

Nachhaltigkeit und betriebswirtschaftliche Forschung in der Textil- und Bekleidungsindustrie - Zeit für neue Wege

von Dr. Marcus Adam

Dr. Marcus Adam,
Researcher & Lecturer
Fashion Business
Reutlingen University
School of Textiles &
Design

Hochschule Reutlingen – Fakultät Textil & Design, Alteburgstr. 150, 72762 Reutlingen, Deutschland, marcus.adam@reutlingen-university.de

Zusammenfassung/Einleitung

Der betriebswirtschaftlichen Forschung in der Textil- und Bekleidungsindustrie gelingt es nicht, Lösungen zu erarbeiten, die das Nachhaltigkeitsproblem der Branche lösen. Dies liegt primär an der Art und Weise, wie in unserem Fachbereich geforscht wird. In Anbetracht der Problemstellung kann der starke Fokus auf empirische Arbeiten nur eine begrenzte Hilfestellung leisten. Denn empirische Forschung erfolgt innerhalb der bestehenden Denkmuster und ist tendenziell gegenwarts- oder vergangenheitsorientiert. Für die Lösung zukunftsorientierter Fragestellungen werden jedoch völlig neue Parameter und Logiken benötigt. Ein Umdenken ist gefragt.

Noch stärker als viele andere Branchen verursacht die ressourcenintensive Textil- und Bekleidungsindustrie negative Auswirkungen auf unsere Umwelt. Lösungsansätze werden daher dringend benötigt. Doch während die Forschung zu Materialien und Technologien in letzter Zeit vielversprechende Erfolge verzeichnen konnte, hinkt die betriebswirtschaftliche Forschung deutlich hinterher. Dabei liegt es besonders an ihr, Lösungen zu erarbeiten. Denn die Wurzel des Problems ist in der Art und Weise begründet, wie Unternehmen wirtschaften, um die permanente Nachfrage nach günstiger Bekleidung anzukurbeln

und zu befriedigen. Wissenschaftliche Forschung kann und muss dies besser untersuchen. Aber warum gelingt es – anders als in vielen anderen Branchen – der betriebswirtschaftlichen Forschung in der Textil- und Bekleidungsindustrie nicht, innovative und kreative Erkenntnisse zu generieren, die das Nachhaltigkeitsproblem in unserer Industrie lösen können?

Die Aufgabe von Wissenschaft ist es, in einem systematischen, kritischen und transparenten Prozess neue Erkenntnisse zu gewinnen und diese der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Dies impliziert ebenfalls, bestehende Erkenntnisse kritisch zu hinterfragen, neue Fragestellungen aufzuwerfen und zukunftsorientierte Modelle zu entwickeln.

Genau diese Zukunftsorientierung fehlt der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung in der Textil- und Bekleidungsindustrie. Zwar wurde bei der Ausgestaltung des Forschungsdesigns eine höhere Sensibilität gegenüber kulturellen, soziologischen, psychologischen und ethischen Einflussfaktoren entwickelt. Publiziert werden klassischerweise aber nach wie vor überwiegend empirische Arbeiten mit starkem Fokus auf Marketing-relevante Praxislösungen und Konsumentenverhalten. Der Anteil an theoretisch-konzeptionellen Überlegungen nimmt tendenziell ab. So waren in den

letzten Jahren etwa drei Viertel der Artikel zu betriebswirtschaftlichen Fragestellungen in den einschlägigen wissenschaftlichen Journals wie dem *Journal of Fashion Marketing and Management* (Emerald), dem *Journal of Global Fashion Marketing* (Taylor & Francis), *Fashion and Textiles* (Springer) sowie dem *Clothing and Textiles Research Journal* (SAGE) empirische Arbeiten. Gleiches gilt für wissenschaftliche Artikel mit der Textil- und Bekleidungsindustrie als Untersuchungsgegenstand in branchen- und themenübergreifenden Fachzeitschriften.

Problematisch ist dabei zum einen, dass empirische Forschungsergebnisse keine uneingeschränkten Aussagen erlauben, denn mit dem Menschen als zentralem Untersuchungsgegenstand wirtschaftlicher Transaktion unterliegen die Ergebnisse der Entscheidungs-, Gestaltungs- und Informationsfreiheit jedes Einzelnen. Aus diesem Grund werden Raum, Zeit sowie Gegenstand der Untersuchung erheblich eingeschränkt und viele Variablen mit indirektem oder moderativem Einfluss ausgeblendet. Naturgemäß ist der Zugang zu Daten in diesem Forschungsbereich schwierig, weswegen Studien mit oft schlechten oder unzureichenden Daten durchgeführt und falsche Rückschlüsse daraus abgeleitet werden.

So zeigt eine genaue Untersuchung, dass die Ergebnisse von knapp drei Vierteln der wirtschaftswissenschaftlichen Publikationen im Textil- und Bekleidungsbereich auf Stichproben basieren, die in einem nicht-zufälligen Auswahlverfahren erhoben wurden; mit 38 Prozent liegen Studierende als Stichprobe an der Spitze (1). Dies ist naheliegend, schließlich handelt es sich hierbei um leicht verfügbare und günstige Probanden. Daten von Studierenden können jedoch nicht Erwachsene, Heran-

wachsende oder gar die Grundgesamtheit repräsentieren (2).

Das Resultat sind Ergebnisse ohne hinreichende Annäherung an ein aussagefähiges Gesamtbild. Wird von diesen fehlerhaften, untypischen oder verzerrten Stichprobendaten generalisiert, kommt es zu einer systematischen Urteilsverzerrung. Und genau dies kann in unserem Forschungsbereich beobachtet werden, denn über 57 Prozent der Autoren verallgemeinern oder treffen keine Einschränkungen hinsichtlich theoretischer Generalisierbarkeit (3).

Neben dem Problem der unzulässigen Verallgemeinerung oder Überinterpretation von Stichprobendaten, stellt sich zum anderen die Frage, inwiefern auf Basis empirischer Daten überhaupt neue Modelle entwickelt werden können, die zur Lösung des Nachhaltigkeitsproblems beitragen. Empirische Forschung beruht auf Beobachtung und Erfahrung. Natürliche, wirtschaftliche oder gesamtgesellschaftliche Phänomene können so überprüft oder in Frage gestellt werden. Dies bedeutet aber auch, dass vorwiegend gegenwarts- oder vergangenheitsbezogene Daten innerhalb bestehender Denkmuster erhoben und ausgewertet werden.

Problematisch an der überproportionalen Konzentration auf empirische Forschung ist nun, dass das gesamte Subsystem an Folgeforschung in unserem Bereich daran anknüpft. Forschungsaktivitäten und Unternehmensinitiativen bleiben so in ihren eigenen Logiken gefangen. Es misslingt, einen fruchtbaren Boden zu schaffen, auf dem eine (empirische oder angewandte) Forschung wachsen kann, die bahnbrechende Ergebnisse oder innovative Lösungsansätze hervorbringt.

Fussnoten

1) Johnson, K. K., Lennon, S. J., Mun, J. M., & Choi, D. (2015). Fashion/clothing research: An analysis of three journals. *Journal of Fashion Marketing and Management*.

2) Gallander Wintre, M., North, C., & Sugar, L. A. (2001). Psychologists' response to criticisms about research based on undergraduate participants: A developmental perspective. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 42(3), 216.

3) Johnson et al. (2015).

Dass die betriebswirtschaftliche Textil- und Bekleidungsforschung hinsichtlich Nachhaltigkeit aber stärker als die meisten anderen Branchen auf der Stelle tritt, liegt auch an der Monostrukturierung vieler Fashion Schools.

Mehr noch: Der einseitige und redundante Wissenschaftsdiskurs suggeriert, dass Maßnahmen und Veränderungen am bestehenden System genügen, um die Probleme in den Griff zu bekommen. Es werden durch die derzeitige Forschung Versuche unternommen, das bestehende System durch symptomatische Maßnahmen zu reparieren, anstelle die zu Grunde liegenden Ursachen zu bekämpfen. Diese Maßnahmen erfolgen jedoch innerhalb der Logik eines Systems, in welchem ökologische Grenzen außer Acht gelassen werden. Unsere Forschung untersucht, beschreibt und erklärt also fast ausschließlich ein System, das nachweislich verfehlt hat, unter Einbezug natürlicher Limitationen dauerhaft zu funktionieren. Um nachhaltige Alternativmodelle für eine zukunftsfähige Textil- und Bekleidungsbranche zu entwickeln, müssten jedoch epistemologische und ontologische Überzeugungen hinterfragt werden.

Dass dies aber kaum geschieht, hat mehrere Gründe.

Erstens wird in unserem Bereich der Untersuchungsgegenstand überwiegend durch die Praxis geleitet. Die meisten forschenden Institutionen im Textil- und Bekleidungsbereich sind sehr praxisorientiert ausgerichtet und eng verzahnt mit Unternehmen. Dies führt dazu, dass ihr Fokus eher auf umsetzungs- und anwendungsorientierter Forschung liegt, d.h. singuläre Probleme werden angenommen, untersucht, gelöst oder ein praktischer Leitfaden ausgearbeitet. Denn gute Forschung kostet Geld und die hohe Nachfrage nach anwendungsorientierten Forschungsprojekten im betriebswirtschaftlichen Umfeld ermöglicht es leichter, privatwirt-

schaftliche, aber auch staatliche Drittmittel einzuwerben. Unternehmen sowie öffentliche Geldgeber sind vorwiegend an soliden betriebswirtschaftlichen Forschungsvorhaben mit wenig überraschenden Ergebnissen oder an Marktstudien interessiert. Besonders für die großen, finanzstarken Unternehmen funktioniert das derzeitige System aus wirtschaftlicher Sicht noch zu gut.

Daher besteht eher wenig Interesse an ungewöhnlichen Ideen oder grundlegenden, langfristigen Forschungsprojekten, welche Probleme lösen, die vermutlich erst in vielen Jahren für Unternehmen wirtschaftlich relevant werden. Als Realwissenschaft lässt sich dies sicherlich über die Betriebswirtschaftslehre auch im Allgemeinen behaupten, welche ihre Legitimität in hohem Maße aus eben jener Praxisorientierung bezieht. Dass die betriebswirtschaftliche Textil- und Bekleidungsforschung hinsichtlich Nachhaltigkeit aber stärker als die meisten anderen Branchen auf der Stelle tritt, liegt auch an der Monostrukturierung vieler Fashion Schools. Anders als klassische Business Schools bzw. wirtschaftswissenschaftliche Fakultäten haben sie mit dem (zugegebenermaßen sehr vielfältigen) Textil eben nur einen Geschäfts- und Untersuchungsgegenstand. So mangelt es an einem Nährboden für Diskurs sowie interdisziplinäre Forschungs- und Entwicklungsprojekte.

Zweitens sind Anreizsysteme für Wissenschaftler meist an einen quantitativen Output an Forschungspublikationen gekoppelt. Eine empirische Studie ist besser planbar und der erfolgreiche Abschluss leichter kalkulierbar als die Modellierung eines theoretischen Konzepts. Letzteres erfordert neben einem hohen Maß an

Kreativität und langfristiger Planung auch die Toleranz zu scheitern. Da dies schwer mit internen Zielvorgaben, Bonussystemen, befristeten Anstellungsverhältnissen und dem scharfen, externen Wettbewerb im wissenschaftlichen Umfeld kompatibel ist, erhalten kurzfristige empirische Studien von Forschern meist den Vorzug.

Dies gilt ebenso für einschlägige Journals. Der Review-Prozess für empirische Arbeiten gestaltet sich einfacher als für theoretisch-konzeptionelle Entwürfe, da den Gutachtern für die Qualitätsbeurteilung eindeutige Bemessungskriterien vorliegen. Empirische Arbeiten stabilisieren oder erweitern zudem die bestehende Wissensbasis und werden daher eher von aktiven Forschern gelesen und zitiert. Editoren haben ein Interesse, diese Nachfrage durch die Veröffentlichung solcher Arbeiten zu bedienen.

Folglich fordern Veränderungen ein Umdenken und entsprechende Handlungen auf unterschiedlichen Ebenen.

Forschende Hochschulen und Forschungsinstitutionen sollten Strukturen schaffen, die ihr wissenschaftliches Personal ermutigen, auch an unkonventionellen Vorhaben zu arbeiten. Dies impliziert langfristige Planung, entsprechend angepasste Zielvorgaben, Raum für Kreativität, Toleranz zu Scheitern und eine stärkere Öffnung gegenüber anderen Fachbereichen, um den interdisziplinären Dialog zu fördern. In seminaristischer Form kann Lehre beispielsweise gut in ergebnisoffene Forschung integriert werden. In Anbetracht der Komplexität des Nachhaltigkeitsproblems sollten sämtliche Ergebnisse auch der Öffentlichkeit zugänglich gemacht

werden. Denn mögliche Puzzlesteine für die Zukunft dürfen nicht gänzlich unter den Tisch fallen, nur weil sie im momentanen Kontext wertlos erscheinen. Von akademischen Journals und Verlagen ist ein höheres Maß an Offenheit, theoretisch-konzeptionelle Arbeiten zu publizieren, wünschenswert. Dies sollte sich nicht nur auf vereinzelte Sonderausgaben („Special Issues“) beschränken, sondern es sollte auch für reguläre Ausgaben explizit dazu aufgerufen werden, konzeptionelle Schriften einzureichen. Entsprechend ist es erforderlich, auch die Zusammenstellung der Editoren-Boards und den Review-Prozess als solchen zu überdenken und gegebenenfalls anzupassen.

Für Unternehmen gilt es zu erkennen, dass ein grundlegender Wandel kommen wird und muss. Sie sollten diesen Wandel mitgestalten und Forschungsprojekte unterstützen, die aktuell nicht marktrelevant oder direkt wirtschaftlich verwertbar sind. Und dies beschränkt sich eben nicht nur auf die Forschung zu neuen Materialien oder Technologien, sondern umfasst besonders auch die Suche nach neuen Erkenntnissen, wie in Zukunft generell gewirtschaftet werden kann. Damit werden Unternehmen auch ihrer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung gerecht. Denn genau das ist mit „Corporate Social Responsibility“ gemeint. Gleiches gilt für staatliche Forschungsförderungen, die momentan zu einem Großteil in die Natur- und Ingenieurwissenschaften fließen. Auch hier muss die Rolle, welche Sozialwissenschaften – einschließlich der Betriebswirtschaftslehre – für die Gestaltung unserer zukünftigen Gesellschaft spielen, stärker berücksichtigt werden und Forschungsgelder nicht primär auf Grund quantifizierbarer Ergebnisse verteilt und bemessen werden.

Empirische Arbeiten stabilisieren oder erweitern die bestehende Wissensbasis und werden daher eher von aktiven Forschern gelesen und zitiert.

Literatur

Johnson, K. K., Lennon, S. J., Mun, J. M., & Choi, D. (2015). Fashion/clothing research: An analysis of three journals. *Journal of Fashion Marketing and Management*.

Gallander Wintre, M., North, C., & Sugar, L. A. (2001). Psychologists' response to criticisms about research based on undergraduate participants: A developmental perspective. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 42(3), 216.