

PROJEKTBERICHT

MEHR GEHT NICHT: NETVICO-TECHNOLOGIE IN BERLINER SPORTSCHECK FILIALE



Europas modernstes Sporthaus ist ein Ereignis der besonderen Art. Auf 4.500 Quadratmetern Verkaufsfläche erwartet die Sportbegeisterten eine Erlebniswelt, die von netvico attraktiv und informativ in Szene gesetzt wird.

Manch großes Ereignis wirft keine Schatten, sondern Lichter voraus: Der auf LED-Cubes im Schaufenster eingespielte Countdown hatte die Berliner schon seit Tagen auf die mit Spannung erwartete Eröffnung der neuen SportScheck-Filiale an der Berliner Schloßstraße eingestimmt. Am 30. September war es dann so weit: Gemeinsam zählte das Publikum die letzten Sekunden herunter, bis Europas modernstes Sporthaus seine Pforten öffnete. Auf 4.500 Quadratmetern Verkaufsfläche erwartet die Sportbegeisterten eine Erlebniswelt, die von netvico attraktiv und informativ in Szene gesetzt wird.

Das gemeinsam mit dem Innenarchitekturbüro Manfred Knappe realisierte Konzept des Hauses zielt ganz auf emotionale Erlebnisqualität ab. Zentrale Komponente ist dabei der Einsatz unterschiedlichster digitaler Medien, die vielfältige Themenwelten durch Bewegtbild zum Leben erwecken. Magisch angezogen werden die Passanten von der Leuchtkraft der 20 Quadratmeter großen LED-Cubes in den Schaufenstern. Noch aus einer Entfernung von über 100 Metern sind die LED-Cubes zu sehen, die mit einem Pixelabstand von nur 6 Millimetern Inhalte wie etwa die aktuellen SportScheck-TV-Spots mit einer Farbbrillanz präsentieren, die ihresgleichen sucht. Für die richtige Orientierung sorgen Informationsstelen und in die Wand eingebaute digitale Tafeln, die an den Rolltreppen und Aufzügen platziert wurden. Die Terminals dienen Kunden und Mitarbeitern zur Information über den gesamten Warenkatalog und zur unkomplizierten Aufgabe von Bestellungen. Eine weitere innovative Bestellmöglichkeit steht den Mitarbeitern per iPad zur Verfügung. In abschließbaren Möbeln wurden von der netvico zudem per RFID-Technologie gesteuerte Schlösser integriert, die sich vom Verkaufspersonal anhand einer Mitarbeiterkarte öffnen lassen.

Ein Kinderkino animiert die Jüngsten zum aktiven Spielen auf einem Touchscreen. In der Wanderabteilung wiederum gibt ein digitales Fenster den Blick in die Bergwelt frei, und auf den Displays unterstreichen Alpenpanoramen den »Hüttenzauber«. Ein digitales Kaminfeuer trägt dazu bei, dass der Kunde ganz in die angestrebte Wohlfühlatmosphäre einzutauchen vermag.

Zum aktiven Filmen laden die Helmkameras die Besucher ein. Mit dem Helm auf dem Kopf kann er das SportScheck-Haus erkunden und sich im Anschluss das Ergebnis auf den Displays ansehen. netvico hat für diese neuartige Form der vergnüglichen Produktpräsentation die entsprechende Softwaretechnologie entwickelt.



Ein besonderes Anliegen im Dienstleistungsspektrum von SportScheck ist es, den Kunden bestens beraten zu wissen. SportScheck-Kunden wird deshalb die Möglichkeit geboten, online und bequem von zuhause aus Beratungsgespräche mit Mitarbeitern zu buchen. Die Termine der Beratungsgespräche werden dann auf dem sogenannten digitalen »Einkaufsberater« an den Kassen angezeigt.

Auf Unternehmensmitarbeiter und Kunden gleichermaßen abgestimmt ist die Instore Music, die wie alle netvico-Medien über die Softwaretechnologie »PlayEverywhere« gesteuert wird und die stete Kontrolle über Sendezeit, Botschaften und Auswahl der Spots gewährleistet.

Angesichts der vielfältigen Kommunikationssituationen und des Einsatzes verschiedenster digitaler Medien in der Berliner SportScheck-Filiale zielte das netvico-Konzept darauf ab, aus den unterschiedlichen Einzellösungen ein stimmiges, harmonisches Gesamtbild entstehen zu lassen. Wir sind überzeugt, dass das Resultat die technologische wie auch die ästhetische und kreative Kompetenz von netvico eindrucksvoll belegt.

netvico GmbH | Ansprechpartnerin Sibylle Modolo
 Talstraße 41 | 70188 Stuttgart | Fon +49.(0)711.22 00 94-36
 Fax +49.(0)711.22 00 94-59 | smodolo@netvico.com | www.netvico.com