



BRIGITTE OLTMANN

Einen Sprung voraus

Im September hat im westfälischen Bünde Jump-Reitsport auf 1.400 qm eröffnet. Inspirieren ließ sich das hochwertige Storedesign vom Fashion-Handel. „Wohnliche“ Beleuchtung, warme Holzflächen und ein großer zentraler Lounge-Bereich schaffen Behaglichkeit und laden ein zum Verweilen und Fachsimpeln.

▷ Die Gästeliste zur Eröffnung von Jump-Reitsport im westfälischen Bünde liest sich wie das Who's who des deutschen Reitsports. Das neue Fachgeschäft zählt zu den größten seiner Art in Deutschland und wird nach Branchenmeinung einen Benchmark im Reitsporthandel setzen. Die geschäftsführende Gesellschafterin von Jump Miriam Horst und der Storedesigner Daniel Schnödt haben auf 1.400 qm Verkaufsfläche ein innovatives, konsequent durchdachtes Gesamtkonzept umgesetzt.

Architektonisch ist das neue Outlet gestaltet wie eine Reithalle mit hoher Holzgiebeldecke, von der zahlreiche verschiedene Leuchten zur Flächenbeleuchtung abgependelt sind, was zur behaglichen Atmosphäre beiträgt. Die Sortimente sind themengerecht platziert. Auf der rechten Seite finden sich alle Artikel rund um das Pferd – vom Zaumzeug über die Futtermittel bis zu den Pferdedecken. Auf der linken Seite präsentieren sich die Sortimente für die Reiterausrüstung, angereichert um Outdoor-Bekleidung

auch für Nicht-Reiter. Zusammengeführt werden beide Sortimente im hinteren Teil des Marktes durch das, was Mensch und Tier verbindet: die Sättel.

Clou des Storedesigns ist eine Lounge im Zentrum der Verkaufsfläche, dominiert von einem über 30 m langen Tresen, der gestalterisch den schwungvollen Bogen des Firmenlogos aufnimmt. Der Tresen mit zwei Kassenplätzen, integrierten Glasvitrinen, Warenträgern, Barhockern und kleinem Gastro-Angebot zieht beim Betreten des Reit-



▲ Gediegenes Konzept von Miriam Horst und Daniel Schnödt



▲ Integration individueller Markenauftritte

shops sofort die Aufmerksamkeit auf sich. Hier wurde eine „Wohlfühloase“ geschaffen, die Kunden zum längeren Verweilen einlädt.

„Unsere Lounge ist der Kundentreffpunkt im Store, an dem bei Kaffee und Gebäck oder einem Gläschen Wein Zeit bleibt für eine Pause während des Einkaufsbummels, Zeit für persönliche Begegnungen und Fachsimpelien“, erläutert Miriam Horst ihr kommunikatives und kundenorientiertes Konzept. Nicht zufällig findet der Kunde hier die überraschenden Zusatzsortimente – Weine, Zigarren, Raumdüfte, die ihn zum Impulskauf verführen sollen.

Rechts und links des zentralen Tresens strukturieren freistehende, raumhohe kubische Verkaufsmöbel-Blöcke den Store. Diese besitzen wie der Tresen einen warmen dunklen Holzton und geben dem an Wänden, Decke und Boden in weiten Teilen weißen

Raum seine Behaglichkeit. Blickachsen zum Ladenmittelpunkt sorgen dafür, dass der Kunde beim Stöbern nie die Orientierung verliert. Neben dem warmen Holz für Tresen und Warenträger sorgen großformatige Fotomotive aus dem Reitsport für Emotion im Verkaufsraum.

Wein und Zigarren

Die säulenartigen Verkaufsmöbel bieten vertikale Präsentationsflächen für die zahlreichen hochwertigen Marken, die sich mit eigenen Shop-in-Shop-Auftritten und Logo präsentieren. Ein Konzept, das das Duo Horst/Schnödt aus dem Fashion-Bereich für den Reitsportbedarf adaptiert hat. Darüber hinaus erfüllen die Säulen ebenso wie die Rückwände eine weitere Funktion: Türen im Inneren der Blöcke bieten Zugang zu Warenlagern, ausziehbare integrierte Warenträger sparen Wege in externe Lager.

Innovativ ist die Warenpräsentation auch bei Sätteln und Pferdendecken. Gerade die Decken sind im Reitsporthandel ein Problem, lassen sie sich doch nur schwer in ansprechender und aufgeräumter Optik auf der Fläche präsentieren. Simple wie innovative Lösung bei Jump: Die Decken werden dekorativ über große, an die Wand geschraubte Metallbügel gehängt. Die schwergewichtigen, unhandlichen Sättel lassen sich bei Jump mit einer elektrisch rotierenden Vorführanlage, wie man sie aus dem Teppichbodenhandel kennt, leicht bewegen.

Die unterschiedlichen Pendelleuchten-Modelle sowie abgehängte Strahlersysteme in üppiger Leuchtenanzahl sind eine Kombination von Flächen- und Akzentlicht. Einen besonderen farbigen Lichteffekt setzt ein orangefarbenes Lichtband am Wand-Deckenrand. Der dunkle Teppichboden in den seitlichen Warenbereichen enthält ebenfalls orangefarbene Sprenkel. Orange ist die dominierende Farbe im Jump-Firmenlogo. „Trotz einzelner Markenauftritte in Rot und Multilabel-Präsentation in Grün ist das Corporate Design der Marke Jump zur optischen Klammer geworden und fungiert quasi als Dachmarke für die präsentierten renommierten Reitsport-Labels“, erläutert Konzeptentwickler Daniel Schnödt.

Motto der Firmengründerin von Jump-Reitsport ist es, „immer einen Sprung besser“ zu sein. Die „finanzielle Bodenhaftung“ hat die junge Chefin beim Wechsel von einer 180-qm-Verkaufsfläche in Löhne zum 1.400-qm-Objekt in Bünde dabei nicht verloren: Die individuellen Markenauftritte wurden im Rahmen einer Kooperation von der Reitsportindustrie finanziert. Die Ausstattung stammt von einem regionalen Schreiner, der die Warenträger und Tresenanlage nach den Vorgaben von Schnödt relativ kostengünstig produzierte. Unter dem Strich betragen die Ladenbau-Investitionen auf der Verkaufsfläche nicht mehr als 240 Euro pro Quadratmeter.

Kontakt:
www.jump-reitsport.com

JUMP-REITSPORT

Daten + Fakten

Adresse: Sachsenstraße 113,
32257 Bünde

Inhaber: Miriam Horst (Geschäftsführende Gesellschafterin),
Gebr. Wellmann

Eröffnung: 26. September 2007

Verkaufsfläche: 1.400 qm

Investitionskosten Bautechnik/

Einrichtung/Beleuchtung: 336.000 Euro

Konzept: Team Scio, Eichholz