

Käsegeruch war gestern



© ZVG / Limitierte Rechte

Das Team der Heilsarmee-Brocki Gossau freut sich doppelt. Jetzt steht das Thema «Wohnwelten» im Mittelpunkt. Und der Käsegeruch ist weg.

Zwei Jahre ist es her, als die Brocki der Heilsarmee ihren Sitz von Winkeln ins Gossauer Industriegebiet verlegt hat. Seither lag auch ein ziemlich penetranter Käsegeruch in der Luft, der von einem Lager in der Nachbarschaft kam.

«Wir sind sehr froh, dass das Thema endlich vom Tisch ist», sagt Filialeiterin Renate Knüsli. Auch die Kunden hätten die Veränderung bereits bemerkt und ihre Freude kundgetan. Da im Untergeschoss der Filiale ein neues Geschäft eingezogen ist, wurde alles neu abgedichtet und ein Verbindungstor geschlossen; der Käsegeruch dringt nicht mehr ein. Der beseitigte Käsegeruch ist aber nicht die einzige Veränderung, die die Gossauer Filiale in den letzten Tagen und Wochen durchlebt hat. Die Einrichtung wurde nämlich angepasst und so genannte «Wohnwelten» geschaffen.

«Wir wollen den Kunden Ideen geben, wie sie ihr Zuhause gestalten können», sagt Knüsli. Das Sortiment umfasst neu also nebst Kleidern auch Möbel. Ausserdem wurde der Laden umgestaltet. In einer Ecke befinden sich vom Babybett über Bücher bis hin zum Schlafanzug alles für den Nachwuchs. Gleich daneben wird alles präsentiert, was Frau gebrauchen kann.

Utensilien für die Männer sind in einer anderen Ecke zu finden. Dazwischen finden sich immer wieder neue Präsentationen - sei es auf Tischen drapiert, auf einem Bett angeordnet oder in den zahlreichen Regalen. Auch das Cafe wurde um einige Tische und Stühle erweitert und lädt zum Verweilen ein. Ein ansprechendes Einkaufserlebnis zu schaffen, sei in der heutigen Zeit umso wichtiger, erklärt Knüsli. «Die Präsentation macht sehr viel aus.

Der Kunde kauft mit den Augen.» Gerade im Brockenhaus sei es nicht immer einfach, Wohnwelten zu schaffen. Schliesslich komme es vor, dass ein Stück am Morgen präsentiert und am Abend bereits verkauft werde. «Es steckt schon Arbeit dahinter», so Knüsli. Doch die tollen Reaktionen machten den Aufwand aber locker wieder wett.

Die Struktur und Ordnung im Laden falle positiv auf, ist die Filialeiterin überzeugt. Egal, ob Sammler, Antikliebhaber oder Schnäppchenjäger - alle sollen auf ihre Kosten kommen. Knüsli: «Vintage ist sehr gefragt, das spüren wir täglich.»

Publiziert am

18.12.2017