



# In diesem Laden ist Musik drin

Die Märkte des italienischen Feinkosthändlers Eataly sind eine Hommage an die Slow-Food-Bewegung. Nun hat das Unternehmen einen Flagshipstore in Mailand eröffnet, der sich in einem ehemaligen Rockmusik-Theater befindet. Und das sieht man dem Store an, er umfasst unter anderem eine Bühne für Musikshows.

von John Ryan

Bislang betrieb Eataly in der Wirtschaftsmetropole und zweitgrößten Stadt des Landes nur eine eher bescheidene Filiale. Das Unternehmen ist seit 2007 am Markt und hat in diesen 8 Jahren neben Märkten in seinem Heimatland Geschäfte in Dubai, Japan, der Türkei und den USA eröffnet.

Bereits seit 2007 betreibt Eataly in Mailand die kleine Filiale an der Piazza Cinque Giornate. Der neue, 5.000 qm große Markt im 1942 errichteten Teatro Smeraldo, einem Beispiel für die Architektur zur Zeit des itali-

enischen Faschismus, stellt eine ganz andere Dimension dar. Die steil emporragende Außenfassade ist im Eingangsbereich durch hohe Glasfronten geprägt, die sich über das Atrium hinaus bis zu dem von Michelin ausgezeichneten Sterne-Restaurant Alice erheben, das sich ebenfalls im Eataly befindet.

Eataly ist hier Teil des Teatro Smeraldo, das zahlreiche gastronomische Angebote, Kochateliers, eine Bühne für Musikveranstaltungen und im obersten Geschoss Konferenzräume beherbergt. Eataly Smeraldo ist ein Eldora-

do für Liebhaber der italienischen Kochkunst. Auch Eataly Smeraldo gleicht eher einer Kombination aus klassischem Wochenmarkt und kleinen Lebensmittel-Fachgeschäften.

## Lebensmittel-Theater

Der große Raum des ehemaligen Musiktheaters, in dem sich über viele Jahre musikalische Größen wie Bruce Springsteen und David Bowie die Ehre gaben, beherbergt nun zahlreiche Verkaufsstände, an denen frisches Obst und Gemüse feilgeboten werden. Die Waren werden





Bild links: Riesengedränge am Eröffnungstag  
Bild oben: Die Gastronomie im Markt ist ebenso wichtig wie der Produktverkauf

in Auslagen präsentiert, die mit ihren gestreiften Sonnensegeln an Marktstände erinnern.

Die übrigen Ebenen des Verkaufsraums – früher die verschiedenen Ränge des Theaters – beherbergen unterschiedliche Waren- und Dienstleistungsangebote. Bevor der Besucher sich jedoch in die oberen Geschosse begibt, bietet sich ein Rundgang durch das Erdgeschoss an. Hier kann man in einem „Backatelier“ beobachten, wie italienisches Brot hergestellt wird, in einer Pizzeria einen Snack zu sich nehmen, sich in einem Schokoladengeschäft mit einer Wand aus flüssiger Schokolade von allerlei Genüssen verführen lassen und eine Buchhandlung entdecken, die natürlich vor allem italienische Kochbücher führt.

Das gesamte Erdgeschoss ist eine Bühne für Lebensmittel, bei dem es ebenso sehr um Visual Merchandising wie um das eigentliche Produkt geht. Eataly-Gründer und Eigentümer Oscar Farinetti erklärt, dass die Verkaufsräumgestaltung eine Reaktion auf den vorhandenen Raum darstellt. „Das hier war früher ein Theater für Pop-Musik, und daran möchte ich in dem Geschäft erinnern. Die Musik ist ein fester Bestandteil unseres Konzepts.“

Wendet sich der Besucher der ersten Ebene zu, fällt sein Blick auf eine Bühne mit einer Glasbalustrade, die von fast allen Positionen im Geschäft aus zu sehen ist. Hier finden täglich Konzerte italienischer Sänger und kleiner Bands statt. Wer dorthin gelangen will,

nimmt eine der beiden Rolltreppen. Im ersten Obergeschoss erwarten den Besucher weitere Restaurants, eine Weinabteilung mit Weinverkostung sowie verschiedene Fachabteilungen. Wie im Erdgeschoss finden sich hier zahlreiche Shop-in-Shop-Bereiche, doch vor allem geht es darum, Lebensmittel und ihre Herstellung effektiv in Szene zu setzen. Farinetti: „Neben der Musik-Show zeigen wir hier, wie Mozzarella, Brot und frische Pasta hergestellt werden.“ Das Pasta-Atelier ist zu einer Seite mit einer Glasfront versehen, sodass die Besucher den Pasta-Spezialisten hinter der Glasscheibe bei der Arbeit zusehen können.

#### Pastamachern zuschauen

Mit dieser Transparenz, die Herstellungsprozesse zeigt, unterscheidet sich der Gourmet-Tempel in Mailand von anderen Eataly-Geschäften. „Eataly ist keine Kette wie McDonald's oder Starbucks“, sagt Oscar Farinetti. „Ich möchte, dass jeder Eataly unverwechselbar ist. So unterscheiden sich unsere Geschäfte in Bezug

auf ihre Größe und das Produktsortiment. Im Eataly Smeraldo stammen 40 Prozent der Lebensmittel aus Mailand und Umgebung. Außerdem setzen wir hier auf eine andere Möblierung und andere Materialien. Eataly, das ist eine Familie mit vielen Kindern. Zwar haben alle denselben Nachnamen, aber ansonsten hat jedes seine eigene Persönlichkeit.“

Des Weiteren erwähnenswert im ersten Obergeschoss sind die Frischfleisch- und Fischtheken sowie die Rohschinken, die vor der Wurst- und Käsetheke von der Decke herabhängen. Danach geht es auf die oberste Ebene, die weitere gastronomische Angebote, die Weinabteilung und zwei Räume für Kochkurse und Workshops beherbergt. Auch finden hier gelegentlich Verkostungen statt. Darüber befindet sich ein weiteres Geschoss mit Konferenz- und Veranstaltungsräumen.

Laut Farinetti wurde das neue Eataly in Mailand bislang gut angenommen, obwohl es in dieser Stadt auch schon vorher ein gutes Angebot an regionalen Lebensmitteln gab. Überhaupt werden die Eataly-Geschäfte im eigenen Land ebenso gut angenommen wie im Ausland, heißt es. Farinetti erklärt, er würde auch gerne in den Metropolen Paris und London Filialen eröffnen, doch er habe noch nicht die geeigneten Standorte gefunden.

#### Eataly Smeraldo

**Eröffnung** 18. März 2014  
**Adresse** Piazza XXV Aprile, Mailand  
**Verkaufsfläche** 5.000 qm  
**Geschosse** 4  
**Geschäfte weltweit** 27  
**Web** [www.eataly.it](http://www.eataly.it)

[www.eataly.it](http://www.eataly.it)