



**Adresse:** Bahnhofstraße 88, 8001 Zürich, Schweiz  
**Eröffnung:** März 2014  
**Größe:** 3000 m<sup>2</sup>, vier Etagen  
**Architektur:** Interstore Design, Zürich, Schweiz  
**Ladenbau:** Schweitzer Group (Schweitzer Project & Inte-force) Naturs, Italien  
**Licht:** Lichtkompetenz, Schweiz  
**Fotos:** Interstore Design / Daniel Horn



## PKZ WOMEN, ZÜRICH ERLEUCHTUNG FÜR DIE BAHNHOFSTRASSE

DER SCHWEIZER MULTILABEL-FILIALIST PKZ HAT SEIN ZÜRCHER FLAGGSCHIFF UMGEBAUT. ES HEIßT JETZT NICHT MEHR FELDPAUSCH, SONDERN PKZ WOMEN, BIETET AUF VIER ETAGEN AUSSCHLIEßLICH MODE FÜR FRAUEN UND TAUCHT DIE TEUERSTE EINKAUFSTRASSE DER SCHWEIZ IN EIN NEUES LICHT – DANK EINER LED-KUNSTINSTALLATION IM SCHAUFENSTER.

Das etwas in neuem Licht erscheint, ist eine Redewendung, die in Texten immer wieder gerne eingesetzt wird. Doch passender als bei PKZ Women ist sie selten, denn der neue Flagshipstore des Schweizer Multibrand-Filialisten lässt einen Teil der Zürcher Einkaufsmeile Bahnhofstrasse tatsächlich neu erstrahlen. Anstatt Schaufensterfiguren mit den neuesten Trends zieht ein Kunstwerk des Briten Julian Opie die Passanten an – ein 50 m<sup>2</sup> großes, grelles LED-Bewegtbild mit stilisierten, laufenden Menschen erleuchtet die Straße.

Das Kunstwerk hat in Zürich für viel Gesprächsstoff gesorgt. Und auch der Laden selbst war zur Eröffnung in aller Munde. Denn mit Marken wie Armani, Akris Punto, Marc Cain, Boss, Hugo, Windsor und Michael Kors auf rund 3000 m<sup>2</sup> ist der neue Store der größte Premium Womenswear-Laden der Schweiz. Hinter dem Flaggschiff steht ein neues Konzept, das von Interstore Design entworfen und von Interforce als Generalunternehmer umgesetzt wurde und gestalterisch neue Maßstäbe setzt. 12 Millionen Franken – also rund 9,8 Millionen Euro – hat der Umbau das Unternehmen gekostet. Die von 2500 auf 3000 m<sup>2</sup> erweiterte Verkaufsfläche verteilt sich über vier Etagen. In der dritten gibt es ein Restaurant mit Terrasse mit rund 150 Sitzplätzen, das auch nach Ladenschluss geöffnet sein soll. „Wir müssen alle Sinne ansprechen“, erklärt PKZ-Inhaber Olivier Burger. Dazu gehört auch Technik: In einer iPad-Lounge sollen Kunden entspannen und nach Artikeln suchen können, die ihnen beim Rundgang durchs Haus entgangen sind.

Besonderes Augenmerk wurde bei der Gestaltung auf Offenheit und eine freundliche Um-

gebung gelegt. Die Kunden sollen sich willkommen fühlen, betont PKZ immer wieder. Dazu wurden die einzelnen Bereiche neu gegliedert. „Wir haben uns viel überlegt im Merchandising und alles – die Shops, die Multibrand-Flächen, die Stammabteilungen – neu zueinander in Beziehung gesetzt“, sagt Olivier Burger. So gibt es deutlich mehr liegende Ware und Themen-Tische, dazwischen immer wieder dazu passende Schuhe, Taschen und Accessoires. „Marktanteil gewinnen Sie heute nur durch Impulskaufe“, ist Burger überzeugt. Von der Decke hängen weiße Stangen mit Ösen, in die die Kleiderbügel einfach eingehängt werden können. Mode am Haken, quasi. Dazu sind im Haus über 100 Schaufensterfiguren und Büsten aufgestellt, auf denen die neuesten Looks und Trends präsentiert werden.

Zeitgleich mit der Eröffnung wurde ein weiterer wichtiger Schritt für das Unternehmen getätigt: Zehn weitere DOB-Stores des Unternehmens wurden in PKZ umbenannt, damit laufen nun alle 45 Häuser unter PKZ. Auch gibt es jetzt mit PKZ.ch nur noch einen Onlineshop. Inhaber Olivier Burger verspricht sich von der Fokussierung auf einen Markennamen mehr Stringenz in der Sortimentsführung, bei Prozessen und in der Kommunikation.

Umgebaut wurde der Laden ziemlich schnell, nämlich in nur drei Monaten. Nach Angaben der Architekten von Interstore Design wurde das Gebäude nur dort verändert, „wo es notwendig war“, ansonsten wurde die bestehende Architektur in den Neubau integriert. Für neuen Glanz mit altem Charme.