



Fotos (3): Stadium

Sport-Lifestyle auf Schwedisch

Der schwedische Sport-Filialist Stadium eröffnete Ende September letzten Jahres seinen ersten Flagshipstore außerhalb Skandinaviens. Von Hamburg ausgehend startet die Deutschland-Expansion. Storekonzept und Sortiment sollen vor allem Frauen und Familien begeistern.

von Stefanie Hütz

Stadium – der Name ist vom Betreten des Stores an Programm. Auch in der Hamburger Mönckebergstraße ließ die größte Sporthandelskette Schwedens den eigens für sie kreierte Design-Bodenbelag in schwarzer Tartanbahn-Optik verlegen. Dieser führt die Kunden vom Eingang an durch die gesamte 1.800 qm große, zweigeschossige Verkaufsfläche. „Unsere Besucher sollen vom ersten Schritt an Lust auf Sport und Aktivsein bekommen, inspiriert werden und einfach eine gute Zeit haben“, meint Daniela Thinius, Country Manager Deutschland.

Mit nordisch-puristischem Design – das Schwarz des Bodens kontrastiert mit dem weißen Warenträgern –, mit animierenden Bildern und Themenwelten sowie einer modernen, of-

fenen Gestaltung bringt Stadium schwedischen Lebensstil in den Hamburger Store. Dieser wurde im Vorfeld aufwändig umgebaut, u.a. war eine Brandschutzsanierung der Decken und Tragwerke fällig. Architektonisches Highlight sind zwei scherenförmig gelagerte Rolltreppen, die hinter dem Kassentresen und vor einer geschossübergreifenden Fotoleinwand positioniert sind. Der Einbau der Fahrtreppen stellte die Verbindung zum ersten Obergeschoss her, das zuvor nicht genutzt worden war. Abgehängte Decken wurden entfernt. Durch das Konzept der sichtbaren haustechnischen Installationen konnte ein großzügigerer Raumeindruck der komplett LED-beleuchteten Flächen erzeugt werden. Bis zu einer definierten Höhe sind Wände und Stützen verkleidet, oberhalb dieser Zone wurde die

Bausubstanz roh belassen und lediglich weiß gespritzt. Für Ausführungsplanung und Bauleitung zeichnen Idea Architekten aus Hamburg verantwortlich. Das Geschäft schaffte es unter die Top drei des Wettbewerbs „Stores of the Year 2015“ in der Kategorie „Out of Line“, wobei Stadium als einziges ausländisches Unternehmen nominiert wurde.

LED-Beleuchtung

Das Filial-Konzept richtet sich vor allem an Frauen und Familien. Damit unterscheidet man sich nach eigener Einschätzung von anderen Marktteilnehmern in Deutschland. Die Abteilung Kinder und Teenager umfasst in Hamburg 400 qm und bietet neben Kleidung auch Produkte wie

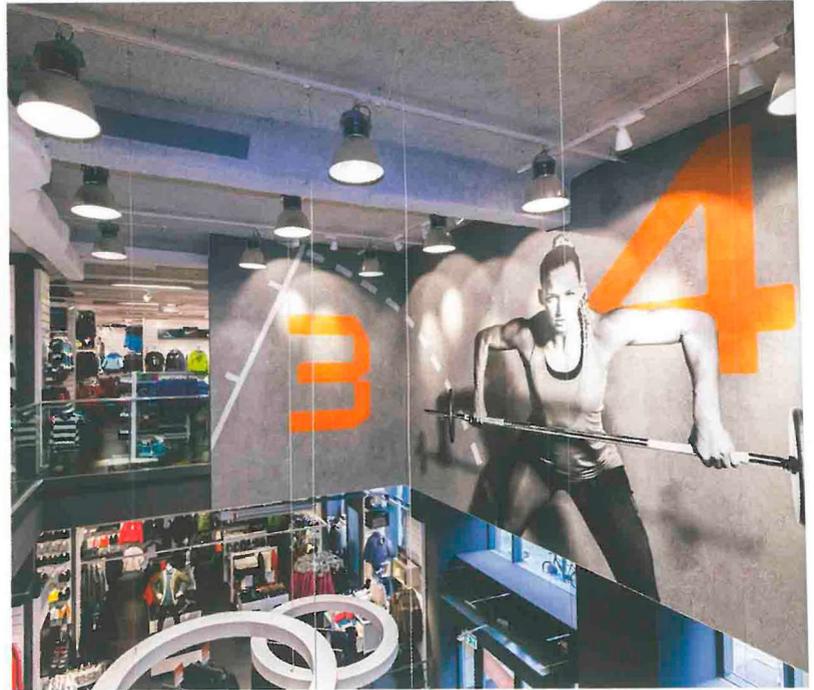


Bild linke Seite: Schwerpunkt Kinder-Sportmode, im Vordergrund der Boden in Tartan-Optik
Bild oben: Die Hamburger Mönckebergstraße ist eine gute Adresse für den Deutschland-Start von Stadium
Bild rechts: Sportartikel für Frauen bilden den Schwerpunkt

Stadium, Hamburg

Adresse Mönckebergstraße 27

Eröffnung 25. September 2014

Verkaufsfläche 1.800 qm

Ausführungsplanung/Bauleitung

Idea Architekten, Hamburg

Ladenbau Hestra Inretingar, Schweden

Licht Cardi, Stockholm/Schweden

Verkaufsstätten gesamt 115 in Schweden, 24 in Finnland, 11 in Dänemark, 1 in Deutschland, am 26. März eröffnet der zweite

Skateboards, Fahrräder oder Skihelme. Daneben gliedert sich das Sortiment in die Kategorien Laufen, Fitness, Outdoor-Jacken und Sneakers. Moderne, funktionale Sportartikel und Sportbekleidung „zum besten Preis“ zu offerieren, lautet die Philosophie. Deshalb spielen neben den bekannten Marken, die teils in Shop-in-Shops präsentiert werden, auch Eigenmarken eine große Rolle. Deren Anteil ist aktuell allerdings niedriger als in Skandinavien, zunächst möchte man hierzulande Bekannt-

heit aufbauen, was mit namhaften Brands als einfacher erachtet wird.

Familienunternehmen

Mit schwedischer Mode (H&M) und schwedischen Möbeln (Ikea) haben die Deutschen bereits gute Erfahrungen gemacht, ein Image-transfer könnte Stadium den Markteintritt erleichtern. Ikea-Gründer Ingvar Kamprad ist mit seiner Unternehmensgruppe Ikano seit 2005 auch an Stadium beteiligt. Ikano hält ein Viertel der Anteile, die übrigen Anteile sind weiterhin im Besitz der Gründerfamilie Eklöf. 1974 übernahmen die Brüder Ulf und Bo Eklöf, die bereits im Lebensmittelladen der Eltern Einzelhandelserfahrung gesammelt hatten, ein Sportgeschäft in Norrköping, dessen Konzept sie erfolgreich auf den Kopf stellten. 1987 eröffneten sie ihre erste Stadium-Filiale in Stockholm, heute betreibt der Filialist rd. 150 Häuser in Schweden, Dänemark (seit 2000) und Finnland (seit 2001). Der Konzern beschäftigt rund 3.200 Mitarbeiter und erzielte 2012/13 einen Umsatz von 700 Millionen

Euro, wobei der Gewinn um 27 Prozent auf 23 Millionen Euro stieg.

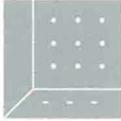
Auch andere skandinavische Unternehmen wählten zuvor bereits Hamburg, das ihnen nicht nur räumlich vergleichsweise nah ist, als Standort für ihren Deutschland-Start. So nun auch Stadium nach „gründlichen Analysen“. Insgesamt wurden in der Mönckebergstraße rund 2.800 qm angemietet, denn auch ein Lager und Büros für das deutsche Management-Team befinden sich hier. „Wir sind sehr zufrieden mit den ersten Monaten, doch es ist noch zu früh für ein Resümee, wir werden zunächst lernen und nachjustieren“, sagt Vize-Präsident Karl Eklöf.

Doch die nächste Eröffnung steht bereits fest, am 26. März 2015 im Hamburger Stadtteil Altona. „Wir planen insgesamt drei bis vier Stores in Hamburg, um basierend auf den Erfahrungen dann im Norden Deutschlands weiter zu expandieren“, kündigt der Sohn von Gründer Ulf Eklöf an.

www.stadium.se



Invisible Design



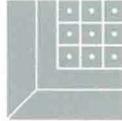
Einpunkt-Tragsysteme



Horizontale Tragsysteme



Vertikale Tragsysteme



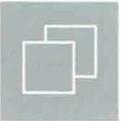
Flächen-Tragsysteme



Konfektionsständer und Rahmensysteme



Struktursysteme und Regale



Displays



www.visplay.com



Product solutions for retail interiors.