



## Ankündigung Forschungsprojekt „Innovations- und Dialogmarketing (Online-Textilhandel)“ im Sommersemester 2020 (in diesem Semester per Skype!!!)

Der Lehrstuhl für Marketing & Innovation bietet unter Leitung von Prof. Dr. Daniel Baier im Sommersemester 2020 wieder dieses Forschungsprojekt im Modul B 1-6 an. Partner ist wie zuletzt im WiSe18/19 der BAUR Versand, Weismain und Burgkunstadt.

**Lerninhalte:** In diesem Semester geht es um „Nachhaltigkeit“ im Online-Handel:

- Was verstehen Kunden überhaupt unter Nachhaltigkeit? Welche Aspekte/Bereiche spielen hier eine Rolle (allgemein und bezogen auf den Online-Handel)?
- Woran machen Kunden (BAUR / generell) die Bewertung der Nachhaltigkeit eines Unternehmens fest? Bevorzugen Kunden (BAUR / generell) ein Produkt, welches eine nachhaltigere Produktion ausweist? Ist das sortimentspezifisch?
- Sind Kunden (BAUR / generell) bereit für Nachhaltigkeit auch mehr für die Produkte bzw. das Produkt zu bezahlen? Wo liegen hier die „Preisschwellen“? Gibt es Unterschiede zwischen den Sortimenten (z.B. Mode/Schuhe, Wohnen)?
- Wählen Kunden (BAUR / generell) einen Onlineshop nach dem Umgang des Unternehmens bei Nachhaltigkeit aus? Wie könnte BAUR Nachhaltigkeit für den Kunden transparent umsetzen? (Im Shop, in der Kommunikation, ...)

Zur Beantwortung dieser Fragen werden 2er bis 4er Gruppen von Studierenden im Laufe des Semesters EINEN wählbaren Schwerpunkt bearbeiten. Zum Einsatz als Methode kommt voraussichtlich MaxDiff-Scaling, eine Choice-Based-Conjoint-Variante: (<https://www.sawtoothsoftware.com/support/knowledge-base/general-issues/93-support/sales-support/238-maxdiff-method>). Wählbarer Schwerpunkt ist etwa:

- 1) Wie wichtig sind – nachhaltige und andere – Produktmerkmale beim Kauf im Sortiment Mode/Schuhe (z.B. bez. Produktion, Produkt, Preis, Siegel)?
- 2) Wie wichtig sind – nachhaltige und andere – Produktmerkmale beim Kauf im Sortiment Wohnen (z.B. bez. Produktion, Produkt, Preis, Siegel)?
- 3) Wie wichtig sind – nachhaltige und nichtnachhaltige – Shop-Merkmale bei der Wahl eines Online-Händlers (z.B. generelle Produktpolitik, Siegel)?

Die Schwerpunkte können mehrfach vergeben werden. Zur Bearbeitung kommt jeweils sowohl eine Sekundäranalyse (Ziel: Forschungsstand, Merkmale) als auch eine Primäranalyse (Befragung von BAUR Kunden mit Sawtooth Software) zum Einsatz.

**Veranstaltungsdetails:** An ausgewählten Tagen jeweils freitags 10:15-11:45 Uhr. Corona-bedingt finden diese Veranstaltungen per Skype for Business statt. Die Studierenden erhalten per Mail eine Einladung und können per eigenem Skype for Business (Campuslizenz, beantragbar im ITS über <https://www.uni-bayreuth.de/de/studium/digitale-lehre/>) oder direkt (per App, in der Mail beschrieben) teilnehmen. 24.04.2020 (Kick-Off, Erläuterungen zur Veranstaltung), 15.05.2020 (Zwischenpräsentation: Sekundäranalyse, Fragebogen), 12.06.2020 (Zwischenpräsentation: Feinabstimmung des Fragebogens), 31.07.2020 (Abschlusspräsentation).

**Anmeldung:** Über eine Eintragung in Campus online vom 20.04.2020 bis 07.05.2020.

**Weiterführende Informationen:** Die Betreuung erfolgt durch Unternehmensvertreter sowie Herrn Prof. Dr. Baier und Frau Theresa Rausch (am besten per Mail: [daniel.baier@uni-bayreuth.de](mailto:daniel.baier@uni-bayreuth.de) bzw. [theresa.rausch@uni-bayreuth.de](mailto:theresa.rausch@uni-bayreuth.de)).