



Store Check Edeka Zurheide

Text: Snjka Dominique Fotos: Georg Lukas

◁ Die Lichtinstallation soll eine optische Verbindung zwischen Erd- und Untergeschoss schaffen.

und die Produkte in den Vordergrund rücken. Auf der gleichen Etage serviert das Gourmet-Restaurant Setzkasten ein komplettes Vier-Gänge-Menü. Wer dort essen möchte, benötigt eine Reservierung.

Heinz Zurheide, der mit seinen Söhnen Marco und Rüdiger Zurheide die Geschäfte der acht Filialen führt, will etwas Besonderes bieten: Und so finden sich in der Obst- und Gemüseabteilung neben Orangen und Bananen auch Cherimoya, Bananenblätter und Salak. Die Salatbar in der Obst- und Gemüseabteilung bietet etwa 50 verschiedene Salate und eine Auswahl an Desserts. In drei Schnippelküchen werden Salate, Convenience-Artikel und vegetarische Produkte zubereitet. Produkte aus biologischem Anbau gibt es in der Abteilung dahinter. Die wirkt mit ihren >



MARKT DATEN

- > **Adresse:** Berliner Allee 52, 40212 Düsseldorf
- > **Öffnungszeiten:** Mo–Sa 8–22 Uhr
- > **Eröffnung:** 22. März 2018
- > **Gesamtfläche:** 10.000 m²
- > **Artikelanzahl:** > 60.000 Artikel
- > **Mitarbeiterzahl:** Planung: ca. 270 Mitarbeiter

Einkaufstour mit Erlebnissen

Das Frischecenter Zurheide im Düsseldorfer Crown-Komplex erinnert mit den Warenwelten, Restaurants, Cafés und Bars an eine Mall. Hier geht es nicht nur um den Einkauf, sondern darum, etwas zu erleben.

Das Wort „Gourmet-Tempel“ gefällt Kaufmann Heinz Zurheide nicht. Noch weniger, wenn es heißt, er habe mit dem neuen, 10.000 Quadratmeter großen Flagship-Store im Crown-Komplex in Düsseldorf die Messlatte noch etwas höher hängen wollen. Vielmehr soll die achte Filiale der Frischecenter Zurheide eine Weiterentwicklung der aktuellen Zurheide-Märkte sein, angepasst an die Strukturen der Innenstadt – und eine breite Zielgruppe bedienen. Unter den 65.000 Artikeln finden sich sowohl Preiseinstiegsartikel als auch höherpreisige Produkte.

Nur noch die beiden Rolltreppen zwischen Ober- und Untergeschoss erinnern daran, dass hier einmal eine Filiale des Warenhausbetreibers Galeria Kaufhof war. Zwei Jahre hat der Umbau gedauert und Kosten in zweistelliger Millionenhöhe verschlungen. Entstanden ist

ein Supermarkt, der mit seinen Abteilungen, Bars und Restaurants an eine Mall erinnert: Die Abteilungen stellen eigene Warenwelten dar, die als Shop-in-Shop-Konzepte in den Markt integriert sind und fließend in einander übergehen. „Künftig wird es immer mehr darum gehen, den Endverbrauchern ein inszeniertes Einkaufserlebnis anzubieten“, glaubt Zurheide.

Mit Pâtisserie und Pastamanufaktur

Dieses Erlebnis beginnt am Eingang im Erdgeschoss: In der hauseigenen Pâtisserie stellt ein Konditoreiteam französische Törtchen, Trüffel, Bruchschokolade und Amarettini nach sizilianischem Rezept her. Das Ladenlayout ist in Zusammenarbeit mit Interstore und Schweitzer Project entstanden. Design, Material und das grafische Konzept sollen eine einheitliche, direkte Sprache sprechen



Wir versuchen immer das zu machen, was kein anderer macht.

Heinz Zurheide
Geschäftsführer



△ An der Saft- und Smoothiebar gibt es frische Obst- und Gemüsesäfte. Dort kann man sich auch Smoothie-Bowls zubereiten lassen.



△ Die Süßwarenabteilung ist als Shop-in-Shop-Konzept in den Markt integriert.



„Künftig wird es immer mehr darum gehen, den Endverbraucher ein inszeniertes Einkaufserlebnis anzubieten.“

Heinz Zurheide
Geschäftsführer

Regalen in Holzoptik und der warmen Beleuchtung wie ein eigener Markt. Zum Bio-Sortiment gehören neben einer eigenen Mopro-Abteilung auch etwa 200 Bio-Weine aus sechs verschiedenen Ländern.

Im Untergeschoss befindet sich neben der Mopro-Abteilung auch eine Pastamanufaktur, in der handgemachte Nudelkreationen mit Trüffel-Füllung oder Bärlauch hergestellt werden. Der Shopper kann den Mitarbeitern dabei direkt über die Schulter schauen. An der spanischen Schinkenbar ein Stück weiter kann man Serrano-, Parma- und Ibérico-Schinken probieren. Nebenan befindet sich die Mozzarella-Bar. Der Markt ist in den ersten Tagen nach der Eröffnung gut besucht. Heinz Zurheide zieht ein positives Fazit: „Wir versuchen immer das zu machen, was kein anderer macht.“

Von der günstigen Variante bis zum edlen Tropfen finden Shopper auch in der Weinabteilung eine große Auswahl.



In der Mopro-Abteilung dominieren die Farben Weiß und Blau. Die Verglasung erlaubt eine gute Sicht auf die Ware.



Die Tiefkühlabteilung bietet viel Platz zum Schlendern. Das dunkle Layout lässt sie modern und einladend wirken.

Die Champagner Club Bar bietet ihren Gästen täglich zehn verschiedene Champagner im Ausschank. Auf der Karte finden sich mehr als 30 Champagnerhäuser mit über 150 verschiedenen Cuvées.



In der Pastamanufaktur produzieren die Mitarbeiter Nudelspezialitäten. Zum Beispiel handgemachte schwarze Pasta, die mit Sepia-Tinte gefärbt wird.



In der hauseigenen Pâtisserie stellt ein Konditoreiteam französische Törtchen, Trüffel, Bruschschokolade und Amarettini nach sizilianischem Rezept her.



HAPPY HOUR
à la **KLUTH**

Cashews Mango-Vanille
Edelnuss Mix gesalzen
Mandeln Cranberry-Sesam

UMSATZGLÜCK IM SNACK-REGAL.

www.kluth.com