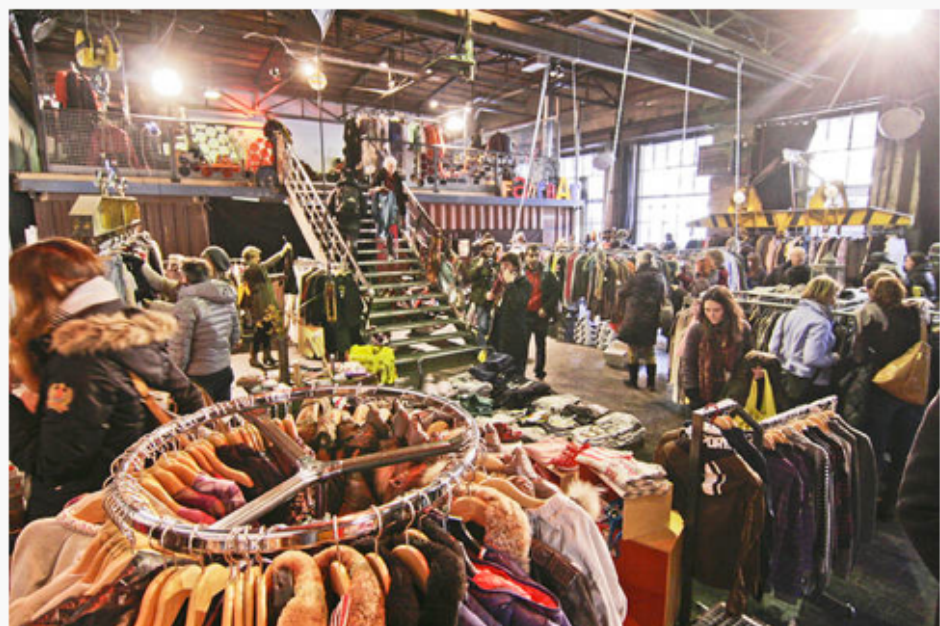


MÜNCHENSTEIN: AUSVERKAUF

31.01.2013

Stressfreies Stöbern nach stilvollen Schnäppchen



Für einmal Kauf- statt Tanzlust: «Die Wa[h]renlager» in der Fahrbar auf dem Walzwerk. Foto: Lukas Hausendorf

Drei Basler Boutiquenbesitzerinnen hoben vor einem Jahr «Die Wa[h]renlager» aus der Taufe. Heuer ging der stilvolle Lagerverkauf in die erfolgreiche zweite Runde.

Lukas Hausendorf

Manchmal ist der Rückzug aufs Land ein grosser Schritt nach vorne. «Aber da kommt doch niemand», musste Vanessa del Moral sich manchmal anhören. Trugschluss. Und wie die Leute kommen. Im Januar 2012 lancierte sie mit ihren Kolleginnen Petra Buchter und Manuela Hirt zum ersten Mal «Die Wa[h]renlager», einen Rampenausverkauf für das regionale Modegewerbe, und prompt war das Projekt von grossem Erfolg gekrönt. Am vergangenen Wochenende luden die drei Damen zur zweiten Ausgabe des einzigartigen Designerausverkaufs im Depot der Fahrbar auf dem Walzwerkareal.

Mit dabei waren heuer 23 sorgfältig ausgesuchte Geschäfte aus der Basler Innerstadt und näheren Umgebung, die in ihren Lagern Platz fürs neue Jahr schaffen wollten. Im einmaligen Industriecharme der ehemaligen Aluminiumverarbeitungsstätte boten die Labels und Boutiquen, die von Mode über Bikezubehör bis Möbel allerhand stark rabattierte Designware feil. «Jenseits von Wühltischhektik und Ausverkaufsramsch», wie die Macherinnen versprochen. Ein Versprechen das zog.

Bereits zur Eröffnung am Freitag brach die Kundschaft «wie ein Tsunami», so del Moral, über das Warenlager herein. Und bis Sonntagabend sollte es nicht anders sein. Tram-Anschluss mit Riksha-Shuttle und ein grosszügiges Parkplatzangebot auf dem Areal erleichterten der Mode affinen Kundschaft die Anreise. «Es ist deutlich entspannter und eine viel ansprechendere Umgebung als in der Stadt», fand die Tennikerin Sandra Bätcher, die für Mann und die beiden Söhne passende Schnäppchen fand.

Werbung fürs Kleingewerbe

Bei einem Besucheraufkommen von mehreren Hundert Kunden am Tag bot der Lagerverkauf den teilnehmenden Geschäften auch eine super Werbeplattform. Und dadurch, dass die Geschäfte nicht mit eigenen Ständen präsent waren, sondern die Ware vielmehr thematisch geordnet präsentiert wurde, entdeckte man auch allerhand Neues. «Es ist eine super Chance den Laden zu leeren und neue Kunden zu gewinnen», meint Schneiderin Verena Haerdi, deren Stoffe sich grossen Zuspruchs erfreuten. Profitiert vom Menschaufschlag hat selbstredend auch die Fahrbar, die dank des Modeausverkaufs viel neue Kundschaft gewinnen konnte.