



Ankündigung Forschungsprojekt „Innovations- und Dialogmarketing (Nachhaltige Textilinnovation)“ im Wintersemester 2024/2025

Der Lehrstuhl für Marketing & Innovation bietet im Wintersemester 2024/25 mit der **Adidas AG, Herzogenaurach, und der RWTH Aachen** als Kooperationspartner wieder das beliebte **Forschungsprojekt „Innovations- und Dialogmarketing (Nachhaltige Textilinnovation)“** an. Die Studierenden sind nach der Teilnahme an diesem Forschungsprojekt mit neueren inhaltlichen und methodischen Entwicklungen zum Thema Produktinnovation in der Textilindustrie vertraut und können einschlägige Forschungsfragen eigenständig wissenschaftlich bearbeiten.

Anrechenbar ist diese Veranstaltung

- **mit 5 ECTS im Bachelor BWL** (Spezialisierung Marketing [H+I III.]), im **Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen** (Modulbereich H (Marketing und Services [III.]), im **Bachelor Wirtschaftsinformatik** (Spezialisierung (Vertiefung Digital Life [G-II])) und weiteren Studiengängen (vgl. Campus Online) sowie
- **mit 6 ECTS im Master BWL** (Basismodulbereich B1 [B 1-6] oder Ergänzungsmodulbereich E), im **Master Sportökonomie** (Modulbereich A [A-1-2] / Modulbereich B [B-1-5] / Ergänzungsmodulbereich E), im **Master Gesundheitsökonomie** (Ergänzungsmodulbereich F), im **Master Wirtschaftsingenieurwesen** (Wirtschaftswiss. Bereich [W-MuSe: HS]), im **Master Wirtschaftsmathematik** (Wirtschaftswissenschaften E [B-1-6a] / Spezialisierungsmodule [B1 / B2]), im **Master Wirtschaftsinformatik** (Basismodulbereich [BM 1-6] / Ergänzungsmodulbereich E) und weiteren Studiengängen (vgl. Campus Online).

Inhalt in diesem Semester

Die negativen Umweltauswirkungen von Textilproduktion und -abfall sind, bedingt etwa durch das ständige Angebot neuer Mode zu niedrigen Preisen, besonders groß. Die Textilindustrie stellt sich diesen Herausforderungen seit Jahren und hat verschiedene Initiativen gestartet, die helfen sollen, dass der übermäßige Verbrauch von Ressourcen reduziert wird (z.B. Adidas mit seiner erfolgreichen Nachhaltigkeitsstrategie bezüglich recycelter und biobasierter Materialien, Rohstoffkreisläufe).

Auch aus Sicht der EU kommt dieser sogenannten Kreislaufwirtschaft eine große Bedeutung zu. Mehrere EU-Gesetzesinitiativen im Rahmen des **Circular Economy Action Plan** (www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20240111STO16722/stopping-greenwashing-how-the-eu-regulates-green-claims) wollen den Verbrauchern hier eine entscheidende Rolle geben: Sie sollen über Pull-Effekte (z.B. das Recht auf Rückgabe, auf Reparatur, und auf Informationsbereitstellung zur Nachhaltigkeit der Herkunft, der Produktion und des Materials) erreichen, dass die Textilbranche sich stärker in Richtung Nachhaltigkeit wandelt.

Im Rahmen dieses Forschungsprojekts soll untersucht werden, wie sich die Verbraucher die Ausgestaltung dieser Rolle wünschen:

1. Sind sie bereit, Textilien zurückzugeben und unter welchen Bedingungen?
2. Haben Sie ein Interesse daran, Textilien reparieren zu lassen und wie soll das erfolgen?

3. Welche Informationen zu Herkunft, Produktion und Material beeinflussen ihre Kaufabsicht?

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind in 2er bis 4er Gruppen organisiert und bearbeiten im Laufe des Semesters EINE der drei genannten Fragestellungen. **Eine Anmeldung zum Forschungsprojekt über Campus Online wird durch uns am 14.10.2024 um 9:00 Uhr freigeschaltet.**

Die Themen können mehrfach vergeben werden. Bei der Bearbeitung der Fragestellungen können die Gruppen gerne eine Fokussierung auf eine Produktgruppe und einen Hersteller (z.B. Sneaker oder T-Shirts von Adidas) vornehmen (um belastbare Ergebnisse zu erzielen). Zur Bearbeitung der Fragestellungen kommt jeweils sowohl

- **eine Sekundäranalyse** (Recherche mit dem Ziel, den aktuellen Forschungsstand zu erfassen: Inhalt der EU-Gesetzesinitiativen zum Thema, bisherige Praxis der Textilindustrie zum Thema, Fokussierung und Vorbereitung der eigenen Erhebung) als auch
- **eine Primäranalyse** (Entwicklung neuer Erkenntnisse auf Basis von quantitativen Verbraucherbefragungen – mit Hilfe eines Fragebogens zur Kano-Methodik – oder qualitativer Verbraucherbefragungen – mittels Tiefeninterviews 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 abschlusspräsentiert.

Veranstaltungsdetails: Nur an ausgewählten Tagen, freitags, 10:15-11:45 Uhr

- 18.10.2024: Kick-Off, Erläuterungen zur Veranstaltung im S 62,
- 15.11.2024: Zwischenpräsentation: Sekundäranalyse, Befragungskonzept im S 58,
- 13.12.2024: Zwischenpräsentation: Feinabstimmung der Befragung im S 58,
- 24.01.2025: Abschlusspräsentation, voraussichtlich bei der Adidas AG.

Betreuung: Die Betreuung erfolgt durch Unternehmensvertreter sowie Herrn Prof. Dr. Daniel Baier und Frau Stella Rösch (persönlich, gerne auch per Videocall oder Mail: daniel.baier@uni-bayreuth.de bzw. stella.roesch@uni-bayreuth.de).

Eindruck der Abschlusspräsentation aus einem früheren Forschungsprojekt:

