



Limitierung und Exklusivität

Individualisierbare, nicht-essenzielle Komponenten oder Funktionen sollten im zirkulären Produkt-Service-System in einem limitierten Angebot vorliegen, um ein exklusives Erlebnis zu erzeugen.

Status

Limitierte Editionen und Aktionen können die Exklusivität der Angebote erhöhen.

Um ein exklusives Erlebnis zu erzeugen, sollten individualisierbare, nicht-essenzielle Komponenten oder Funktionen im zirkulären Produkt-Service-System limitiert angeboten werden. Limitierte Editionen und Aktionen können die Exklusivität der Angebote erhöhen. Die Limitierung darf nicht das gesamte zirkuläre PSS betreffen, sondern muss sich auf nicht-essenzielle Bestandteile beschränken, damit das zirkuläre System an sich zugänglich bleibt. Limitierung kann über verschiedene Aspekte erreicht werden. So sind beispielsweise begrenzte Mengen, eine zeitliche Begrenzung von Aktionen oder auch an Treueprogramme gebundene Angebote möglich. Dabei ist wichtig, dass die Limitierung transparent kommuniziert wird, um das Interesse der Nutzer:innen zu wecken und die Attraktivität der exklusiven Angebote zu steigern.

Unter diesen Voraussetzungen kann für die limitierten Teile auch ein höherer Preis veranschlagt werden, um den Premium- und Luxuscharakter der exklusiven Komponenten und deren Funktionen hervorzuheben. Beispielsweise können auf eine bestimmte Stückzahl begrenzte Design-Elemente und Komponenten aus

Kooperationen mit Künstler:innen, bekannten Persönlichkeiten oder renommierten Marken zur Exklusivität beitragen und gleichzeitig neue Nutzer:innen erreichen. Eine weitere Möglichkeit zur Steigerung der Exklusivität könnten zusätzliche Funktionen oder technologische Innovationen bieten, die in der regulären Version des zirkulären Produkt-Service-Systems nicht verfügbar sind.

Die Limitierungen sind somit nicht nur auf das zirkuläre Produkt und damit verbundene Upgrades beschränkt, sondern können auch den Service betreffen oder losgelöst vom eigentlichen Produkt-Service-System sein.