

Der Landbote

ZRZ
Zürcher Regionalzeitungen

TAGBLATT VON WINTERTHUR UND UMGEBUNG

ANZEIGE



Getreidefeld als stummer Zeuge

In der Nähe von Unterstammheim zeugt es von einer einstigen Siedlung. **10**

Aus Kolumbien ins Schulzimmer

Entwicklungshelferin Walquiria Perez war zu Gast bei der 5a im Neuwiesen. **7**

Mit den Händen die Welt ertasten

Im Blindenmobil erfahren Schüler, was es heisst, nichts zu sehen. **9**



Stefanini-Stiftung will drei besetzte Häuser räumen lassen

Winterthur Die Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte hat entschieden, wie es mit den sieben besetzten Häusern in ihrem Portfolio weitergeht – drei Hausbesetzerkollektive müssen per Ende 2025 ausziehen.

Delia Bachmann
und **Till Hirsekorn**

Noch ist die «Gisi» das älteste besetzte Haus der Stadt. Doch voraussichtlich per Ende 2025 soll diese Besetzung wie auch zwei weitere in Veltheim und

Töss enden. Das hat die Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte (SKKG) als Eigentümerin der Häuser gestern bekannt gegeben. Sie will die Häuser sanieren und Platz schaffen für «günstige» Wohnungen und Gewerbesraum. Mit den Bewohnenden von

vier weiteren besetzten Häusern will die Stiftung einen Nutzungsvertrag abschliessen. Die Bewohnenden der besetzten Stefanini-Häuser sind im Kollektiv Häuservernetzung organisiert. Dieses spricht in einer Mitteilung von einem «Kuhhandel» und kündigt

Widerstand gegen die geplanten Räumungen an.

In der Politik gehen die Meinungen zum Entscheid auseinander. «Besetzte Häuser gehören zu einer Grosstadt», sagt etwa Roman Hugentobler (AL). Er sehe einen «grossen Verlust» für die

«alternative, nicht kommerzielle Kultur und die ausserparlamentarische Politik». Raphael Tobler (FDP) wiederum sagt, er freue sich über die «Verbesserung des Stadtbilds»: «Die Gebäude sind unterdessen ein Schandfleck für Winterthur.» **Seite 3**

Ein Verein sagt Grossverteilern den Kampf an

Faire Preise Der im Mai gegründete Verein Faire Märkte Schweiz will Bauern beim Kampf um eine angemessene Entschädigung für ihre Produkte unterstützen. Dazu lanciert er eine Notrufnummer für Landwirte, die sich von den Detailhändlerinnen schlecht bezahlt fühlen. Seine Pläne will der Verein heute präsentieren.

Hinter dem Verein stehen Markt- und Wettbewerbsexperten. Sie werfen Migros und Coop vor, ihre dominante Stellung auszunutzen, indem sie die Produzentenpreise drücken und über-teuerte Label-Produkte verkaufen. Die beiden Detailhändler weisen die Vorwürfe zurück.

Der Verein will Verdachtsfälle der Wettbewerbskommission des Bundes zur Überprüfung vorlegen – anonymisiert, damit sich die Bauern nicht outen müssen. Handlungsbedarf sieht auch der Bundesrat. Er hat angekündigt, die Markttransparenz und die Kostenwahrheit verbessern zu wollen, die aktuelle Situation behindere ein «nachhaltiges Einkaufsverhalten». (red) **Seite 19**

Mit Anwohnern geeinigt

Seuzach kann die Notunterkunft für Geflüchtete nun doch weiterbauen. **Seite 9**

Elgg wehrt sich gegen Windräder

Der Kanton zieht in Elgg Windräder in Erwägung. Der Gemeinderat nicht. **Seite 9**

Wetter

16° 23°
Wechselnd bewölkt mit Schauern.
Seite 16

Sie haben keine Angst vor Leerstand und Lädelerben



Winterthur Die Junge Altstadt macht mehr als Gutscheine und die schönste Weihnachtsbeleuchtung im Land. Ein Gespräch mit Präsident Remo Cozzio und Geschäftsführerin Bea Linder. (mig) **Seite 5** Foto: Madeleine Schoder

ANZEIGE

«Die Zahnärzte Ihres Vertrauens»
Rund um die Uhr - und länger als 365 Tage...
vwz.ch
Vereinigung Winterthurer Zahnärzte

ANZEIGE

SINGER/SONGWRITER

N°4
6-8. / 13-15.
Juli

6. JOËLLE FAVAZZO TRIO
7. JULIE FOX
8. SIVILIAN

↳fresh-openair.ch @freshwinterthur

Fresh

13. MY CUP OF TEA
14. TWO & THE SUN
15. SIBUNA

BYE CO₂

Open Air
Wartstrasse 34-44
Winterthur

100% PURE



Der Landbote Technoparkstrasse 5, 8401 Winterthur
Abo-Service 044 404 64 88, contact.landbote.ch
Inserate 044 248 40 30, inserate@landbote.ch



Redaktion 052 266 99 00, redaktion@landbote.ch
Leserbriefe leserbriefe@landbote.ch
Lesen Sie uns auch in der App oder auf der Website landbote.ch

Agenda	13	Anzeigen	
TV/Radio	15	Traueranzeigen	26, 28
Sport	29	Eulach-/Fahrzeugmarkt	6

Wochen-Hits

4.7. – 10.7.2023

20%

2.25
statt 2.85

Grill mi Fackelspiesse, IP-SUISSE
per 100 g,
in Selbstbedienung

16%

2.85
statt 3.40

Zuckermais
Schale, 440 g

20%

4.15
statt 5.20

Netzmelonen
Italien, pro Stück

40%

1.95
statt 3.25

**«Aus der Region.»
Schweinsnierstück-Steaks
mariniert, IP-SUISSE**
in Sonderpackung, per 100 g



Gültig von Do – So

Wochenend Knaller

ab 2 Stück
30%

Migros Bio Avocados
Peru, pro Stück, 1.35 statt 1.95,
gültig vom 6.7. bis 9.7.2023

Solange Vorrat.
Bei allen Angeboten sind M-Budget und bereits reduzierte Artikel ausgenommen.
* Die Bearbeitung Ihrer Personendaten erfolgt gemäss unserer Datenschutzerklärung, abrufbar unter [privacy.migros.ch](https://www.migros.ch/privacy).

3er-Pack
32%

9.95
statt 14.85

Kalbsbratwürste, IP-SUISSE
3 x 2 Stück, 840 g,
gültig vom
6.7. bis 9.7.2023

6er-Pack
50%

Aproz Mineralwasser
erhältlich in diversen Sorten,
6 x 1.5 Liter, 6 x 1 Liter und 6 x 500 ml,
z.B. Classic, 6 x 1.5 Liter, 3.10 statt 6.20,
gültig vom 6.7. bis 9.7.2023

MIGROS

Genossenschaft Migros Ostschweiz

Wöchentlich
Aktionen direkt
auf WhatsApp

Jetzt
scannen*



«Ein Laden geht, vier neue kommen»

City-Vereinigung Die Junge Altstadt ist 50 Jahre alt. Geschäftsführerin Bea Linder und Präsident Remo Cozzio loben die Pioniere von damals, ärgern sich über Velo-Rowdys und verraten, warum sie keine Angst vor Leerstand haben.

Michael Graf

Herr Cozzio, darf sich die Junge Altstadt nach fünfzig Jahren noch «jung» nennen?
Cozzio: Blutjung! Das sage ich als 60-Jähriger. (lacht)

Nehmen Sie uns mit in die Vergangenheit. Was bewegt die «Lädeler» vor 50 Jahren, sich zusammenzutun?
Cozzio: Das war eine spannende Zeit. Unsere Vorgänger um Urs Schoch waren sehr visionär. Das Gewerbe hat gemeinsam dafür gekämpft, dass die Marktgasse eingeebnet wurde, also die Trottoirs verschwanden. Um die Autos aus den Gassen zu bekommen, hat man das Parkhaus Arch gebaut. So entstand die heutige autofreie Altstadt mit den schönen Steinplatten.

Manchmal hat man den Eindruck, dass das Gewerbe sich nach der Zeit zurücksehnt, als man mit dem Auto vors Geschäft fahren konnte.
Cozzio: Da täuschen Sie sich. Die heutige Generation tickt anders. Die Lebens- und Aufenthaltsqualität hat sich gegenüber damals stark verbessert. Es entstanden Strassencafés und Orte zum Verweilen. Ich möchte nicht zurück.

Welche Themen haben die Junge Altstadt in den letzten 50 Jahren beschäftigt?
Cozzio: Es ist eigentlich immer die gleiche Frage: Wie schafft man es, die Menschen in die Altstadt zu locken und dafür zu sorgen, dass sie sich wohlfühlen?

Und was ist Ihre Antwort? Shoppen kann man auch online.

Linder: Was ich immer wieder höre, ist, dass die Leute das Erlebnis suchen. So wie man trotzdem noch ins Kino geht und nicht nur Netflix schaut. Man muss die Stadt als Begegnungsraum denken. Allein online zu shoppen, ist halt kein soziales Erlebnis. Läden, die Erfolg haben, machen beispielsweise ihren Ausverkauf zum Happening und laden ihre Kundinnen zum Cüpli ein. Shoppen zieht immer noch – aber man muss mehr bieten. Den Laden aufmachen und warten reicht nicht mehr.

Es ist aber eine Tatsache, dass viel Fachhandel ins Onlineshopping abwandert.
Linder: Die Möglichkeit, Produkte anzufassen, zieht immer noch. Wir haben Läden als Mitglieder, die sehr stark im Onlinehandel sind. Trotzdem kommen die Leute in den Laden, um die Produkte anzuschauen und anzuprobieren. Der Kundenstamm, der Wert auf Nachhaltigkeit legt, bewusst und lokal einkauft, wächst.
Cozzio: Wir haben in unserem Laden ein Abbild der ganzen Gesellschaft, von jungen Menschen bis zum Greisen. Viele gehen mit Freunden «lädeler» und dann noch ins Café oder an den Markt. Der Stoffladen Bolli ist beispielsweise so voll, wie wenn Wochenmarkt ist.

Der Trend geht eindeutig zu kleinen Ladenflächen und Gastronomie. Gibt es bald nur



Die Lobby der Lädeler: Präsident Remo Cozzio und Geschäftsführerin Bea Linder von der Jungen Altstadt feiern 50 Jahre City-Vereinigung. Foto: Madeleine Schoder

«Man muss die Stadt als Begegnungsort denken. Allein online shoppen ist kein soziales Erlebnis.»

Bea Linder
Geschäftsführerin Junge Altstadt

noch Mini-Shops, Pop-ups und Take-aways?

Linder: Das nicht, aber die Zeit der grossen Flächen ist vorbei. Mehrere Stockwerke, wie etwa der Möbel Pfister hatte, wird es nicht mehr geben. Das macht es aber auch spannender: Ein Laden geht, vier neue

kommen. Die Altstadt wird eher diverser.
Cozzio: Das Bedürfnis nach Kundennähe ist aber riesengross, auch bei Branchen, die früher oft im Obergeschoss angesiedelt waren: Coiffeursalons, Arztpraxen – an der Stadthausstrasse gibt es sogar eine Rechtsberatung im Erdgeschoss.

In anderen Städten wird die Verödung der Innenstädte beklagt. Warenhäuser und bekannte Läden schliessen. Ist Leerstand in Winterthur kein Thema?

Cozzio: Im Vergleich mit anderen Städten gab es in Winterthur niemals diese grossen Exzesse bei den Mietpreisen. Die Vermieter waren vernünftiger, gerade die privaten. Das sah man auch während der Corona-Pandemie, als viele ihrer Mietern entgegenkamen.
Linder: Es ist vielleicht jugendlicher Übermut von mir, aber ich

möchte den Dialog mit den Eigentümern verbessern. Um das Bewusstsein zu schaffen, dass sie mit ihrer Mieterauswahl auch eine Verantwortung haben, dass die Altstadt attraktiv bleibt.

Leerstand gibt es aber auch hier – gefühlt immer mehr.
Cozzio: Verglichen mit anderen Städten, extrem wenig.
Linder: Winterthur ist halt noch

130 Jahre Untertor-Vereinigung

Die Junge Altstadt ist nicht die einzige Jubilarin; die Untertor-Vereinigung, die in vielerlei Hinsicht eine Vorläuferin ist, wird 2023 sage und schreibe 130 Jahre alt. Sie war zunächst eine Art Quartierverein, ab 1945 dann eine Gewerbevereinigung. Noch im gleichen Jahr initiierte sie die allererste Weihnachtsbeleuchtung in der Winterthurer Altstadt, 1968 kam das Rössli tram dazu.

«Wir übernehmen ohne einen Rappen öffentliche Gelder extrem viele Aufgaben, die anderswo die Verwaltung erledigt.»

Remo Cozzio
Präsident Junge Altstadt

bezahlbar. Und ist immerhin die sechstgrösste Stadt mit dem viertgrössten Bahnhof. Das weiss man in der Branche. Wir haben auch Anfragen von Ladenketten, die in Winterthur ihren Standort geschlossen haben, aber wieder zurückgewiesen. Leerstand macht mir kein Bauchweh.

Sie klingen zufrieden – wo sehen Sie noch Handlungsbedarf?

Linder: Wir würden den Platz gern attraktiver nutzen, mit Pop-ups und Zwischennutzungen. Bislang gibt es in Winterthur keinen Immobilienspiegel für kurzfristig verfügbare Flächen.

Was für ein Geschäft fehlt in der Altstadt? Wenn Sie frei wünschen könnten?

Cozzio: Eine zweite Metzgerei könnten wir brauchen. Sonst haben wir einen guten Mix.

Gibt es auch etwas, das Sie richtig nervt?

Cozzio: Sorgen machen uns die vielen Velos und Trotti. Die Fahrerinnen und Fahrer halten sich weder an die Verkehrsregeln, noch haben sie Anstand. Ich stelle mein Velo ja auch nicht fremden Leuten vor den Haus- eingang – warum macht man das vor den Läden? Der Graben ist eine Fussgängerzone, keine Veloschnellroute. Und die Fahrverbote in der Marktgasse werden auch schlecht respektiert.

Wie überzeugen Sie eigentlich neue Geschäfte, der Jungen Altstadt beizutreten?

Linder: Ein Beispiel, das ich gern bringe, ist Bold Matters am Kirchenplatz. Deren erstes Geschäft ist in Ascona. Dort gibt es keine City-Vereinigung, keine Weihnachtsbeleuchtung, keine Sonntagsverkäufe, keine Events. Und die sagen: Wir merken diesen Unterschied. Wohlverstanden, das ist ein junger, hipper Laden, wo man via Tiktok und WhatsApp einkaufen kann. Wir haben sie natürlich gleich eingeladen, unseren anderen Mitgliedern einen Input zum Thema Videomarketing zu geben.
Cozzio: Ich kenne in der Schweiz keine City-Vereinigung, die so professionell arbeitet und so viel Mehrwert bietet wie wir. Wir übernehmen ohne einen Rappen öffentliche Gelder extrem viele Aufgaben, die anderswo die Verwaltung erledigt. In vielen Städten ist man noch bei Gasenvereinigungen, die mit Papiertüten arbeiten. Dass man schon vor 50 Jahren erkannte, dass es eine professionelle Geschäftsstelle braucht, ist den Pionieren von damals hoch anzurechnen.

Frau Linder, Corona war das grosse Thema

Linder: Der Obertormarkt ist inzwischen in der zehnten Saison. Und auch der Kinderlohnmarkt ist eine Erfolgsgeschichte; die 120 Plätze sind immer rasch weg. Wir organisieren und bewerben die Weihnachtsverkäufe. Und mit dem neuen Light-Shopping-Event weisen wir darauf hin, dass die beliebte Weihnachtsbeleuchtung von den Geschäften bezahlt wird. Mir war nicht klar, welche Emotionen sie weckt! Als sie wegen eines Kurzschlusses 2021 und 2022 dunkel geblieben ist, wurde ich sofort mit Anrufen und E-Mails eingedeckt. Wegen unseres Entscheids, aufgrund der Energieknappheit die Beleuchtung an Weihnachten 2022 nur halb so lange einzuschalten, erhielten wir auch Briefe von Schulkindern.

Ihrer Vorgänger. Ist das ganz ausgestanden? Ein Ladensterben ist ja ausgeblieben.

Cozzio: Tatsächlich hat der Detailhandel das gut überstanden, durch die Kurzarbeit, durch Onlineangebote, in vielen Fällen auch durch das Entgegenkommen der Vermieter. Beim Detailhandel gab es sogar einen Nachholeffekt: Weil die Leute zu Hause waren und ihr Geld nicht für Ferien, Konzerte oder Auswärtsessen ausgeben konnten, gönnten sie sich mehr schöne Dinge oder richteten sich neu ein. Schlimmer getroffen hat es die Gastronomie, weil das Mittagsgeschäft eingebrochen ist und sich nicht erholt hat.

Die Junge Altstadt ist bekannt für die Geschenkgutscheine. Was macht sie sonst noch?

Linder: Der Obertormarkt ist zwischen in der zehnten Saison. Und auch der Kinderlohnmarkt ist eine Erfolgsgeschichte; die 120 Plätze sind immer rasch weg. Wir organisieren und bewerben die Weihnachtsverkäufe. Und mit dem neuen Light-Shopping-Event weisen wir darauf hin, dass die beliebte Weihnachtsbeleuchtung von den Geschäften bezahlt wird. Mir war nicht klar, welche Emotionen sie weckt! Als sie wegen eines Kurzschlusses 2021 und 2022 dunkel geblieben ist, wurde ich sofort mit Anrufen und E-Mails eingedeckt. Wegen unseres Entscheids, aufgrund der Energieknappheit die Beleuchtung an Weihnachten 2022 nur halb so lange einzuschalten, erhielten wir auch Briefe von Schulkindern.

Sie führten auch schon Passantenbefragungen durch. Was wünschen Ihre Kunden?

Linder: Immer die gleichen zwei Sachen: mehr Sitzgelegenheiten und mehr Grün. Das sind auch Sachen, auf die ich achte, wenn ich durch andere Städte spaziere.

Wie überzeugen Sie eigentlich neue Geschäfte, der Jungen Altstadt beizutreten?

Linder: Ein Beispiel, das ich gern bringe, ist Bold Matters am Kirchenplatz. Deren erstes Geschäft ist in Ascona. Dort gibt es keine City-Vereinigung, keine Weihnachtsbeleuchtung, keine Sonntagsverkäufe, keine Events. Und die sagen: Wir merken diesen Unterschied. Wohlverstanden, das ist ein junger, hipper Laden, wo man via Tiktok und WhatsApp einkaufen kann. Wir haben sie natürlich gleich eingeladen, unseren anderen Mitgliedern einen Input zum Thema Videomarketing zu geben.
Cozzio: Ich kenne in der Schweiz keine City-Vereinigung, die so professionell arbeitet und so viel Mehrwert bietet wie wir. Wir übernehmen ohne einen Rappen öffentliche Gelder extrem viele Aufgaben, die anderswo die Verwaltung erledigt. In vielen Städten ist man noch bei Gasenvereinigungen, die mit Papiertüten arbeiten. Dass man schon vor 50 Jahren erkannte, dass es eine professionelle Geschäftsstelle braucht, ist den Pionieren von damals hoch anzurechnen.