



Ein Blick in die Gastronomie von Eataly in Paris (Italien). In Italien unterhält Oscar Farinetti elf weltweit weitverbreitete 17 Edelsupermärkte.

GASTROKONZEPTE

Direkt auf den Tisch ...

... oder doch in den Korb? Handel und Gastronomie gehen insbesondere im Ausland gemeinsame Wege. Wie erfolgreich, hängt ebenso von der Ganzheitlichkeit des Konzeptes wie von Originalität und Qualität des Angebots ab. Aber auch die landestypische Kultur sowie Entertainment-Elemente spielen mit hinein. // Rüdiger Oberschür



Bei Eataly Turin isst man an kleinen Tischen quasi zwischen den Lebensmittelregalen. Dazu gibt es eine große Auswahl italienischer Weine und Biere.

Ob Österreich, Schweiz, Italien, Russland, Japan oder die USA – im Ausland funktioniert die Symbiose aus Handel und Gastronomie auf vielfältige Weise: Rewe International etwa lässt in Wien die österreichisch-koreanische Starköchin Sohyi Kim (Foto u.) im Flagship-Store seiner Merkur-Kette kochen. Schlicht „Kim kocht“ heißt das Restaurant am Hohen Markt, das seit knapp zweieinhalb Jahren mit seiner asiatisch inspirierten Fünf-Elemente-Küche in den dreigeschossigen Merkur-Supermarkt in-

Auswahl an „Kim kocht“-Gewürzen. Auch der österreichische Supermarktfilialist-Billa, der ebenfalls zu Rewe International gehört, bietet Gastronomie in seinen Corso-Filialen in Wien und Klagenfurt an. In Wien kooperiert man dafür mit dem österreichischen Catering-Unternehmen Do & Co und der Restaurant-Marke „Henry – The Art of Living“. Letztere ist selbst schon ein halb multipler Anbieter: In Henry-Restaurants können Kunden frisch zubereitete Speisen – zum Selbst-Zusammenstellen am Buffet oder portionsweise

Farinetti nach eigenen Angaben nur mit ausgesuchten Herstellern und Lieferanten aus Italien. Lavazza, Barilla und Parmigiano Reggiano sind einige davon.

Die Supermarktregale sind umringt von Bars, Restaurants und Demonstrationsschulen als kleine Kochschulen. „Eat. Shop. Learn“ untertitelt der 60-Jährige sein weltweit erfolgreiches Konzept. Für 30 Euro können Endverbraucher etwa im dreigeschossigen Mailänder Flagship-Store an der Porta Garibaldi in zwei Stunden lernen, was ein gutes Risotto aus-



Starköchin Kim Sohyi finden die Kunden im Merkur-Flagship-Store in Wien.



In Henry-Restaurants können sich die Kunden ihre Produkte aus dem Frischeregal aussuchen und direkt zubereiten lassen.



Das Gastrokonzept im Merkur-Supermarkt in Linz, Österreich.

tegriert ist und bereits mit zwei Gault-Millau-Hauben ausgezeichnet wurde.

Die Gerichte gibt es nicht nur im Merkur-Restaurant am Hohen Markt, sondern mit der Take-away-Linie „Kim kocht to go“ auch direkt im Erdgeschoss zum Mitnehmen. Alle im Restaurant verwendeten Produkte sind außerdem direkt in dem 2.000 Quadratmeter Verkaufsfläche zählenden Flagship-Store erhältlich. Ebenso die Kochbuchserie der 49-jährigen Chefin de Cuisine, die mit Ihrer Küche einen neuen Gastrotrend setzen möchte.

Damit der Kunde davon auch etwas mit nach Hause nehmen kann, führen alle 70 Merkur-Märkte der Alpenrepublik eine

angerichtet aus dem Frischeregal – genießen. Auch Billa selbst lockt österreichische Kunden mit gastronomischen Angeboten. Insgesamt besitzen sieben Billa-Filialen Gastronomiebereiche mit warmem Buffet.

Italienische Feinkost im Kettenformat

Italienische Küche und Feinkost bringt Oscar Farinetti mit seiner 2004 gegründeten Kette Eataly unter einem Dach zusammen. Eataly betreibt nach zehn Jahren am Markt bereits 28 Edelsupermärkte in Metropolen wie Rom (Seite 32), Chicago, New York, Florenz, Dubai, Istanbul und Tokio und das auf großer Fläche und meist mehreren Geschossen. Für die Auswahl kooperiert

macht. Die New Yorker Eataly-Filiale ist ein regelrechtes Feinkostlabyrinth, eine Food-Mall an der 5th Avenue mit Wein-Shop, Gelateria, einer ganzen Hand voll To-go-Angeboten aus Focacceria, Rosticceria und Pasticceria sowie sieben Restaurants für Fisch, Fleisch, vegetarische Küche, Pizza, Pasta und mehr.

In den kommenden zwei Jahren sollen neun weitere Eataly-Filialen in Europa eröffnen – sechs davon im Heimatland Italien, aber auch eine in Deutschland. Dazu drei in Nord- und Südamerika, weitere drei in Japan sowie eine in Russland.

In Russland ist Systemgastronomie in Kombination mit Lebensmitteleinzel- >>



Das Eataly in Rom: Die 23 Slow-Food-Restaurants verteilen sich über vier Stockwerke. Hinzu kommen zahlreichen Delikatessstände.



Das Eataly in Piacenza (Italien) erstreckt sich über mehrere Ebenen. Das Konzept muss dabei stimmen – kulinarisch und verkäuferisch.



Das Konzept des Azbuka-Marktes in St. Petersburg mit Gastronomie wurde von Schweizer Projects und Interstore erarbeitet.

» handel seit rund zehn Jahren ein Thema. Vorreiter im konzeptionellen Bereich ist der russische Supermarktfilialist Azbuka Vkusa, der 1997 von den Unternehmern Maxim Koscheenko and Oleg Lytkin gegründet wurde und heute 90 Stores in Metropolen wie Moskau, St. Petersburg und Leningrad umfasst. Azbuka Vkusa gehört zu den 50 größten Retailern des Landes.

Schwacher Rubel bremst Ideen

Hier versucht man mit hochwertiger Ware wie etwa hausgemachten Produkten, mit Showkochen und Verkostungen Kunden zu überzeugen und eine Kombination aus Handel und Systemgastronomie zu etablieren. Eine frische Produktion von Säften und Smoothies, Brot, Pizza und der russischen Spezialität Pirogi, aber auch eine Kaffeerösterei und eine Schokoladenpro-

duktion mit feinsten Bohnen und einem exklusiven Schokoladenbrunnen gehören dazu. Ergänzt werden die Store-Konzepte durch eine Chef-Show-Kitchen mit Spezialitäten-Kochen und Kochduellen. Die wirtschaftliche Krisensituation und der schwache Rubel dürften Ideenimporte derzeit allerdings ebenso hemmen wie kostenintensive Umsetzungen, fehlendes Know-how und Fachleute.

Authentizität und Einfachheit schätzt man in der Schweiz. In der Bankenmetropole Zürich sticht vor allem Jelmoli hervor. Einst als Gourmet Factory in den 1990er-Jahren gegründet, firmiert Jelmoli seit der Neueröffnung im Frühjahr 2014 als Food Market und verdankt seinen Ruf vor allem einem hochqualitativen Lebensmittelangebot. Das Motto: „Spezialisten verkaufen Spezialitäten.“ Eines der High-

lights ist ein Käse-Humidor, den der Hersteller Natürli Zürioberland im Jelmoli Food Market betreibt.

Begehrter Käsekeller

Der begehrte Käsekeller aus lokaler Kernbuche, Tuffstein und Glas ist mit rund 250 erlesenen Käsesorten aus der Region Zürich, Frankreich, Italien, England und Spanien ausgestattet. 23 ökologisch produzierende Käsereien aus dem Zürcher Oberland tragen zum Angebot bei.

Unter dem Label „natürli us de Region Zürcher Berggebiet“ sollen die Produktion und die unabhängige Vermarktung regionaler Milch- und Käsespezialitäten gefördert werden. Diese sind als Take-away erhältlich, können aber auch als Fondue oder Raclette vor Ort verzehrt werden. Eine Schweiz-Premiere gibt es zudem mit

dem Shop-in-Shop-Konzept des Berliner Frozen-Yoghurt-Anbieters Wonderpots. Auch der hauseigene Beef Grill „New York Style“ ist erst der zweite seiner Art nach St. Moritz. Das bei 800° C gebratene Fleisch wird vor Ort serviert oder ebenfalls zum Mitnehmen angeboten. Über die Schulter eines Bäckers schaut der Kunde bei der Bäckerei Buchmann, wo er das Brot direkt aus dem Ofen kaufen kann. Sushi-, Gemüse- und Weinangebote sollen das ganzheitliche Angebot abrunden.

Verzahnung von Handel und Systemgastronomie

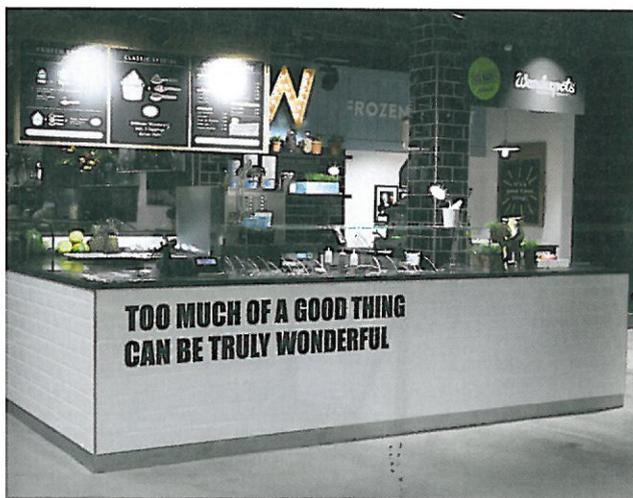
Mindestens so wichtig wie das Einkaufen sei bei Jelmoli das Genießen vor Ort, heißt es seitens des Unternehmens. Die meisten Anbieter stellen Sitzplätze zur Verfügung und servieren ihren Kunden Frühstück, Znüni (Snacks), Lunch, Nachmittags-tee oder auch ein anspruchsvolles Abendessen.

Unter dem Namen Food Service offeriert Jelmoli Leistungen wie Home Delivery, Food Abos sowie einen Catering- und Geschenk-Service. Großen Wert legt man zusätzlich auf Einkaufsberatung. Die gibt es am Food Services Counter, sie reicht von Kochtipps über Zeitplanung bis zur Gästebewirtung, gibt aber auch Hilfestellung beim Einkauf vor Ort. Für persönliche Besprechungen nach Terminvereinbarung steht Kunden ein Beratungszimmer im Jelmoli Food Market zur Verfügung. Alles in allem ideenreiche Schweizer Beispiele für eine erfolgreiche Verzahnung von Handel und Systemgastronomie. //

INFO

Das Fazit: Viele Wege führen nach Rom ...

Es gibt keine Formel, durch die die Kombination von Handel und Gastronomie zum Erfolg wird. Aber es gibt gute Beispiele, die zeigen: Gastrokonzepte im Handel funktionieren. Gastronomie am PoS ist kein Mittel zum Zweck – mit Blick auf den Geldbeutel der Kunden –, sondern ein Alleinstellungsmerkmal, das durch seine Güte überzeugt und echten Mehrwert bietet.



Als Shop-in-Shop im Jelmoli Food Market vertreten: der Berliner Frozen-Yoghurt-Anbieter Wonderpots.

Käse zum Mitnehmen oder als Fondue vor Ort: Der Humidor von Natürli ist selbst in der käseverwöhnten Schweiz eine Besonderheit.



Foto: Azbuka-Store, Billa, Merkur Eataly, Jelmoli, Km, Kocht