoffen benötigt. Dazu kommen enorme Belastungen der Umwelt während der Produktion und auch nach der Nutzung. Aus nachwachsenden Rohstoffen synthetisierte Textilien könnten bei diesem Ressourcenverbrauch und dieser Umweltbelastung eine hochwillkommene Lösung sein. Man denkt bei Anwendungsbereichen derartiger Textilien natürlich sofort an die Sport- und Textilindustrie, dabei stellt beispielsweise auch die Automobilbranche (z.B. Sitzbezüge, Teppich, Dachhimmel) ein großes und interessantes Anwendungsgebiet dar.

Adidas und andere Textilhersteller forschen gemeinsam mit Forschungseinrichtungen wie der Universität Bayreuth daran, dies künftig zu ermöglichen. Erste bio(polymer)basierte Sneaker, T-Shirts und Jacken aus z.B. Algen sowie z.B. Autositze aus veganem Leder gibt es bereits (z.B. links: Adidas Futurecraft Biofabric, Mitte: Qmonos Jacke von North Face, rechts: Tesla Model Y mit Lenkrad & Sitzen aus veganem Leder).



Ein weiterer Zweig dieser Forschung konzentriert sich zudem auf den Kreislaufgedanken. So treiben mehrere Textilhersteller, darunter adidas sowie H&M, mit dem Projekt „New Cotton“ die Regeneration von bestehenden Textilfasern (z.B. aus zurückgegebenen T-Shirts aus Baumwolle) zu einer neuen, künstlichen Zellulosefaser, die wie Baumwolle aussieht und sich auch so anfühlt, voran.

Zwei studentische Teams haben jeweils gemeinsam mit dem Lehrstuhl und adidas verschiedene Fragestellungen entwickelt, die sich mit nachhaltigen Textilinnovationen beschäftigen:

- Was bewegt und hemmt Konsumenten, tresterbasiertes Leder in der Automobilindustrie zu kaufen?
- Wie sollten Werbebotschaften für New Cotton Produkte ausgestaltet sein?

Falls Sie Interesse an den Themen haben, Forschung in einem praktischen Umfeld besser kennen lernen oder Bonuspunkte für die Klausuren sammeln möchten, laden wir Sie herzlich ein, an den Befragungen teilzunehmen. Für jede Umfrage, an der Sie teilnehmen, erhalten Sie **4 Bonuspunkte**. In einer Klausur (z.B. Innovationsmarketing, Marketing Intelligence, den Wiederholungsklausuren) können Sie **maximal 4 Bonuspunkte** einsetzen:

- Umfrage 1: https://ubayreuthmarketing.qualtrics.com/jfe/form/SV_77nZHqNOJRyla86
- Umfrage 2: https://ubayreuthmarketing.qualtrics.com/jfe/form/SV_cAOvVqoUZupinum

Die Beantwortung der Fragebögen ist **bis einschließlich Dienstag, den 03.01.2023** möglich. Bei Fragen wenden Sie sich gerne an mich (daniel.baier@uni-bayreuth.de).

Herzlichen Dank für die Teilnahme!