

VSI-Beilage : Innenarchitektur/Design : Marktstände für den Untergrund

Objekttyp: **AssociationNews**

Zeitschrift: **Werk, Bauen + Wohnen**

Band (Jahr): **85 (1998)**

Heft 10: **Stadtentwicklungsprobleme am Beispiel Budapest = Problèmes de développement urbain à l'exemple de Budapest = Problems of urban development, exemplified by Budapest**

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Marktstände für den Untergrund

Zwischen 1996 und 1997 wurden die Lebensmittelabteilungen ***delicatessa der Globus AG im Glattzentrum Wallisellen, in Lausanne und in Basel von der Arbeitsgemeinschaft Stefan Zwicky und Stephan Müller, Zürich, umgebaut und neu gestaltet.

Globus ***delicatessa,
Glattzentrum Wallisellen, Basel, Lausanne,
1996–1997
Architekten: Stefan Zwicky, Stephan Müller,
Zürich

Die komplexe Aufgabe der Ladenraumgestaltung setzt eine frühzeitige und intensive Zusammenarbeit zwischen Innenarchitekt, Foodberater und Unternehmensvertreter voraus. Die Gestaltung des Verkaufsraums dient nicht nur der Umsatzförderung, sondern ist integrierender Bestandteil des Corporate Design eines Unternehmens. Ziel der erfolgreichen Merchandising-Architektur ist die Visualisierung der unternehmerischen Leistungen in einem verkaufsfördernden sowie kundenfreundlichen «Erlebnisraum».

Anstelle von individuellen Lösungen liegt den drei Ladenumbauten ganz im Sinne des Corporate Design ein übergeordnetes Gestaltungs-

konzept zugrunde. Die Raumorganisation und die architektonischen Elemente beziehen sich sowohl auf städtebauliche Strukturen wie auch auf die mediterrane Markthalle. Der offene Ladengrundriss wird mit markanten Orientierungspunkten, Haupt- und Nebenachsen sowie einfachen Warenträgern instrumentiert.

Die Lebensmittelabteilungen der Globus ***delicatessa zeichnen sich durch ein exklusives und breites Frischwarenangebot sowie durch Beratung und Bedienung aus. Diesem Umstand wurde mit der Innenarchitektur Rechnung getragen.

Die bedienten Frischbereiche wie Fleisch, Charcuterie, Come-

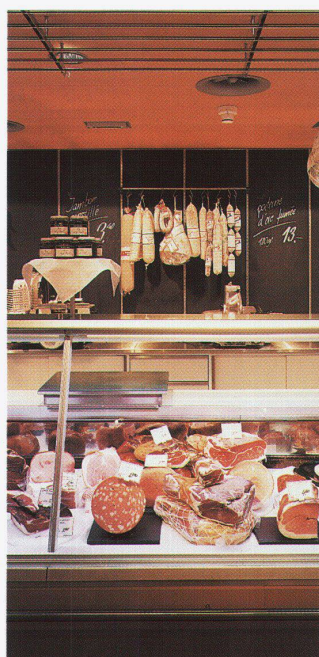
stibles, Traiteur, Brot und Käse sind als fixe «Marktstände» ausgebildet. Durch ihre identische Form, Grösse und Materialität sind sie Orientierungshilfe und Gliederungselemente zugleich. Der warme Ton des Buchenholzes harmoniert sowohl mit der sachlichen Umgebung als auch mit den bunten Esswaren. Anstelle eines einheitlichen Raumlichts werden die Kundenleitwege von Pendelleuchten akzentuiert und die Waren von Spots beleuchtet. Das Umfeld wird nicht nur durch die Lichtregie, sondern auch aufgrund der zurückhaltenden Farbgebung in den Hintergrund versetzt. Der Raum erhält dadurch eine eigenständige und authentische Atmo-



Lausanne
Traiteur



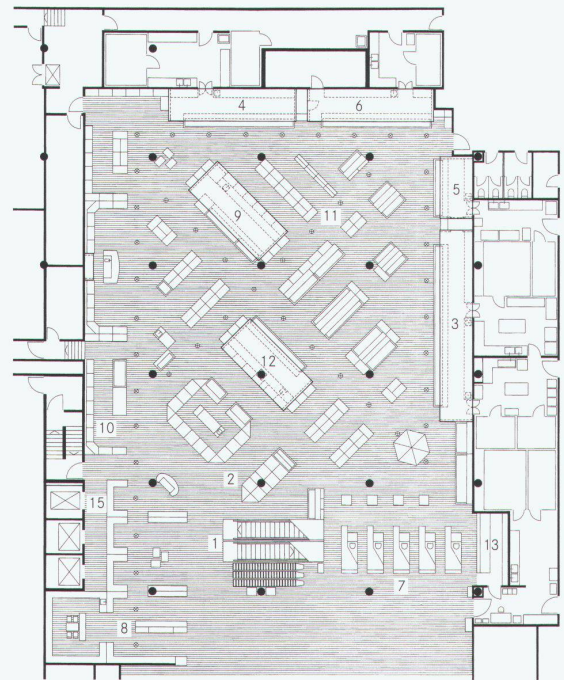
Charcuterie



Fleisch ▷ Viandes



Brot ▷ Pain



Glattzentrum

Weinabteilung ▶ Rayon vins

Comestibles und Traiteur ▶ Comestibles et Traiteur

Gesamtansicht von der Rolltreppe aus
▶ L'ensemble vu de l'escalier mécanique

sphäre, die fern von einer Imitation der «Oberwelt» ist.

In Basel umfasste der Umbau in erster Linie die Verbesserung der unbefriedigenden Erschliessung von EG und UG. Die zwei Geschosse waren bis anhin mit einer Rolltreppe und zwei Treppen verbunden gewesen, was den Gebrauch von Einkaufswagen auf beiden Etagen verunmöglichte. Mit zwei neuen, leistungsfähigen Liften verbessert das Projekt diesen organisatorisch schlechten Umstand. Die Platzierung der neuen Erschliessung erfolgte seitlich in der Mitte des langen Grundrisses. Ein von der Weinabteilung genutzter Luftraum verweist zusätzlich auf die Zweigeschossigkeit, denn es wird nur gekauft, was man auch sieht.

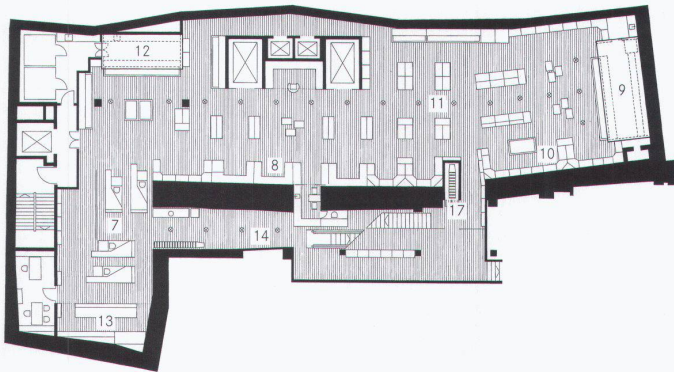
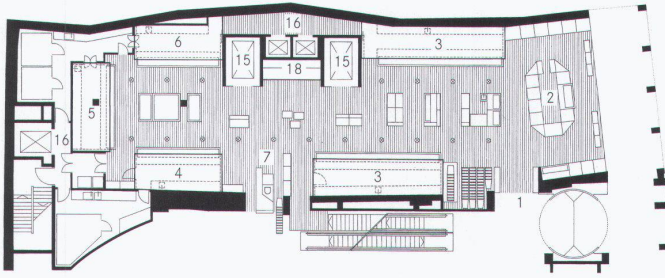
Die Ladenorganisation entspricht unter Berücksichtigung ökonomischer Überlegungen in der Regel dem Menüablauf. Am Eingang übernimmt die attraktive und sich saisonbedingt verändernde Früchte- und Gemüseabteilung eine Schaufensterfunktion.

Damit der Einkaufsablauf nicht nur logisch und animierend, son-

dern auch stressfrei vor sich geht, werden vermehrt Relaxzonen mit Konsumationsmöglichkeiten ins Ladenkonzept einbezogen. Das Warenhaus als Spiegel unserer Konsumgesellschaft wird in zunehmendem Masse Teil der Unterhaltungs- und Erlebniskultur. Shopping wird zum Freizeitvergnügen in einer entbehrungsfreien und unterhaltenden Welt. In Lausanne und im Glattzentrum konnte mit einer kleinen bedienten Café-Bar diesem Bedürfnis Rechnung getragen werden.

Mit den Ladenumbauten wird nicht nur die Unternehmensphilosophie gestalterisch anspruchsvoll umgesetzt, sondern auch eine authentische unterirdische Raumatmosphäre geschaffen.

Christina Sonderegger



Grundrisse Glattzentrum und Basel

▷ Plans

- 1 Eingang/Entrée
- 2 Früchte und Gemüse/
Fruits et légumes
- 3 Traiteur
- 4 Metzgerei/Boucherie
- 5 Comestibles
- 6 Charcuterie
- 7 Kasse/Caisse
- 8 Wein/Vins
- 9 Brot/Pain
- 10 Fernost/Produits d'Extrême-Orient
- 11 Kolonialwaren/Epices
- 12 Käse, Molkerei/Fromages,
produits laitiers
- 13 Kundendienst/Service à la clientèle
- 14 Ausgang/Sortie
- 15 Kundenlift/Ascenseur-clients
- 16 Lift Personal, Warenlift/
Ascenseur-personnel, monte-charges
- 17 Wägeli-Lift/Monte-chariots
- 18 Luftraum/Vide

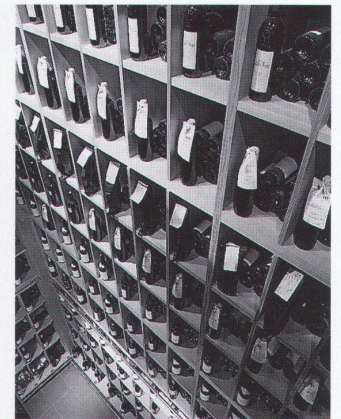
Basel

Grundriss EG ▷ Plan du rez-de-chaussée

Grundriss UG ▷ Plan du sous-sol

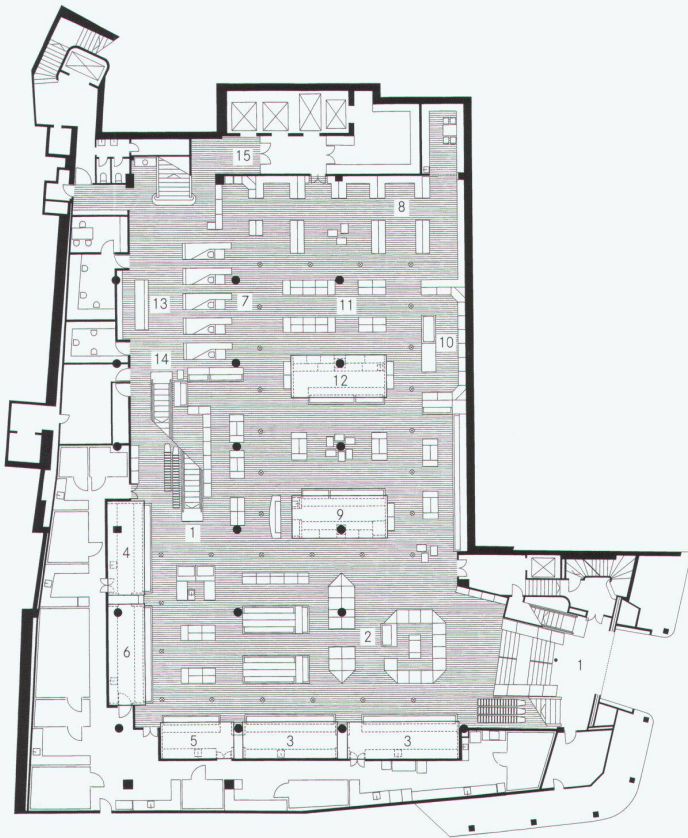


Blick auf Traiteur ▷ Vue sur le stand traiteur



Blick hinab in die Weinabteilung ▷ Vue plongeante sur le rayon vins

Blick auf Lift EG und Weinabteilung ▷ Vue sur l'ascenseur au rez-de-chaussée et le rayon vins



Grundriss ▷ Plan

- 1 Eingang/Entrée
- 2 Früchte und Gemüse/Fruits et légumes
- 3 Traiteur
- 4 Metzgerei/Boucherie
- 5 Comestibles
- 6 Charcuterie
- 7 Kasse/Caisse
- 8 Wein/Vins
- 9 Brot/Pain
- 10 Fernost/Produits d'Extrême-Orient
- 11 Kolonialwaren/Epices
- 12 Käse, Molkerei/
Fromages, produits laitiers
- 13 Kundendienst/Service à la clientèle
- 14 Ausgang/Sortie
- 15 Kundenlift/Ascenseur-clients

Lausanne

Früchte- und Gemüseabteilung ▷ Rayon fruits et légumes

Kundenleitweg ▷ Parcours-guide pour les clients

Café-Bar

Fotos: Oliver Schuster, Stuttgart