





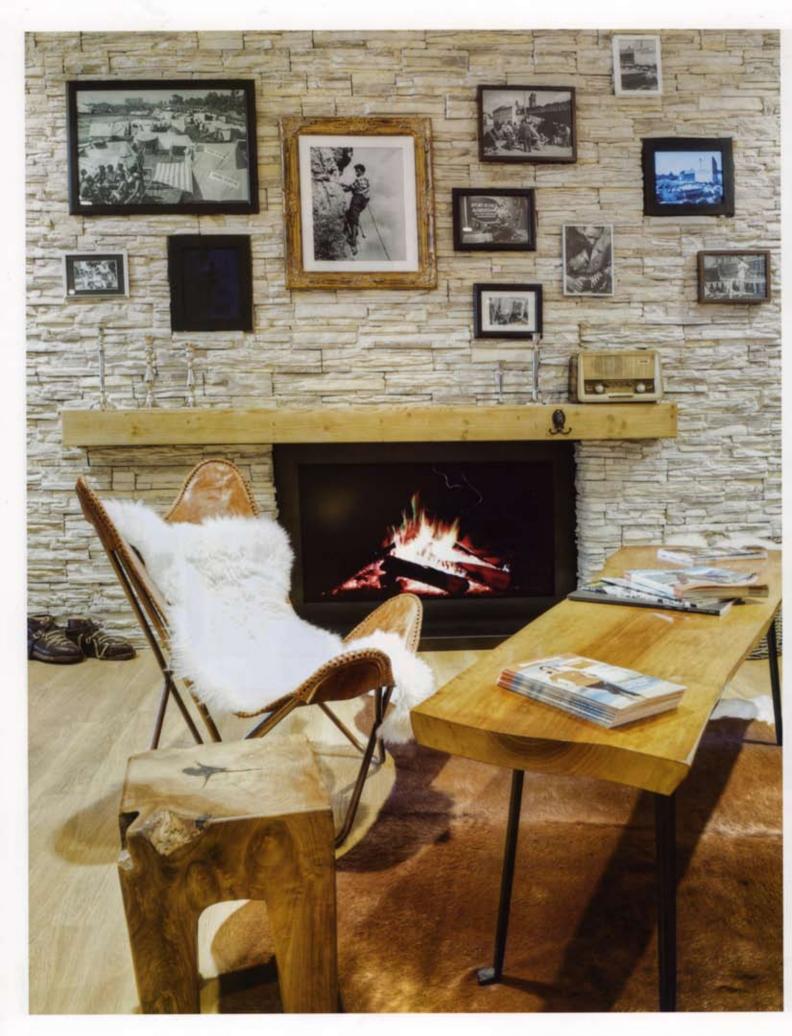
Manfred Knappe, Knappe Innenarchitekten, Marbach

www.knappe-innenarchitekten.de

LED-Cubes mit ca. 1000 cd/m² in den Schaufenster machen Passanten schon von Weitem auf SportScheck aufmerksam



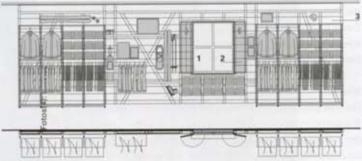
Foto: Planer



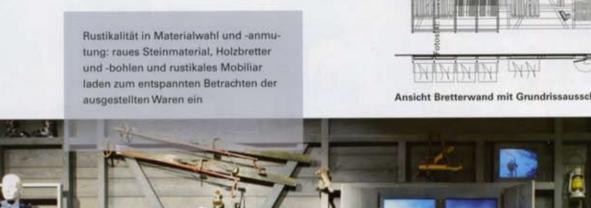


Zünftigkeit und Gemütlichkeit suggerieren die in verschiedenen Abteilungen installierten Sitzecken. Über eingebaute Bildschirme stimulieren "Bergpanoramen oder "Kaminfeuer"

- 1 zweiTV-Displays übereinander mit umlaufend Abstand 2 Klappläden zur Revisionierbarkeit
- 3 Bretterwand



Ansicht Bretterwand mit Grundrissausschnitt, M 1:100





Der auf LED-Monitoren im Schaufenster eingespielte Countdown hatte die Berliner schon seit Tagen auf die Eröffnung der neuen SportScheck-Filiale am 30. September 2010 in dem Gebäude an der Berliner Schloßstraße/ Ecke Ahornstra-Be eingestimmt. Entsprechend erwartungsvoll betraten die ersten Kunden das Geschäft.

Das gemeinsam mit dem Innenarchitekturbüro Manfred Knappe realisierte Konzept des Hauses zielt ganz auf emotionale Erlebnisqualität ab. Zentrale Komponente auf den vier Etagen ist dabei der Einsatz unterschiedlichster digitaler Medien, die vielfältige Themenwelten durch Bewegtbilder zum Leben erwecken. Angezogen werden die Passanten von der Leuchtkraft der 20 m² großen LED-Cubes in den Schaufenstern. Noch aus einer Entfernung von über 100 m sind die Cubes zu sehen, die mit einem Pixelabstand von nur 6 mm und einer Leuchtdichte von ca. 1000 cd/m² Inhalte wie etwa die aktuellen SportScheck-TV-Spots mit einer hohen Farbbrillanz präsentieren.

Medien

Den verschiedenen Abteilungen thematisch zugeordnet sind Sitzgruppen, die zum Verweilen einladen sollen. Hier findet der Kunde ein digitales Kaminfeuer, dessen Knistern über Lautsprecher eingespielt wird oder angelehnt an einen win-



- 2 Sport- und Freizeitschuhe
- 3 Damen Sport
- 4 Kassenbereich 5 Accessoires
- 6 Lauffabor
- 7 Laufschuhe
- 8 Running TX 9 Umkleiden



Grundriss, M 1:350



Emotional aufgeladene Bildpanoramen bilden den Hintergrund in der Abteilung für Fußballspieler oder Spinningbegeisterte



terlichen Hüttencharakter, die "Aussicht" aus einem Fenster auf eine verschneite Berglandschaft, die auf den Monitoren hinter dem Fensterrahmen eingespielt wird. Ein Kinderkino animiert zum aktiven Spielen auf einem Touchscreen. 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 zudem per RFID-Technologie gesteuerte Schlösser integriert, die sich vom Verkaufspersonal anhand einer Mitarbeiterkarte öffnen lassen.

Zum aktiven Filmen laden die Helmkameras die Besucher ein. Mit dem Helm auf dem Kopf kann er das Haus erkunden und sich im Anschluss das Ergebnis auf den Displays ansehen. Eine entsprechende Softwaretechnologie wurde für diese kurzweilige Form der Anprobe entwickelt.
Um den Kunden über das Angebot möglichst aktuell und bequem zu informieren, bietet das Unternehmen die Möglichkeit, online von zuhause aus Beratungsgespräche mit Mitarbeitern zu buchen. Die Termine der Beratungsgespräche werden dann auf dem

sprache werden dahn auf dem sogenannten digitalen »Einkaufsberater« an den Kassen angezeigt. Auf Unternehmensmitarbeiter und Kunden gleichermaßen abgestimmt ist die Instore Music,

Digitale Medien sind ein Bestandteil des Verkaufskonzeptes

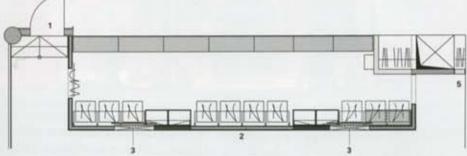
die über die Softwaretechnologie »PlayEverywhere« gesteuert wird und die stete Kontrolle über Sendezeit, Botschaften und Auswahl der Spots gewährleistet. In Anlehnung an die gängigen Musikformate wurden Musiktitel identifiziert, kategorisiert und digitalisiert, um über eine Datenbank zu einer ganz eigenen Musikmischung verarbeitet zu werden.



52

inszeniert sind, wenn dort auf modische Highlights oder Themenwände, sowie auf Großposter und Figuren hingewiesen werden soll. Die Beleuchtungsanlage im Verkaufsraum ist zeit- und situationsgesteuert, während die Außenwerbung über einen Dämmerungsschalter aktiviert wird. Eine Zeitschaltuhr sorgt dafür, dass die Schaufensterbeleuchtung mit Einbruch der Dunkelheit aktiviert wird.





Ansicht Kassenrückwand mit Grundrissausschnitt, M 1:100

- 1 Zugang Kassenbüro 2 Metallplatten, schwarz brüniert
- 3 TV-Display
- 4 Durchwurföffnung zur Mülltrennung
- 5 Zugeng Warenförderer

Produktpräsentation mit Unterhaltungseffekt: der fernsehgewohnte Kunde hat die Möglichkeit einen Helm zu testen und gleichzeitig über die Helmkamera seinen "Testlauf" durchs Geschäft zu filmen. Das Ergebnis kann er sich im Anschluss ansehen

Baudaten

Bauherr: Urbis GmbH & Co. Bauprojekt KG,

München

Nutzer: SportScheck GmbH, Unterhaching Architekten: Eike Becker Architekten, Berlin Innenarchitekten: Knappe Innenarchitekten,

Marbach/Neckar

Projektleitung: Investa Projektentwicklungs-

und Verwaltungs GmbH, Berlin Lichtplanung: Elan GmbH, Köln

Projektdaten

Nutzfläche: 4525 m² Verkehrsfläche: 1395 m² Bruttogeschossfläche: 5065 m² Baukosten SportScheck: 3 Mio. Euro

Zum Thema

www.knappe-innenarchitekten.de www.netvico.com

Produkte

Audiovision: netvico, www.netvico.com Boden Spacia Eichenoptik:

Amtico International, www.amtico.com

