

SportScheck, Berlin

Spielraum für Sportsgeist und High Tech

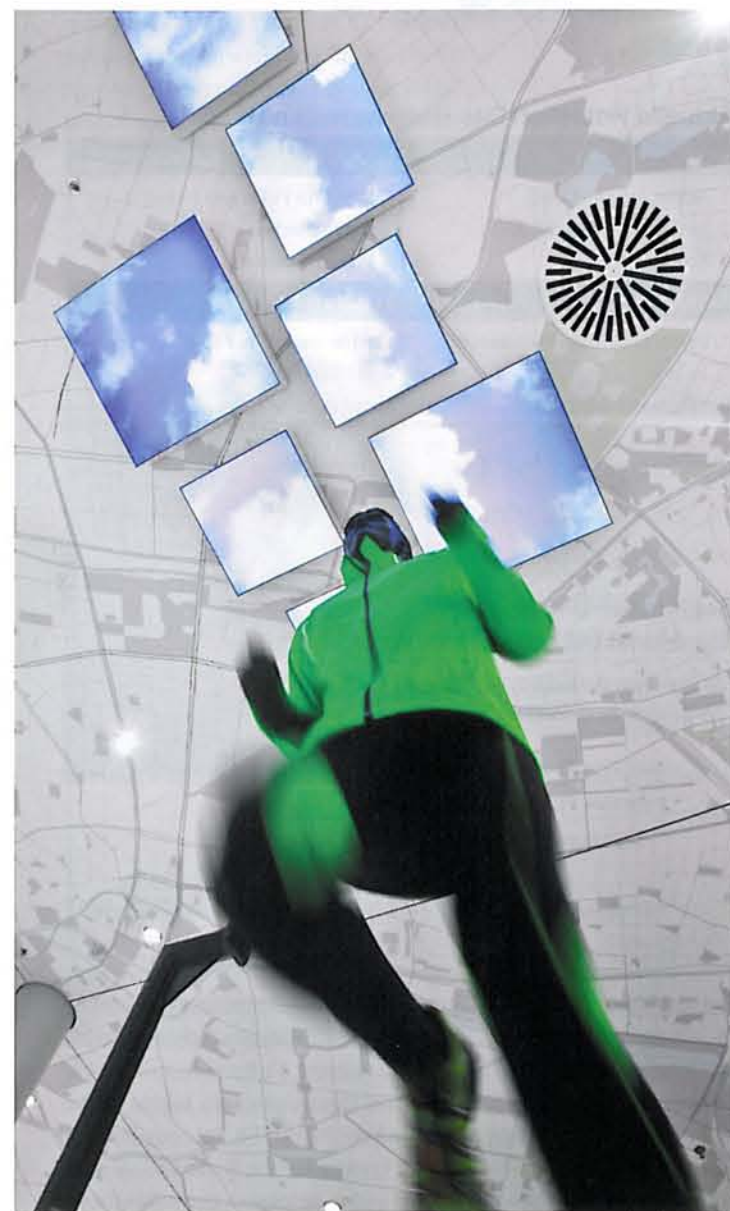
Mit seinem 16. Standort geht SportScheck ins Rennen um die Marktführerschaft im ereignisreichen Sport(-Mode-)Handel und punktet durch umfangreichen Einsatz von Instore-TV in der soeben eröffneten Filiale Berlin.

Neu umgebaute 4.500 m² machen Platz für ein hoch technisiertes Verkaufskonzept. Gespickt mit Touch-Screens und digitalen Infostelen als beratungsunterstützende Medien und optische Highlights. Dieser konsequente Einsatz von modernster Technik konnte die „Store-des-Monats“-Jury überzeugen, hier präsentiert sich Sport – und Sportmode – auf innovativem High-Tech-Niveau. Schon von außen weisen fünf große LED-Cubes in den Schaufenstern mit insgesamt 20 m² Bildfläche den Weg nach innen. Jede Sportart eröffnet dem Kunden eine ganze Welt für sich. Der großzügig gestaltete Eingangsbereich gehört dem Trendsport Laufen. Zur Motivation dient ein großer Stadtplan an der Decke samt immerzu strahlender Himmel-Szenerie in Leuchtkästen. Eine Foot-Scan-Analyse im abgeteilten Lauflabor ist in der Lage mehrere Laufband-Sequenzen parallel, sowie übereinander gelegt darzustellen, um so das genau passende Equipment auszuwählen. Hierfür können Beratungstermine online oder direkt vom Terminal in der Filiale aus vereinbart werden. Die Bestellterminals sind in die Wand eingebaut, digitale Infostellen an den Rolltreppen und Aufzügen dienen als Kundenleitsystem und liefern wechselnde Informationen zu Terminen und Angeboten.

Novum und Highlight im Bereich Kundenberatung sind Stationen mit iPads auf jedem Stockwerk, die mit Hilfe eines Verkaufsbaters als mobile Endgeräte genutzt werden. Kurzerhand wandeln sich Internet und vor allem der eigene Online Shop so zum Verbündeten in Sachen Auswahl, Vergleichbarkeit und Service. Ist eine bestimmte Farbe oder Größe eines Artikels im Geschäft nicht verfügbar, kann diese vor Ort ausgewählt und nach Hause geordert werden.

In der Ruhezone des Outdoor-Bereichs gibt ein imaginäres, digital unterstütztes Fenster den Blick frei – auf eine verschneite Winterlandschaft mit Seilbahn und Snowboardern, die den Hang hinunterjagen. – 70 sportbegeisterte Mitarbeiter auf vier Etagen, integrierte Liveübertragung, realistische Prints und LED-Screens sorgen im neuen Berliner SportScheck für Orientierung und Einkaufserlebnis.

Verantwortlich für den Ausbau des Hauses ist das Innenarchitekturbüro Manfred Knappe, den Einsatz der neuen Medien plante die Netvico GmbH in enger Zusammenarbeit mit der Kraiss GmbH.



er Berlin – bei SportScheck im Erdgeschoss

« Mehr geht zurzeit nicht. Umfassender, einfacher und komfortabler kann man heute nicht einkaufen.»

Stefan Herzog, Geschäftsführer SportScheck

Interview



Helmut Briggel

Der Kunde mag Technologie

Helmut Briggel, Leitung Zentrale Dienstleistung bei SportScheck, erläutert das Konzept der neuen Filiale, die mit digitalen Medien und technischen Features gefüllt ist.

War die technische Ausstattung bei der Planung der Filiale eine Gratwanderung was Finanzierung und Kundenakzeptanz anbelangt?

Als Multichannel-Unternehmen wissen wir um die Kundenakzeptanz der einzelnen Maßnahmen. Der Kunde hat den Anspruch, ein durchgehendes Einkaufserlebnis in der Filiale zu erfahren. Das ist auch das Ziel des gesamten Konzeptes.

Wie werden die Inhalte der Screens und Monitore gepflegt und angepasst? Welche Möglichkeiten bietet die kurzfristige Einflussnahme für SportScheck in Beispielen?

Hinter den Screens steht ein komplettes Content-Konzept, das über unseren Partner Netvico betreut wird. Die Inhalte werden in einer Redaktionssitzung abgestimmt und dann auf die Screens gebracht. Durch die Online-Anbindung dieses Content-Systems haben wir die Möglichkeit, sowohl auf lokale Ereignisse, wie z.B. Stadtläufe, Autogrammstunden usw., als auch auf kurzfristige Ereignisse, wie z.B. aktuelle Angebote oder das Wetter einzugehen.

Gibt es Erfahrungswerte bzw. Prognosen, wie gut sich persönliche Beratung durch digitale Medien ergänzen lässt?

Wir haben in allen SportScheck Filialen vor ca. zwei Jahren unseren 'IShop' installiert. So haben alle Filialen die Möglichkeit, von den zusätzlichen Sortimenten unter www.sportscheck.com zu profitieren. Die Erfahrungen zeigen uns, dass der Kunde diese Technologien sehr positiv empfindet und auch keinerlei Scheu hat, diese Innovation zu bedienen.



Wintersport digital vor dem Fenster, drinnen Hüttenromantik – mitten in Berlin



Das Verkaufspersonal hat mittels iPads online-Zugriff auf die Bestände



Einladung zum Ausprobieren des Sportgeräts

Store des Monats: Bewerbungen willkommen!

Zeichnet sich Ihr Geschäft durch besondere Individualität, Innovation, außergewöhnliche Sortimentsmixturen oder ein progressives Gesamtkonzept aus? Dann schicken Sie uns Ihre Bewerbung zur Teilnahme am Handelspreis „Store des Monats“! Die Jury aus Claudia Horbert (Leiterin Forschungsbereich Ladenplanung + Einrichtung im EHI Retail Institut), Winfried Lambert (Chefredakteur Stores + Shops) sowie Harald Hochheimer (leitender Wirtschaftsredakteur TM) sammelt, prüft und entscheidet – unter Ausschluss des Rechtsweges. Aufgerufen sind nach wie vor auch Ladenarchitekten und Ladenbau-

Unternehmen: Senden Sie bitte Fotos und Beschreibungen eines kürzlich realisierten Referenzobjektes aus der Fashion-Branche an TM, Store des Monats, Königsallee 106, 40215 Düsseldorf (eMail: k.scholz@bb-mediacompany.com) oder an Stores + Shops, Store des Monats, Spichernstr. 55, 50672 Köln (eMail: horbert@ehi.org). Wird ein Geschäft als Store des Monats ausgezeichnet, heißt das: Ihr Konzept wird an dieser Stelle in TM präsentiert und der Branche bekannt gemacht. Sie erhalten darüber hinaus Ihre persönliche gerahmte Urkunde.