



Zürcher Genusswelt

Fotos (19): Interstore Design/Daniel Horn

Das Warenhaus Jelmoli „The House of Brands“ in Zürich hat nach einer kurzen Umbauphase seine Food-Abteilung wiedereröffnet. Das Design entspricht dem einer Markthalle, mit einem Mietermix aus regionalen Anbietern im Top-Qualitäts- und Preissegment.

von Winfried Lambertz

„Wir wollen den Slowfood zelebrieren, die Gegenbewegung zum mehrheitlich uniformen und schnellen Nahrungskonsum“, sagt Franco Savastano, Geschäftsführer des Zürcher Traditionskaufhauses Jelmoli. Obwohl die Anfang der 90er-Jahre im Untergeschoss eingerichtete „Jelmoli Gourmet Factory“ seit jeher einen guten Ruf genoss, stand sie in den letzten Jahren doch klar im Schatten der Feinkostabteilung des nur wenige Meter entfernten Warenhauses Globus. Mit der Eröffnung des neuen „Jelmoli Food Market“ möchte Jelmoli nun die Nummer eins unter den feinen Lebensmittel-Adressen an der Bahnhofstraße werden. Und die Chancen dafür stehen gut.

Mit einer konsequent nach dem Markthallenprinzip gestalteten, rund 2.000 qm großen Fläche im Untergeschoss des Hauses besitzt die Abteilung ein Alleinstellungsmerkmal. Regionale Anbieter inszenieren eine breite Auswahl an hochwertigen Produkten aus den Be-

reichen Fleisch, Fisch, Gemüse und Früchte, Brot, Käse und Wein und der mediterranen Genusswelt. Wie vorher auch, können die Spezialitäten gleich vor Ort verzehrt werden. Die meisten Spezialisten stellen Sitzplätze zur Verfügung und servieren ihren Kunden je nach Tageszeit ein Frühstück, einen Lunch, einen Nachmittagstee oder ein delikates Abendessen.

Käse-Humidor

Zu den Highlights zählt der schweizweit erste Käse-Humidor mit eigenem Käsefondue-Bereich zum mitnehmen oder dort essen. Die Schaubäckerei Buchmann im Nostalgie-Look produziert das Brot direkt im Markt, die Metzgerei Kauffmann ist in der Schweiz bekannt als Anbieter hochwertiger Spezialitäten aus den Bereichen Frischfleisch, Charcuterie und Traiteur. Eine Schweizer Premiere ist der Shop-in-Shop der deutschen Start-up-Firma Wonderspots, die sich auf das Angebot von

Frozen Joghurts spezialisiert hat und in Berlin 3 Verkaufspunkte unterhält.

Die Anordnung der „Marktstände“ auf dem dreieckigen Grundriss wirkt verschachtelt, der Besucher muss sich das Angebot des Marktplatz erschließen. Auf eine Kundenführung mittels Wegeleitsystem wird verzichtet. Stattdessen geben großformatige, stimmungsvolle Schwarzweiß-Fotografien mit Motiven aus der Produktion eine erste Orientierung.

Jelmoli Food Market

Adresse Seidengasse 1, Zürich/Schweiz
Eröffnung 8. April 2014
Verkaufsfläche 2.150 qm
Lage Untergeschoss im Warenhaus
Konzeption und Planung Interstore Design
Ladenbau Schweitzer Project
Beleuchtung Oktalite
Kassentische SCS
Investitionen 6,5 Mio. SFR



Jelmoli Food Market: Auf rund 2.000 qm Fläche wird regionale und internationale Feinkoste angeboten im Stil einer Markthalle. Die Kunden können die Lebensmittel direkt vor Ort verzehren



Die Farben des Raumes sind eher dezent und bilden einen ruhigen Hintergrund für die oft farbenfrohen Sortimente. Über der optischen Vielfalt des Angebots steht eine gemeinsame „Designklammer“ mit dem olivgrünen Branding von Jelmoli.

Durch den Industrieboden in Dunkelgrau, offene dunkle Decken mit sichtbaren Installationen sowie durch rohe, teilweise massive Betonstützen und -wände erhält die Verkaufsfläche eine loftartige Wirkung. Für die Planer von Interstore Design waren die unterschiedlichen Deckenhöhen eine besondere Herausforderung. Abgehängte Rigips-Decken und helle, naturbelassene Holzpaneele lockern die Deckengestaltung optisch auf und akzentuieren die Highlight-Abteilungen.

Serviceorientierung

In der von Mövenpick betriebenen, rund 200 qm großen Weinabteilung wurde die niedrige Decke

durch Spiegelglas optisch „entschärft“. Die geschwungene Wandregalierung, in der ca. 1.200 verschiedene Weinsorten Platz finden, ist aus weiß lackiertem, filigran wirkenden Stahl gefertigt. Spirituosen werden in weiß lackierten Holzregalen präsentiert. Im Lebensmittel-Trockensortiment (Süßwaren, Feinkostprodukte) und in der Getränkeabteilung kommen funktionale, weiß lackierte Stahlregale mit Gitterböden zum Einsatz.

Kennzeichnend für das Beleuchtungskonzept im „Jelmoli Food Market“ ist der Wechsel aus LED-Paneelen und schwarz lackierten Richtstrahlern. Große, in dekorativem Rot gehaltene Lampenschirme, ebenfalls mit LED-Leuchtmitteln ausgestattet, verleihen der Check-outzonen mit ihren 7 Kassen eine besondere gestalterische Note.

Das Jelmoli – „The House of Brands“ ist bei den Kunden bekannt für seine starke Serviceorientierung. Diese findet im Food Market

ihre Fortsetzung. Jelmoli bietet Home Delivery, einen Catering-Service und Kochkurse an. Ein „Food Services Counter“ bietet Beratung und Unterstützung bei Einkaufsfragen und zu Themen wie Rezepte oder Zubereitung einer Speise. Für persönliche Besprechungen auf Terminvereinbarung steht ein Beratungszimmer im Food Market zur Verfügung.

Der neue „Food Market“ von Jelmoli stellt zweifellos eine Bereicherung des an Höhepunkten gewiss nicht armen Einzelhandelsangebots in Zürich dar. „Bereits der Einkauf fürs Essen wird bei uns ein Genuss“, verspricht Franco Savastano. Wer neben frisch serviertem Slowfood doch lieber die schnelle Küche bevorzugt, wird bei Jelmoli ebenfalls fündig. Das Fastfood-Angebot reicht vom klassischen Burger über vegetarische Kost bis hin zu asiatischen Schnell-Gerichten.

www.jelmoli.ch