



B1-6 - Forschungsprojekt:
Innovations- und Dialogmarketing
(Nachhaltige Textilinnovation)

Postanschrift:
Universität Bayreuth
95440 Bayreuth

Gebäude: B9, Raum 20
Universitätsstraße 30
95447 Bayreuth

Telefon: 0921 / 55 - 4340
Telefax: 0921 / 55 - 4342

Internet: <http://www.innodialog.uni-bayreuth.de>
E-Mail: daniel.baier@uni-bayreuth.de

Bayreuth, den 23.10.2020

Liebe Studierende,

der Lehrstuhl bietet im Wintersemester 2020/21 – ähnlich wie im letzten Jahr – mit der **ADIDAS AG, Herzogenaurach**, als Kooperationspartner ein

Forschungsprojekt „Innovations- und Dialogmarketing (Nachhaltige Textilinnovation)“

an. Die Studierenden sind nach der Teilnahme an diesem Forschungsprojekt mit neueren inhaltlichen und methodischen Entwicklungen zum Thema vertraut und können einschlägige Forschungsfragen eigenständig wissenschaftlich bearbeiten.

Konkret geht es dieses Mal ähnlich wie im letzten Wintersemester um die Entwicklung und Marktdurchsetzung nachhaltiger Textilien und Sportbekleidung (z.B. Vegane Sneaker und T-Shirts oder die Parley-Kollektion von ADIDAS) sowie nachhaltiger Herstellungs- und Versandprozesse. Dieses Mal legen wir aber den Fokus auf Textilinnovationen auf Basis synthetischer Biopolymere, also T-Shirts und Sneaker, die zum großen Teil aus Materialien bestehen, die aus nachwachsenden Rohstoffen synthetisiert hergestellt werden. Mit derartigen Textilien kann man weitgehend ohne Qualitätseinbußen bzw. sogar Funktionalitätserhöhung den Erdölverbrauch beim Einsatz von Kunststoffen reduzieren.



Abbildung links: ADIDAS Futurecraft Biofabric aus Biosteel des LS Biomaterialien der Universität Bayreuth, Abbildung Mitte: Qmonos Jacke des Unternehmens NORTH FACE, beides Sportbekleidung aus Biopolymeren (künstliche Spinnenseide, erzeugt durch Mikroben);
Abbildung rechts: Stella McCartneys vegane ADIDAS Kollektion

Unternehmen wie ADIDAS sind bereits seit vielen Jahren zu diesem Fokus aktiv (etwa aktuell im BMBF-Forschungsprojekt BioTexFuture des Lehrstuhls mit ADIDAS und der RWTH Aachen). Allerdings ist das Thema biobasierte Textilien weiterhin mit einigen, z.T. noch unbeantworteten Forschungsfragen verknüpft, die man in den folgenden vier Schwerpunkten zusammenfassen kann:

- (1) **Verständnis von und Erwartungen an Biopolymer-basierte Textilien:** Was sind Biopolymer-basierte Textilien? Was verstehen Verbraucher unter biobasiert und Biopolymeren? Welche Erwartungen und vor allem Befürchtungen sind mit biobasierten bzw. Biopolymer-basierten Textilien verknüpft? Wie kann man Befürchtungen begegnen?
- (2) **Einflussfaktoren auf die Akzeptanz:** Wie kann man vor dem Hintergrund des Attitude-Behavior-Gap die Verbraucher motivieren, verstärkt auf Biopolymer-basierte Textilien zuzugreifen? Wie kann das Informations- und Kaufverhalten beeinflusst werden? Welche Beiträge könnten z.B. Informationen am POS, Gütesiegel, Webseite, Online- und Offline-Shop, Influencer oder gesetzliche Regelungen leisten?
- (3) **Einführungsprozess:** Wie sollte der Einführungsprozess für Biopolymer-basierte Textilien organisiert werden? Welche Instrumente haben sich bei vergleichbaren Einführungen in der Vergangenheit bewährt, welche nicht? Welche Unterstützung durch Stakeholder ist notwendig bzw. sinnvoll?
- (4) **„End of Life“:** Wie könnte man die Rückgabe von Biopolymer-basierten und anderen Textilien befördern (Kreislaufwirtschaft)? Wie stehen die Verbraucher dazu? Wie kann man sie motivieren, gebrauchte Textilien zurückzugeben? Wie kann man die Verbraucher erreichen?

Ziel in unserem Forschungsprojekt ist es, Antworten auf diese Fragen zu finden, indem **bekannte oder auch neue Lösungsansätze des Innovations- und Dialogmarketing** exemplarisch angewandt werden. Die Teilnehmer sind in 3er bis 4er Gruppen organisiert und bearbeiten im Laufe des Semesters EINEN der vier wählbaren Schwerpunkte.

Die Schwerpunkte können mehrfach vergeben werden. Eine Anmeldung über Campus Online wird durch uns um 9:00 Uhr am 02.11.2020 freigeschaltet. Der Kickoff findet digital am 06.11. 10:15 Uhr statt (In Campus Online Angemeldete erhalten den Link).

Zur Bearbeitung kommt jeweils sowohl

- **eine Sekundäranalyse** (Recherche mit dem Ziel, den aktuellen Forschungsstand und erfolgreiche/nicherfolgreiche Umsetzungen zum Schwerpunkt zu erfassen, Vorbereitung eigener Erhebungen) als auch
- **eine Primäranalyse** (Entwicklung neuer Erkenntnisse, entweder auf Basis von persönlicher Experten- oder Verbraucherbefragungen (z.B. Fokusgruppen mit Schülern und Studierenden) oder quantitativer Befragungen mit Hilfe eines Qualtrix/Sawtooth-Fragebogens und eines Online-Panels)

zum Einsatz. Die Methodenauswahl erfolgt in Abstimmung mit den Betreuern. Die Arbeitsschritte werden über das Semester hinweg zwischen- und endpräsentiert.

Veranstaltungsdetails: An ausgewählten Tagen findet jeweils freitags 10:15-11:45 Uhr Corona-bedingt eine Veranstaltung per Zoom statt. Die Angemeldeten erhalten Einladungen.

- 6.11.2020 (Kick-Off, Erläuterungen zur Veranstaltung),
- 27.11.2020 (Zwischenpräsentation: Sekundäranalyse, Fragebogen),
- 11.12.2020 (Zwischenpräsentation: Feinabstimmung des Fragebogens),
- 22.01.2021 (Abschlusspräsentation).

Anmeldung: Eine Anmeldung über Campus Online wird durch uns um 9:00 Uhr am 02.11.2020 freigeschaltet.

Betreuung: Die Betreuung erfolgt durch Unternehmensvertreter sowie Herrn Prof. Dr. Baier und Frau Theresa Rausch (am besten per Mail: daniel.baier@uni-bayreuth.de bzw. the-resa.rausch@uni-bayreuth.de).

Gez. Prof. Dr. Daniel Baier