



▲ Im „Hüttenfenster“ erzeugen Monitore eine Winterlandschaft

SUSANNE POSPISCHIL

iPads und Hüttenzauber

Sport Scheck hat in Berlin eine 4.500 qm große Filiale auf vier Etagen eröffnet. Das Konzept kombiniert heimelig-nostalgische Inszenierungen auf der einen Seite mit dem Einsatz innovativer digitaler Instore-Kommunikation auf der anderen Seite. Die Verkäufer können bei der Kundenberatung zum Beispiel iPads nutzen.

► **Neu umgebaute 4.500 qm** bieten viel Platz für ein technikorientiertes Verkaufskonzept mit beratungsunterstützenden Medien wie Touchscreens und digitalen Infosteilen. Dieser konsequente Einsatz modernster

Technologie konnte die „Store des Monats“-Jury überzeugen.

Schon von außen locken fünf große LED-Würfel in den Schaufenstern mit insgesamt 20 qm Bildfläche die Passanten in den Laden

hinein. Die Verkaufsfläche ist gestaltet in Themenwelten für Sportarten. Der Eingangsbereich ist dem Laufen gewidmet. Die Schuhe dürfen getestet werden, dazu animieren Bildschirme in der Decke, die Ausschnitte

STORE DES MONATS

TM stores+shops

Bitte bewerben!

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“! Bewerben können sich nicht nur die Geschäftsinhaber, sondern auch Ladenarchitekten und Ladenbauunternehmen. Senden Sie bitte Fotos und Beschreibungen eines kürzlich realisierten Referenzobjekts aus der Fashion-Branche an die Redaktion von stores+shops, Store des Monats, Spichernstraße 55, 50672 Köln (E-Mail: lambertz@ehi.org) oder an TM

Fashion Trendmagazin, Store des Monats, Königsallee 106, 40215 Düsseldorf (E-Mail: r.schlatmann@bb-mediacompany.com). Die Jury aus Claudia Horbert, Winfried Lambertz (beide stores+shops) und Rainer Schlatmann (TM) sammelt, prüft und entscheidet – unter Ausschluss des Rechtswegs.

Wird Ihr Geschäft als Store des Monats ausgezeichnet, so besteht der Preis dafür in der Veröffentlichung in stores+shops und TM Fashion Trendmagazin. Sie erhalten darüber hinaus Ihre persönliche gerahmte Urkunde.



▲ Der neue, 4.500 qm große Sport Scheck in Berlin



▲ Hüttenzauber und Retro-Romantik mitten in Berlin

eines blauen Himmels und einen Stadtplan zeigen. Im abgeteilten „Lauflabor“ mit Laufbändern kann der Kunde eine „Foot-Scan-Analyse“ vornehmen lassen. Beratungstermine können online von zu Hause aus oder vom Terminal in der Filiale aus vereinbart werden.

Die Terminals, an denen auch Bestellungen vorgenommen werden können, sind in die Wand eingebaut. Die digitalen Infostellen befinden sich an den Rolltreppen und Aufzügen. Sie informieren über Angebote und Termine und dienen als Kundenleitsystem. Ein ausgesprochenes Novum in Sachen Verkaufsunterstützung ist im neuen Sport Scheck in Berlin der Einsatz von iPads. Auf jedem der vier Stockwerke befindet sich eine Station mit mehreren der Geräte, die die Verkaufsberater zur Unterstützung

ihrer Arbeit nutzen können. Sind Modelle oder Größen nicht da, können die Teile direkt am Regal im Onlineshop zum Kunden nach Hause geordert werden. 70 Mitarbeiter sind bei Sport Scheck in Berlin beschäftigt. Auf der Fläche werden Sportereignisse live übertragen.

Verantwortlich für den Ausbau des Hauses zeichnete das Innenarchitekturbüro Manfred Knappe. Den Einsatz der neuen Medien plante Netvico in enger Zusammenarbeit mit der Firma Kraiss Ladenbau. Die Verkaufsmöbel und Regale sind dezent. Absolute Hingucker aber sind im Laden einzelne Ruhezone, die sehr auffällig und mit viel individueller „Atmosphäre“ gestaltet sind – im Outdoor-Bereich mit Hüttenzauber. Dort „knistert“ auf einem Bildschirm ein Kaminfeuer. Auch im Ski- und Snowboard-

Bereich herrscht kuschelige Hüttenromantik mit Holzsesseln und Schaffellen. Wer durch das Hüttenfenster „hinausschaut“, blickt auf eine von vier Bildschirmen geschaffene romantische winterliche Berglandschaft und kann sogar Skifahrern und einer gongelnden Seilbahn zuschauen. Im Sommer wird dieser Bereich dann den Strand- und Schwimmkollektionen gehören.

Im Untergeschoss werden Sortimente wie Fitness, Fußball oder Tennis präsentiert. Hier sorgen großformatige Drucke mit Motiven wie dem Blick über die Skyline von Berlin-Mitte oder mit dem Olympia-Stadion für Atmosphäre.

Kontakt:
redaktion@ehi.org

INTERVIEW



Die Kunden mögen die Technik

Helmut Briggl, Leitung Zentrale Dienstleistung bei Sport Scheck, erläutert das Konzept der neuen Berliner Filiale, die mit digitalen Medien und technischen Features gespickt ist.

s+s: War die anspruchsvolle technische Ausstattung der Berliner Filiale ein Risiko, was Finanzierung und Kundenakzeptanz angeht?

BRIGGL: 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 Konzepts.

s+s: Wie werden die Inhalte der Screens und Monitore gepflegt und angepasst?

BRIGGL: Hinter den Screens steht ein komplettes Content-Konzept, das von unserem 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 als auch auf kurzfristige Informationen einzugehen.

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

BRIGGL: Wir haben vor circa zwei Jahren in allen Filialen unseren Onlineshop installiert, damit die Filiale von den zusätzlichen Sortimenten von sportscheck.com profitieren. Die Erfahrungen zeigen, dass die Kunden diese Technologien sehr positiv annehmen und keinerlei Scheu haben, die Technik zu bedienen.