



SNEAKER / INVEST



Tauchen Sie ein
in den faszinierenden Markt der limitierten Sneaker

Sneaker sind eine never-ending story

Nur diesmal sind es die Sneaker, die sich auf ganzer Breite durchsetzen. Die Sneaker sind vom Turnschuh zum Kultschuh geworden.

Früher hatten die Schuhe für den alltäglichen Gebrauch noch harte Ledersohlen, die bei jedem Schritt zu hören waren. Erst mit der Erfindung der Gummisohlen war ein leiser Auftritt möglich. Das Wort Sneaker leitet sich aus dem Englischen „to sneak“ (anschleichen) ab.

Laut einer Verbraucherstudie der Textilwirtschaft gilt der Sneaker für Frauen und Männer als beliebtester „Alltagsschuh“. Der Sneaker-Markt ist ein Milliardenmarkt. Allein der deutsche Markt für Sneaker umfasste im Jahr 2020 ein Umsatzvolumen von 2,54 Milliarden Euro. Laut Statistisk-Portal Statista sind 2021 in Deutschland geschätzt 47 Millionen Paar Sneaker verkauft worden. (Quelle: Statista Consumer Market Outlook)

Dominiert wird der Markt der Sneaker von den beiden großen Herstellern Adidas und Nike. Diese erreichten 2020 mit Sneakern weltweit einen Umsatz von 35,8 Milliarden Euro.

Sneaker ist nicht gleich Sneaker

Die Limitierung der Stückzahl macht den Unterschied und sorgt für künstliche Verknappung

„Normale“ Sneaker werden in unlimitierter Stückzahl produziert und verkauft. Limitierte Sneaker kommen nur in einer bestimmten Stückzahl auf den Markt und manche Schuhe erhalten sogar eine Nummerierung.

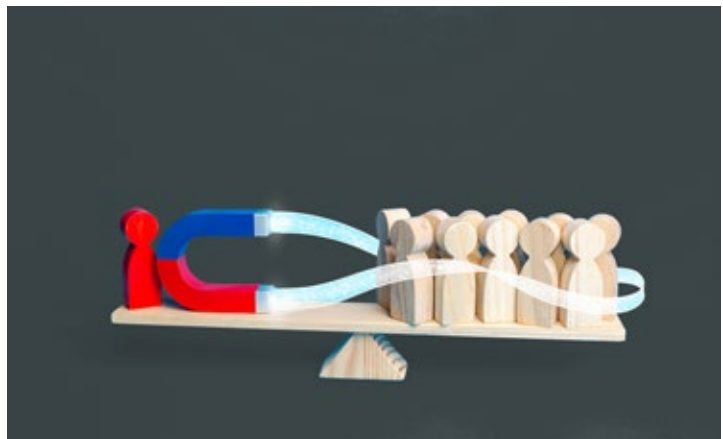
Gezielte Steuerung der Produktionsmenge

Die Hersteller, allen voran Adidas und Nike, steuern die Produktionsmenge gezielt. Und sie sorgen durch geschickt platzierte Werbemaßnahmen dafür, dass ein knappes Angebot auf eine hohe Nachfrage trifft. Neuerscheinungen limitierter Sneaker, sog. Releases, werden im Vorfeld öffentlichkeitswirksam angekündigt.

In der Regel bildet sich dadurch schon vor der Markteinführung des jeweiligen Modells eine Nachfrage, die durch das vorhandene Angebot nicht gedeckt ist.

Die limitierte Stückzahl ist Teil des guten Marketings der großen Hersteller Nike und Adidas. Im Übrigen geben die Hersteller die Anzahl der auf den Markt gebrachten limitierten Sneaker auch nicht bekannt. Zusätzliche Marketinginstrumente sind Kooperationen mit Musikern, Sportlern und Luxusmarken. Für viele Menschen ist der Sneaker ein Statussymbol. Sie versuchen durch das Tragen der gleichen Schuhe ihren Vorbildern nachzueifern. Je seltener und exklusiver der Sneaker, desto interessanter und gefragter wird er für den Konsumenten.

Dieses ausgeklügelte Marketingkonzept bringt z. B. Nike und Adidas einen zusätzlichen Imagegewinn. Durch das millionenfache Teilen, Liken und Kommentieren von Bildern der Sneaker in sozialen Netzwerken macht die Zielgruppe Werbung für die Hersteller.



Der Erwerb limitierter Sneaker zum Herstellerpreis

erfolgt überwiegend im Internet durch Verlosung über sog. Raffles

Limitierte Sneaker werden, wenn sie erstmals an den Endverbraucher verkauft werden - nach einem bemerkenswerten Schema verkauft.

Der Kauf von Sneakern zum Herstellerpreis ist für die überwiegende Mehrheit der Interessenten kaum möglich. Denn die Rechte, Schuhe zum Herstellerpreis zu kaufen, werden im Internet auf sogenannten Raffles verlost.

Ein Raffle läuft so ab, dass sich Kaufinteressenten auf der Internetseite des Herstellers registrieren und die gewünschten Schuhe einschließlich ihrer Größe auswählen. Die Angaben müssen innerhalb eines bestimmten Zeitraums gemacht werden, nach dessen Ende im



Zufallsverfahren die Gewinner ermittelt werden. Diese haben dann das Recht, die gewünschten Sneaker zum Herstellerpreis (der unverbindlichen Preisempfehlung) zu kaufen.

Neben den beschriebenen Raffles kann es vorkommen, dass Hersteller ihren Vertragshändlern Kontingente limitierter Sneaker zur Verfügung stellen, die sie dann in ihren Ladenlokalen verkaufen. In diesen Fällen bilden sich jedoch in der Regel bereits am Vorabend des Releases lange Schlangen vor den Ladengeschäften und die Modelle sind am Tag des Releases innerhalb kürzester Zeit vergriffen.

Ein enormer Wirtschaftszweig ist entstanden

Enormes Ausmaß

Da die Nachfrage nach den jeweiligen Modellen in der Regel nicht befriedigt werden kann, bildet sich unmittelbar nach der Markteinführung ein sehr liquider Zweitmarkt, auf dem Preise geboten werden, die die Herstellerpreise deutlich übersteigen. Die Schuhe werden von ihren Käufern dabei in den meisten Fällen gar nicht getragen, sondern in der Schuhbox geschützt aufbewahrt, damit sie möglichst leicht weiterverkauft werden können.

Ein besonderes Beispiel

Ein Beispiel für den raschen und vor allem hohen Preisanstieg lieferte 2018 der Undeclared x Nike Kobe 1 Pro „Flight Jacket“. Dieses Modell wurde im Jahr 2018 von Nike zum Preis von 180 US-Dollar verkauft und hat heute einen durchschnittlichen Verkaufspreis von 4.487 US-Dollar.

20 % jährliche Wachstumsprognose bis 2025

Laut Experten liegt der sekundäre Sneaker-Markt im Jahr 2020 weltweit zwischen 5-7 Milliarden Dollar.¹

Analysten schätzen für den sekundären Sneaker- und Streetwear-Markt eine jährliche Wachstumsrate von 20 %.²

¹(Quelle: <https://www.gq-magazin.de/mode/artikel/sneaker-als-geldanlage-so-lohnt-sich-das-geschäft-mit-sneakern>)

²(Quelle: <https://www.cowen.com/insights/sneakers-as-an-alternative-asset-class-part-ii/>)

Ein regelrechter Hype

ist entstanden

Je ausgefallener und limitierter ein Sneaker ist und von je mehr Influencern vorab beworben wird (z. B. Rapper, Sportler, etc.), desto mehr Trubel entsteht um den Sneaker und die Bereitschaft der Fans, höhere Summen für die Sneaker auszugeben, wächst.

Ganz nach dem Motto „wer Sneaker liebt, der steht“ hatten sich etwa 1.500 Sneakerfans vor einem Schuhladen in Nürnberg zum Release des „Nike SB Dunk Low Cactus Jack“ versammelt.



Sneaker sind heutzutage auch Sammlerstücke

Ausweitung auf alle Altersgruppen

Wie die Großeltern früher Briefmarken gesammelt haben, sammeln Jugendliche heutzutage limitierte Sneaker. Doch der Hype der Jugend weitet sich auch auf andere Altersgruppen aus. Sneaker werden heutzutage wie Kunst gehandelt, so werden die limitierten Schuhe auf extra veranstalteten Auktionen verkauft.

Das Auktionshaus Sotheby's versteigert wertvolle Gemälde, teure Kunstwerke, Schmuck und Immobilien. Im Jahr 2019 versteigerte das Auktionshaus 100 seltene Paar Schuhe. Ein Käufer erwarb diese 100 Paar Schuhe für 1.287.500 US-Dollar. Der teuerste Sneaker in dieser Kollektion hatte einen Preis von 437.500 US-Dollar.⁴



Einen neuen Weltrekord stellte der Nike Air Yeezy 1 auf. Diesen Sneaker trug Kanye West im Jahr 2008 bei den Grammy Awards. Bei diesem Schuh handelt es sich um einen Prototyp, der für unglaubliche 1,8 Mio. US-Dollar verkauft wurde.⁵

⁴(Quelle: <https://www.everysize.com/mag/news/sothebys-versteigert-100-der-wertvollsten-sneakers-der-welt>)

⁵(Quelle: <https://edition.cnn.com/style/article/kanye-west-yeezy-sothebys-sale-1-8-million/index.html>)

Die Sneakerbörse StockX

ein organisierter Marktplatz mit transparenten Preisen



Geprägt wird der Sekundärmarkt von StockX, einer Internetseite, auf der die Schuhe (neben anderen Artikeln wie Bekleidung und Taschen) ähnlich wie an einer Wertpapierbörse gehandelt werden können. StockX handelt nicht selbst mit Sneakern, sondern führt Angebot und Nachfrage interessierter Verkäufer und Käufer zusammen. Somit liefert StockX aufgrund seiner Transparenz auch Preisindikationen für den Verkauf von Sneakern in den sozialen Medien.

Verkaufsinteressenten können Angebote für bestimmte Sneaker auf der Plattform einstellen und Kaufinteressenten können für solche Sneaker Gebote abgeben. Stimmen Angebot und Gebot miteinander überein, kommt zwischen dem Verkaufsinteressenten und dem Kaufinteressenten ein Kaufvertrag über den betreffenden Schuh zustande. Auf diese Weise bilden sich „Bid“ und „Ask“ Preise, ähnlich wie an einer Wertpapierbörse.

2020 wurden über die Plattform rund 7,5 Millionen Transaktionen abgewickelt, die neben Sneakern jedoch auch andere Artikel betrafen. Der Gesamtwert dieser Transaktionen belief sich auf rund 400 Millionen Euro.

StockX behält bei den Käufen lediglich eine Servicegebühr ein, da StockX zum einen eine Plattform für den Verkauf bietet und zum anderen die angebotenen Artikel auf Echtheit prüft. Während das Unternehmen im Jahr 2020 noch auf einen Wert von 2,8 Mrd. US-Dollar geschätzt wurde, betrug dieser im Jahr 2021 bereits 3,8 Mrd. US-Dollar.⁶

⁶(Quelle: <https://www.n-tv.de/wirtschaft/Sneaker-Boerse-erlebt-kraeftigen-Corona-Boom-article22478800.html>)

Hohe Preissteigerungen in den letzten Jahren

Limitierte Sneaker haben bemerkenswerte Ergebnisse erzielt

Unter Rückgriff auf die auf der Internetplattform und Sneakerbörse „StockX“ indizierten Preise hat Sneaker Investment sämtliche bereits existenten Modelle im August 2021 identifiziert, die den von Sneaker Invest für ihre geplanten Investitionen aufgestellten Kriterien entsprechen, und ihre Preisentwicklung in der Vergangenheit ermittelt.

Innerhalb eines Modelles ist die Wertsteigerung bei verschiedenen Größen unterschiedlich.

Untersucht wurden um die 100 Modelle mit je etwa 11 verschiedenen Größen. Da StockX erst 2015 gegründet wurde, sind ältere Schuhe weniger oft gelistet. Dabei wurde unterschieden zwischen Sneakern, die seit etwa 2,5, etwa 3,5 und etwa 4,5 Jahren auf dem Markt sind.

Sneaker, die seit etwa 2,5 Jahren auf dem Markt sind:

Untersucht wurde die Preisentwicklung von 506 Sneakern. Nach 2,5 Jahren Haltedauer konnte eine durchschnittliche **Preissteigerung** in Höhe von **160,02 %** festgestellt werden.

Sneaker, die seit etwa 3,5 Jahren auf dem Markt sind:

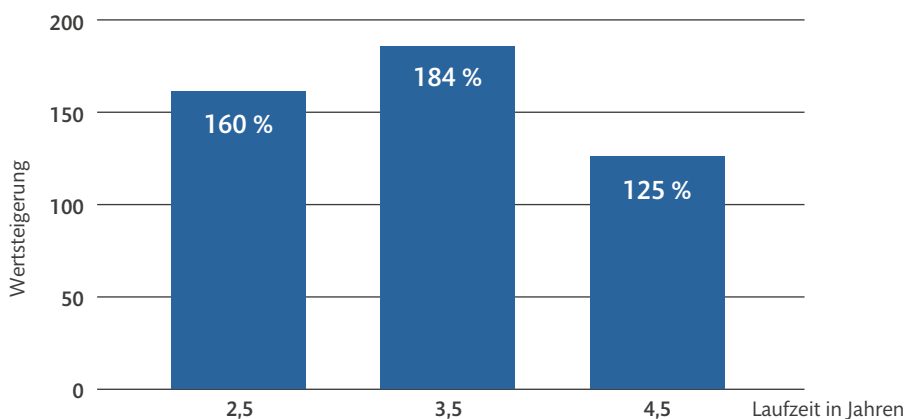
Untersucht wurde die Preisentwicklung von 192 Sneakern. Nach 3,5 Jahren Haltedauer konnte eine durchschnittliche **Preissteigerung** in Höhe von **184,33 %** festgestellt werden.

Sneaker, die seit etwa 4,5 Jahren auf dem Markt sind:

Untersucht wurde die Preisentwicklung von 170 Sneakern. Nach 4,5 Jahren Haltedauer konnte eine durchschnittliche **Preissteigerung** in Höhe von **125,36 %** festgestellt werden.

Wertsteigerung Sneaker (Stand 02/22)

die vor 2,5/ 3,5/ 4,5 Jahren auf den Markt gekommen sind und den Investitionskriterien von **SI** entsprechen



Ergebnisse zum Träumen:

2 Jahre Laufzeit:

Jordan 1 Retro High Pale Ivory (W) in der Größe US 8 hatte eine Wertsteigerung von 1302 %.

3 Jahre Laufzeit:

Nike SB Dunk Low Black White Gum in der Größe US 12 hatte eine Wertsteigerung von 685 %.

4 Jahre Laufzeit:

Jordan 1 Retro Storm Blue in der Größe US 8,5 hatte eine Wertsteigerung von 627 %.



Investition in Sneaker

Das Interesse der Finanzwelt an limitierten Sneakern wächst – verstärkt zur Beimischung

Dafür gibt es zwei plausible Gründe.

Zum einen will nicht nur die jüngere Generation Sneaker erwerben, sondern auch bei den Personengruppen der über 30-jährigen Menschen steigt das Interesse an Sneakern. Hierdurch wird der globale Sneaker-Markt angetrieben. Analysten schätzen die Wachstumsrate von limitierten Sneakern auf ca. 20 % p. a..

Zum anderen suchen Investoren wegen der Niedrigzinspolitik vermehrt nach Alternativen. Kunst, Oldtimer, Uhren und auch limitierte Sneaker werden mittlerweile als Beimischung für eine ausgewogene Vermögensstreuung gesehen.

Die Preise für limitierte Sneaker werden sich wegen des knappen Angebots und der stetig steigenden Nachfrage mit hoher Wahrscheinlichkeit deutlich besser entwickeln, als die Preise „normaler“ Sneaker.

Sneaker sind eine never-ending Story. Sneaker werden wahrscheinlich niemals vom Markt verschwinden, da sie mittlerweile ein echtes Massenphänomen sind. Und auch der Hype der Jugend bei limitierten Sneakern bleibt ungebrochen.

Fazit: Immer mehr Anleger investieren in den Sneaker-Markt als Beimischung für ihr Gesamtportfolio.

Sneaker – Der große Deal mit Turnschuhen

„Ihr macht jetzt sofort die Straße frei“, ruft ein Mitarbeiter des Berliner Ordnungsamtes. Aus einer Menschenmenge ertönt lautes Geschrei, Security hält die Massen an Jugendlichen und Erwachsene in Schach. „Die kamen aus allen Ecken angerannt, haben ihre Autos einfach auf der Straße stehenlassen“, erzählt eine fassungslose Anwohnerin. Sogar die Polizei rückt an. Doch heute ist hier keine Demo, sondern lediglich der Verkaufsstart eines besonderen Nike-Sportschuhs.



Hunderte sind gekommen, um sich ein Exemplar zu sichern. Im Laden kostet der Sneaker 200 € - eine Stunde später wird er für über 1.000 € im Internet gehandelt. Keine Seltenheit, denn limitierte Schuhe von Adidas, Nike & Co. erzielen häufig Wiederverkaufspreise bis zu mehreren Tausend Euro. Nur exklusiv von den Herstellern ausgewählte Shops bekommen die Sneaker überhaupt in die Hände und dann auch nur in geringer Stückzahl - mitunter deutlich unter 100 Paare.

Immer mehr wollen mitverdienen und nehmen dafür einiges in Kauf. „Ich habe schon einmal für einen Schuh fünf Stunden vor einem Laden gecamppt. Den hab ich dann direkt vor dem Laden wieder verkauft“, erzählt uns der 16-jährige Daniel aus Bochum. „Wenn ich Glück habe, verdiene ich mit dem Weiterverkauf eines einzigen Schuhs so viel, wie meine Mitschüler in einem ganzen Monat“. Fast deutschlandweit übernachteten vor allem Jugendliche vor Sneaker-Läden, um diese Schuhe zu kaufen, sie wieder zu verkaufen oder einfach nur zu sammeln.

Die Story trifft Insider aus der „Sneakerhead“-Szene, die als Reseller am ganz großen Rad drehen: „Ich mache einen Umsatz von rund 1 Millionen Euro pro Jahr“, erzählt uns ein Wiederverkäufer. Er nutzt spezielle Software, um in wenigen Sekunden bis zu hundert Paar Schuhe im Internet zu kaufen – und anschließend zu verkaufen.

Mit Leidenschaft oder Sneakerkultur habe das nichts mehr zu tun, beklagen Sammler wie Willy. Trotz guter Kontakte muss auch er immer häufiger Reseller-Preise zahlen. Hunderte Paare türmen sich in seiner Wohnung. „Wenn dieser Raum abfackeln würde über Nacht, würde ein Teil meiner Seele sterben. Schuhe sind mein Leben“, erzählt er.

Die Autoren Fabian Nast und Jannes Giessel erklären, wie der Hype um Sneaker entstanden ist, wie das Geschäft mit der Streetwear funktioniert und wer wie davon profitiert.

▶ <https://www.youtube.com/watch?v=kZkDH77jem8>

Wichtiger Hinweis: Dieses Druckstück dient dazu, die Vorteile des Sneaker-Marktes grundsätzlich zu verdeutlichen. Eine Investition in den Sneaker-Markt beinhaltet ein unternehmerisches Risiko. Die vorstehenden Informationen ersetzen selbstverständlich keine persönliche Beratung!