

Der Jump – Reitsport – Store auf 2000 m² Bünde OWL.

Auf einem Areal von 6.000 m² wird allen Pferdebegeisterten **eine Welt der Sinne** und ein **Treffpunkt** geboten werden, der seinesgleichen sucht. Eine Sinneswelt rund um Reitermode, Hundesport und Outdoorbekleidung sowie kleine Geschenke machen einen Besuch auch für Freunde und Familie interessant.

Stärken	Schwächen
Know How Branchen- kenntnisse	Logistik Versandhandel
Chancen	Risiken
Einzugsgebiet	Bekanntheits- grad

Analyse der Ist-Situation:

- o Planungszeitraum bis 12/2007
- o Swot-Analyse
- o Zielgruppenbestimmung und Standortbewertung
- o Corporate Identity
- o Umsatzpotential
- o Bestehendes Layout aller Kommunikationsmittel
- o Storedesign und
- o Kooperationsmöglichkeiten



Planung des Sollzustandes:

- o Erstellung einer Unternehmensstrategie bis 2015
- o Ableitung einer formulierten Vision in operative Zielfenster
- o Marketingkonzeption
- o Sortiments- und Lieferantenkonzept
- o Raumaufteilung und Storedesign
- o Onlinekonzeption
- o Kundenzeitschrift
- o Kundenkarte



Designgrundlagen:

Grundidee war die Schaffung eines Treffpunktes für alle Pferdesport- und Outdoorbegeisterten. Zentraler Punkt ist daher eine 30 Meter lange Thekenfläche und integrierte Lounges zum Verweilen. Das Layout basierte auf Lieferantenkooperationen, einem Kubenkonzept und einer CI – basierten Farbgebung.



Konzeption und Umsetzung:

Bereits zu Beginn der Beratung wurden umfangreiche Rechercharbeiten aufgenommen, um sich eindeutig in der Pferdesportbranche als USP zu etablieren. Benchmarks wie Kaufhof oder Globetrotter dienten als Grundlage. Ab September 2007 wurden alle Marketingmaßnahmen gebündelt und parallel zur Shopgestaltung überregional geschaltet. Die Pressemitteilungen aus der Branche unterstreichen das außergewöhnliche Konzept:

„Top 5 der besten Reitsportfachgeschäfte in Europa“
„Schönstes Reitsportgeschäft das ich kenne“

