

# SportScheck in Frankfurt gestartet

Multi-Channel-Händler investiert in neuen Laden an der Zeil rund 2 Mill. Euro und testet neues Store-Konzept

In seinem neueröffneten Store in Frankfurt hat der Sportartikelhändler SportScheck aus Unterhaching einen Testlauf gestartet und präsentiert sich erstmals ohne Shop-in-Shop-Flächen. Stattdessen gliedert sich das Angebot in Sportwelten. Die 15. Filiale befindet sich in einem Neubau an der Ecke Schäfergasse/Zeil gegenüber von Karstadt und verfügt über 3000 m<sup>2</sup> auf drei Etagen. Neben Hardware werden Sportbekleidung für Männer, Frauen und Kinder sowie Funktionswäsche angeboten. Das Store-Design ist klar strukturiert, die Fassade des Hauses ist komplett verglast, es gibt keine Schaufensterpräsentation (Gestaltung: Knappe Innenarchitekten, Marbach; Ladenbau: Kraiss, Bad Urach; Licht: Elan, Köln). Das Investitionsvolumen beziffert SportScheck auf rund 2 Mill. Euro.

Das Thema Multi-Channel spielt auch in der Frankfurter Filiale eine große Rolle. So gibt es auf allen Etagen Terminals, an denen Kunden aus dem zusätzlichen Angebot des Online-Shops auswählen können. „Die Ware kann innerhalb von 24 Stunden in die Filiale oder zum Kunden nach Hause geliefert werden“, sagt Helmut Briggl, Leiter für Dienstleistung bei SportScheck. Für die Digital Signage-Lösung zeichnet Netvico, Stuttgart, verantwortlich. Zeitgleich zur Eröffnung in Frankfurt ist SportScheck mit einer Online-Community gestartet, in der Testberichte von



Das neue SportScheck-Haus in Frankfurt verfügt über 3000 m<sup>2</sup> verteilt auf drei Etagen und gliedert sich in Sportwelten. An zahlreichen Terminals können Kunden auch das Online-Angebot nutzen.

Produkten und Erlebnisse von Events ausgetauscht werden können.

Auch im nächsten Jahr will die Otto-Tochter mit weiteren Läden expandieren. So hat das Unternehmen nun in der Alten Post in Braunschweig rund 2600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angemietet. Im Herbst 2011 soll der Laden voraussichtlich eröffnet werden. Weitere mögliche Standorte wie Berlin werden derzeit geprüft, heißt es. Das Unternehmen erwirtschaftet nach eigenen Angaben jährlich einen Umsatz von etwa 300 Mill. Euro, rund die Hälfte davon im Distanzhandel. ■ SC



## Diesel zeigt Hintern im Magic Mirror



In dem neuen Laden in Essen präsentiert Diesel erstmals in Deutschland einen Magic Mirror. In dem dreidimensionalen Spiegel können sich die Kunden zeitverzögert betrachten. So ist es möglich, von allen Seiten zu sehen wie beispielsweise die Jeans oder das Kleid sitzt. Diesel setzt den Spiegel in Essen erst zum zweiten Mal ein. Der Magic Mirror hatte im Mailander Store des italienischen Denim-Anbieters Premiere. ■ AF

## München: Gerry Weber folgt auf Eder

Nach 122 Jahren kommt Ende November das Aus für das Münchner Damenmodegeschäft Eder am Viktualienmarkt. „Es ist ein kerngesundem Unternehmen. Aber in den nächsten fünf Jahren gehen 75 % meiner Mitarbeiter in den Ruhestand. Ihre Qualifikation findet man heute nicht mehr. Es entspricht meiner Lebensplanung, mit rund 50 Jahren mehr Zeit für andere Dinge zu haben“, erklärt Matthias Eder, Firmenchef in der vierten Generation. Er wird in Kürze 52 Jahre alt. Nachmieter wird Gerry Weber, der die 18 Mitarbeiter übernehmen und ab Januar mit dem Umbau beginnen wird. Matthias Eder behält einen Calida-Store am Rindermarkt und ein Strumpfstudio in der Nähe vom Stammhaus. Außerdem hat er Pläne für ein Geschäft nur mit Strickmode von Rabe und eventuell einem speziellen Hosenangebot. Bis 2002 führte Eder ein Geschäft in der Theaterstraße, das nach massiver Standortveränderung durch die lange Bauzeit der Fünf Höfe geschlossen wurde. ■ RP

## Wormland.de zeigt sich in neuem Look

Wormland hat seine Website überarbeitet. Im Mittelpunkt des Relaunches steht eine neue intuitive Nutzerführung. Die einzelnen Channels schweben übereinander gestapelt im freien Raum und können per Mouseover aktiviert werden. Dahinter verbirgt sich u.a. ein Imagefilm, Podcasts, Songs von Wormland Music und Aufnahmen der neuesten Kollektionen. Ein Filial-Finder mit Adressen und Anfahrtsbeschreibung rundet das Angebot ab. Zuständige Agentur ist Biedemann und Brandstift, Frankfurt.

