



SPORTSKITCHEN
SELECTED PRODUCTS

SPORTSKITCHEN E.K.
GÄRTNERPLATZ 6
80469 MÜNCHEN
TEL +49.89.2601 1965
FAX +49.89.2601 8296
MAIL@SPORTSKITCHEN.DE
WWW.SPORTSKITCHEN.DE
INHABER: SEBASTIAN BERG

SPORT + MODE // 08. JUNI 2008

PASTA & PERFORMANCE

Beim Kochen kam die Idee, ein Sportgeschäft zu gründen. Und die Küche spielt bei Sportskitchen auch weiterhin eine Rolle, denn die beiden blutjungen Inhaber Sebastian Berg (geb. Westerhoff Anm.d.R.) und Reinhard Scheible haben ihr ganz eigenes Kochrezept, Sportbekleidung zu präsentieren

Beim Eintritt in das Sportgeschäft am Münchner Gärtnerplatz Nummer 6 ziehen schwarz-weiße Karos das neugierige Auge an. Schwarz-Weiß auf Himbeergrund macht Lust auf ein leckeres Dessert, aber auch auf Einkäufen. Zoom auf die Produkte: Das stylische Ambiente entpuppt sich als Sportbekleidungssortiment mit Coolness-Faktor.

Die beiden Sportökonomien Sebastian Berg (28) und Reinhard Scheible (29) gingen am 3. März mit Sportskitchen an den Start. In dem 120 qm großen Shop, der außerdem von drei Aushilfen betreut wird, bieten sie hochwertige Bergwear, Golfwear und trendige Sportswear plus interessanten Accessoires.

Die Ware muss allerdings dem ausgewählten Geschmack der beiden Inhaber gerecht werden. „Denn was überall geht, geht bei uns gerade nicht“, meint Sebastian Berg im Gespräch mit sport+mode überzeugt. Vom Begriff Outdoor wollen sie sich distanzieren, und auch mit der Bezeichnung Streetstyle identifizieren sie sich nicht.

Sportmode, die sich nur durch bunte Farben legitimiert, wird bei Sportskitchen nicht akzeptiert. Vor allem auf die Schnitte legt Berg, der den Einkäufer-Part im Sportskitchen-Team übernommen hat, wert. Darüber hinaus spielt natürlich auch die gute Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Händler eine wichtige Rolle. So finden sich aktuell Funktionsteile von Peak Performance und The North Face, Sportswear von J. Lindeberg, Jeans von Nudie oder Golfbekleidung von Puma auf der Verkaufsfläche.

Berg und Scheible haben sich bei ihrer Orderpremiere vor allem nach dem eigenen Stilempfinden gerichtet, das sie sozusagen als Maßstab für ihre Zielgruppe setzen. Diese erkennen sie insbesondere in der Szene am Gärtnerplatz, „die mit In-Cafés, Bistros und dem Staatstheater eine kleine Welt für sich ist“, erzählt Berg. Mit einem Slogan versucht der frisch gebackene Sporthändler, Shop-Konzept und Zielgruppe zu charakterisieren: „Wir haben uns das Motto ‚Ein Tag am Berg mit Freunden‘ ausgesucht. Die Eintagestour, die Betonung der gemeinsamen Aktivität und der Spaß am Sport soll sich auch in unserem Sortiment widerspiegeln. Nach dem Tag am Berg geht's wieder in die City. Das bedeutet, dass wir nicht nur bergtaugliche Bekleidung haben, sondern auch die sportinspirierte Mode für danach“, führt Berg weiter aus.

After Sports – an diesem Punkt greift nun das Element Küche, das ja schon im Geschäftsnamen anklingt. Nicht nur dass Sportskitchen die Kochbücher der englischen Koch-Ikone Jamie Oliver verkauft. Berg und Scheible organisieren außerdem im Geschäft kleine Koch- und Genießerzirkel am großen, hölzernen Küchentisch, der aus den Überresten eines echten Heustadels zusammengezimmert ist.

„Neulich haben wir einen Dämmerchoppen mit Brotzeit und Wein veranstaltet“, berichtet der Mitinhaber und kündigt schon einen Pasta- und einen Dessertkochkurs für die nahe Zukunft an. Aber auch nach draußen zieht's das Sportskitchen-Team mit seinen Kunden etwa zu gemeinsamen Wanderungen oder zum Golf-Schnuppertag.

Nun kommt das Gespräch auf die Vorgeschichte von Sportskitchen. „Ja, das war so“, holt der aus dem Sauerland stammende Berg aus und erinnert sich an seine Kindheit und Jugend: „Damals reiste ich mit meinem Vater öfter nach München zum Skifahren und träumte davon, später einmal ein Sportgeschäft zu betreiben“. Der Traum wurde wahr – aber zuvor arbeitete sich Berg zusammen mit seinem heutigen Kompagnon Reinhard Scheible an der Münchner Universität durch das Studium der Sportökonomie, das Berg noch mit dem Fach Freizeit- und Leistungssport ergänzte. „Gegen Ende des Studiums hatten wir die Idee, innovative Konzepte für Sportgeschäfte zu entwickeln und zu verkaufen“, erzählt der 28-Jährige. Als Resonanz auf diese Idee seien die beiden allerdings gefragt worden: Wenn ihr wisst, wie's funktioniert, warum eröffnet ihr nicht selbst ein Sportgeschäft?



Das war der Startschuss für Sportskitchen. Beim gemeinsamen Kochen mit Freunden kam die Inspiration für das heutige Konzept. Die gemeinsame Diplomarbeit der beiden Studienkollegen war quasi der Businessplan des Geschäfts.

„Wir haben daraufhin eine Lokalität am Gärtnerplatz gesucht, wir wollten unbedingt in dieses Viertel“, sagt Berg. Auch dieser Wunsch ging in Erfüllung. Um bekannt zu werden, setzten die beiden Unternehmer gleich die Münchner Lokalpresse auf den Plan. Die nahmen das Thema dankbar auf und nun findet man Sportskitchen beispielsweise im Stadtmagazin, in einem Stadtführer oder in Designguides wieder.

Von ihrem Selbstverständnis her wollen die beiden Inhaber, die sich keinem Einkaufsverband angeschlossen haben, bewusst anders ihr Geschäft führen.

„Wir kommen nicht von der kaufmännischen Seite her, obwohl wir auch Erfahrung aus dem Handel mitbringen“, begründet Berg seine Position und fügt hinzu: „Wir wollen nicht über den Preis arbeiten, sondern kreativ werden.“ Auch eine Extraportion Kultur kann er sich für Sportskitchen vorstellen: Fotoausstellungen in den Laden holen oder ab und zu einen Bergfilm zeigen. Mit den angebotene I-Pods, die in knalligen Farben auf dem Board hinter der Kasse stehen, wird schon jetzt der Bogen zur Musik gespannt. Jeglichem Idealismus zum Trotz haben Berg und Scheible auch wirtschaftliche Ziele im Blick. Für Sommer 2008 steht der Break-Even auf ihrer Agenda.