



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](mailto:daniel.baier@uni-bayreuth.de)

Bayreuth, den 09.10.2023

Liebe Studierende,

der Lehrstuhl bietet im Wintersemester 2023/24 mit der **ADIDAS AG, Herzogenaurach**, als Kooperationspartner wieder ein **Forschungsprojekt „Innovations- und Dialogmarketing (Nachhaltige Textilinnovation)“** an. Anrechenbar ist diese Veranstaltung mit 6 ECTS im Master BWL als Modul B 1-6 oder im Ergänzungsbereich der kleinen Vertiefung Marketing bzw. der großen Vertiefung Marketing & Services bzw. im Master Sportökonomie im Ergänzungsbereich D. Auch in vielen anderen Studiengängen ist diese Veranstaltung mit 6 ECTS anrechenbar.

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. **In diesem Semester geht es uns darum, die Sportartikelindustrie (konkret: ADIDAS) in ihrem Bestreben zu unterstützen, hochwertige Bekleidung und Schuhe anzubieten, idealerweise recycelbar oder aus nachwachsenden Rohstoffen.** Da es bei diesen nachhaltigen Textilinnovationen hinsichtlich

- **Wichtigkeit einzelner Produkteigenschaften aus Kundensicht (1)** sowie
- **Storytelling generell (2)**

noch viele gestaltbare Möglichkeiten gibt, soll in Experimenten (wahlweise) auf Basis einer

- **quantitativen Untersuchung** (Befragungen der Zielgruppe eines ausgewählten Produkts auf Basis der Choice-Based Conjointanalyse / Discrete Choice Analyse) **(A)** oder
- **qualitativen Untersuchung** (Befragungen der Zielgruppe eines ausgewählten Produkts mittels Tiefeninterview oder Fokusgruppe) **(B)**

ermittelt werden, welche gestaltbaren Möglichkeiten besonders erfolgversprechend sind.

Die Teilnehmenden sind in 2er bis 4er Gruppen organisiert und bearbeiten im Laufe des Semesters EINEN der vier wählbaren Schwerpunkte (Kombinationen aus A oder B und 1 oder 2, also **1A, 1B, 2A, 2B**).

Wichtig ist uns, dass die Erhebungen idealerweise auf ein späteres **Kaufverhalten** abzielen, gerade auch, um der bekannten Problematik des Attitude-Behavior-Gap besser Rechnung zu tragen und belastbare Ergebnisse zu erhalten. Der Spezifikation der Entscheidungssituation und der experimentell zu überprüfenden Einflussfaktoren soll daher in diesem Semester große Bedeutung beigemessen werden (weitere Hinweise im Kick-Off).

Die Schwerpunkte können mehrfach vergeben werden.

Eine Anmeldung zum Forschungsprojekt über Campus Online wird durch uns am 16.10.2023 um 9:00 Uhr freigeschaltet. Zur Bearbeitung des Schwerpunkts kommt jeweils sowohl

- **eine Sekundäranalyse** (Recherche mit dem Ziel, den aktuellen Forschungsstand zu erfassen, Fokussierung und Vorbereitung der eigenen Erhebungen) als auch
- **eine Primäranalyse** (Entwicklung neuer Erkenntnisse auf Basis von quantitativen Verbraucherbefragungen – mit Hilfe eines Sawtooth Software-Fragebogens – oder qualitativer – mittels Tiefeninterview oder Fokusgruppen)

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

**Veranstaltungsdetails:** Nur an ausgewählten Tagen, freitags, 10:15-11:45 Uhr im S 58

- 20.10.2023 (Kick-Off, Erläuterungen zur Veranstaltung),
- 10.11.2023 (Zwischenpräsentation: Sekundäranalyse, Befragungskonzept),
- 08.12.2023 (Zwischenpräsentation: Feinabstimmung der Befragung),
- 19.01.2024 (Abschlusspräsentation).

**Betreuung:** Die Betreuung erfolgt durch Unternehmensvertreter sowie die Herren Prof. Dr. Baier, Stella Rösch und Dr. Benedikt Brand (persönlich, gerne auch per Videocall oder Mail: [daniel.baier@uni-bayreuth.de](mailto:daniel.baier@uni-bayreuth.de), [stella.roesch@uni-bayreuth.de](mailto:stella.roesch@uni-bayreuth.de) bzw. [benedikt.brand@uni-bayreuth.de](mailto:benedikt.brand@uni-bayreuth.de)).

Gez. Prof. Dr. Daniel Baier

Eindruck der Abschlusspräsentation bei ADIDAS aus einem früheren Forschungsprojekt:

