

**Johanna Kiefer**

# Künstliche Verknappung in der Sneakerbranche

Auswirkungen von Verknappungsstrategien auf die Kaufmotive bei limitierten Sneakern

**Bachelorarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2019 GRIN Verlag  
ISBN: 9783346246448

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/922996>

**Johanna Kiefer**

## **Künstliche Verknappung in der Sneakerbranche**

**Auswirkungen von Verknappungsstrategien auf die Kaufmotive bei limitierten Sneakern**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

# **Künstliche Verknappung in der Sneakerbranche**

Auswirkungen von Verknappungsstrategien auf die  
Kaufmotive bei limitierten Sneakern

Bachelorarbeit

im Studiengang

Werbung und Marktkommunikation

vorgelegt von

**Johanna Kiefer**

am 27. Februar 2019

an der Hochschule der Medien Stuttgart

zur Erlangung des akademischen Grades

**Bachelor of Arts**

## Kurzfassung

Nach dem Prinzip der Verknappung wird Produkten mit geringerer Verfügbarkeit ein höherer Wert zugewiesen. Dieser Zustand der Verknappung entsteht, wenn die Nachfrage nach einem Produkt das Angebot übersteigt. Durch die absichtliche Einschränkung der Produktverfügbarkeit kann dieser Zustand künstlich herbeigeführt werden.

In der Sneakerbranche werden Verknappungsstrategien eingesetzt, indem limitierte Schuhmodelle auf den Markt gebracht werden, welche durch die eingeschränkte Verfügbarkeit zusätzliches Begehren auslösen. Der Release neuer limitierter Sneaker wird auf verschiedenen Kanälen kommuniziert, um die Käufer über das Erscheinen dieser neuen Modelle in Kenntnis zu setzen. Vor allem der durch diese Limitierung entstandene Sekundärmarkt spiegelt die Auswirkungen der Verknappung auf die Branche wider.

In dem Theorieteil dieser Arbeit werden Arten der Verknappung, die Kommunikations- und Distributionswege und die Auswirkungen dieser auf die Kaufmotive der Konsumenten erörtert. Anschließend folgt eine Einführung in die Sneakerbranche und die zuvor getroffenen Erkenntnisse zur Verknappung werden auf diese Branche übertragen.

Aus der Theorie ergeben sich die Fragen, welche Kommunikationskanäle die Käufer nutzen, welche Kaufmotive durch die Verknappung entstehen und wie diese miteinander im Zusammenhang stehen. Durch eine qualitative Befragung, die ein leitfadengestütztes Interview umfasst, welches zur Ermittlung der Kaufmotive durch das Laddering Verfahren ergänzt wird, sollen die Forschungsfragen behandelt werden.

Aus diesen Befragungen ergeben sich vier Kaufmotive für limitierte Sneaker: Soziale Anerkennung, Selbstverwirklichung, Zugehörigkeit und finanzielle Sicherheit.

Die Erkenntnisse dieser Arbeit zeigen, welche Auswirkungen die künstliche Verknappung in der Sneakerbranche auf die Konsumenten hat. Allerdings zeigen sie auch auf, dass weiterer Forschungsbedarf besteht, um die angewandten Strategien zu optimieren.

**Schlagwörter:** Sneakerbranche, Limited Editions, Sneaker, Turnschuhe, Künstliche Verknappung, Limitation, Reaktanztheorie, Commodity Theorie, Kaufmotive

## Abstract

According to the principle of scarcity, products with lower availability are assigned a higher value. This state of shortage occurs when the demand for a product exceeds the supply. This situation can be artificially caused by the intentional restriction of product availability.

In the sneaker industry, scarcity strategies are used by bringing limited shoe models onto the market, which trigger additional demand due to the limited availability. The release of new limited sneakers is communicated on different channels in order to inform buyers about these new models. In particular, the secondary market created by this limitation reflects the impact of the shortage on the industry.

In the theoretical part of this paper, the types of shortages, the communication and distribution channels and the effects of these on consumers' buying motives are discussed. This is followed by an introduction to the sneaker industry and the findings on scarcity that were previously made are transferred to this industry.

From the theory, the questions arise as to which communication channels the buyers use, which buying motives result from the shortage and how these are related to one another. The research questions are to be dealt with by means of a qualitative survey, which includes a guideline-supported interview supplemented by the laddering procedure to discuss the buying motives.

These surveys reveal four buying motives for limited sneakers: social recognition, self-realization, belonging and financial security.

The findings of this study show the effects of artificial sneaker linkage on consumers. However, they also show that further research is needed to optimise the strategies used.

**Keywords:** Sneaker industry, Limited Editions, Sneakers, Artificial Shortage, Limitation, Reactance Theory, Commodity Theory

# Inhaltsverzeichnis

<b>EHRENWÖRTLICHE ERKLÄRUNG</b> .....	<b>II</b>
<b>KURZFASSUNG</b> .....	<b>III</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>IV</b>
<b>INHALTSVERZEICHNIS</b> .....	<b>V</b>
<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS</b> .....	<b>VIII</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS</b> .....	<b>IX</b>
<b>1 EINLEITUNG</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 PROBLEMHINTERGRUND</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 ZIELE UND AUFBAU DER ARBEIT</b> .....	<b>1</b>
<b>1.3 METHODIK</b> .....	<b>2</b>
<b>2 THEORETISCHE GRUNDLAGEN</b> .....	<b>3</b>
<b>2.1 KÜNSTLICHE VERKNAPPUNG ALS MARKETINGSTRATEGIE</b> .....	<b>3</b>
2.1.1 PSYCHOLOGISCHE GRUNDLAGEN DER KNAPPHEITSWIRKUNG .....	3
2.1.2 AUSWIRKUNGEN VON KNAPPHEIT .....	6
2.1.3 ARTEN DER KÜNSTLICHEN VERKNAPPUNG .....	7
2.1.4 KOMMUNIKATION DES VERKNAPPTEN ANGEBOTES .....	9
<b>2.2 DIE SNEAKERBRANCHE</b> .....	<b>10</b>
2.2.1 DIE ENTSTEHUNG DER SNEAKERKULTUR.....	10
2.2.2 BEGRIFFSDEFINITIONEN.....	11
2.2.3 ANWENDUNG VON VERKNAPPUNGSSTRATEGIEN IN DER SNEAKERBRANCHE .....	14
2.2.4 KOMMUNIKATION DER LIMITIERTEN ANGEBOTE .....	16
2.2.5 DISTRIBUTION DER LIMITIERTEN SNEAKER.....	19
<b>3 ABLEITUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN</b> .....	<b>20</b>