

# «Die Stadt muss aktiver werden»

Die vierte Blue-Tech ist am Wochenende zu Ende gegangen. Initiator Christian Huggenberg sagt, warum es sie weiterhin braucht.

KATHARINA BAUMANN

Christian Huggenberg, der Stadtrat hat kürzlich festgelegt, dass er die Ziele der 2000-Watt-Gesellschaft erreichen will. Braucht es die Blue-Tech noch?

**Christian Huggenberg:** Natürlich. Der Stadtrat hat ein Ziel festgelegt, das in 40 Jahren erreicht sein soll – mit der Blue-Tech zeigen wir, was jeder und jede schon heute konkret tun kann.

Wahrscheinlich kommen jene Leute an die Blue-Tech, die sowieso schon für das Thema sensibilisiert sind. Wie können Sie die anderen erreichen?

Der Standort Neumarkt liegt sehr zentral. Wir hatten noch nie zuvor so viele Besucher, darunter bestimmt auch welche, die sich noch nicht mit dem

Thema befassen haben. Ihnen bieten wir Anreize, dieses Jahr zum Beispiel mit dem E-Spinning-Wettbewerb. Manche sitzen aufs Velo und denken nur an den Wettbewerb, dann wird ihnen bewusst, wie lange sie strampeln müssen, um einen Staubsauger in Betrieb zu halten.

Stadtpäsident Ernst Wohlwend schreibt in der Blue-Tech-Broschüre, die Stadt arbeite mit Hochdruck daran, die Ziele der 2000-Watt-Gesellschaft zu erreichen. Stimmt das?

Ich finde, die Stadt muss aktiver werden. Ein Beispiel: Sie könnte eine regionale Strombörse für erneuerbare Energiequellen aufbauen. Auch gibt es viele städtische Liegenschaften, auf deren Dächern die Sonnenenergie genutzt werden könnte.

Das ist ja auch bei privaten Liegenschaften der Fall. Wie wichtig ist denn das Engagement der Verwaltung?

Es ist absolut zentral. Ein grosser Anteil der fossilen Energie wird im Ver-

kehr verbraucht, durch das Pendeln von zu Hause zum Arbeitsplatz. Mit der Bau- und Zonenordnung kann die Stadt darauf Einfluss nehmen – legt sie reine Wohnzonen fest, fördert sie diese Entwicklung. In Neuhegi wird

gegenwärtig ein neuer Stadtteil geplant. Diese 70 Hektaren – dieselbe Fläche wie die Altstadt mit den umliegenden Quartieren – haben ein ungeheures Potenzial und bieten die Chance, es von Anfang an richtig zu

machen. Die Stadt sollte mit Bundesbern, Hochschulen, Architekten und mit der Bevölkerung über die Zukunft nachdenken. Wenn man Neuhegi so gestaltet, dass man hier lebt und arbeitet und dass zudem der gesamte Energiebedarf hier produziert wird, kann Neuhegi zu einem Modell mit europaweiter Ausstrahlung werden.

## Ökostrom ist gefragt

Im Rahmen der Blue-Tech zeigte der Verein «Filme für die Erde» am Freitagabend im Foyer des Theaters Winterthur den Film «Into Eternity». Der Dokumentarfilmer Michael Madson machte darin das weltweit erste atomare Endlager zum Thema, das derzeit in Finnland gebaut wird und die strahlenden Überreste der Atomenergie abschirmen soll.

Der Anlass wurde gemäss Organisatoren von rund 150 Personen besucht. Vertreten war auch Stadtwerk Winterthur – Direktor Markus Säggerer stand sogar selbst am

Stand, an dem man sich für den Bezug von Ökostrom anmelden konnte. Laut Kai Pulfer, Initiator des Vereins, haben acht Personen von diesem Angebot Gebrauch gemacht – was bei einem Zweipersonenhaushalt etwa 3000 Kilowattstunden pro Jahr ausmache. Auch Unternehmen hätten zum Umstieg auf Ökostrom bewegt werden können, darunter das Theater Winterthur. Insgesamt gehe es um 174000 Kilowattstunden pro Jahr – etwa die Hälfte der Leistung der Fotovoltaikanlage, die auf der Eulachhalle errichtet wird. (ba)

Fragen Sie sich manchmal, warum es mit der Nutzung der alternativen Energiequellen nicht schneller vorangeht?

Ja, natürlich. Aber letztlich ist es wohl eine Frage des Preises. In China und Indien haben immer mehr Menschen ein Auto – die Nachfrage nach Erdöl steigt also sowieso und damit auch der Preis des Erdöls. Nun stelle man sich vor, in Saudi-Arabien kommt es zum arabischen Frühling – nach den Ereignissen in Nordafrika ist das ein absolut realistisches Szenario. Dann wird der Liter Benzin nicht doppelt, sondern vielleicht sogar zehnmal so viel kosten wie jetzt. Diese Entwicklung müssen wir antizipieren.

## Pariser Herbststimmung am Untertor

Das Modehaus Schellenberg lud zur Modeschau. Eine gute Gelegenheit, einem der letzten unabhängigen Detailhändler am Untertor den Puls zu fühlen.

ALEX HOSTER

Eine erwartungsfrohe Schar von Damen hat sich am Samstagmittag zur traditionellen Modeschau eingefunden. Während Männer gänzlich fehlen, sind einige Frauen gleich im Familienverband mit Tochter und Enkelin unterwegs – kein Wunder also, sind die Stühle schon fast alle besetzt. Hannes Schenkenbach, Mitinhaber der Team-Fotomodellagentur, begrüsst mit seinem charmanten österreichischen Akzent die Besucherinnen sowie den amtierenden Mr. Schweiz, Luca Ruch. (Man glaubt, die Herzen höher schlagen zu hören...)

### Nicht nur schlanke Models

Ebenso sympathisch führt er durch die Schau, in der Casual-Bekleidung den Anfang macht: Junge Frauen laufen in kurzen Winterjacken, mal wattiert und gesteppt, mal im frech-roten Duffelcoat-Design. Lustige Strickmützen mit grossen Pompons setzen fröhliche Akzente. Im Lauf der Schau stöckeln nicht nur gertenschlanke Gazellen über den Laufsteg, sondern auch weniger junge und schlanke Models: Trotz fülligeren Formen und (Lach-) Fältchen machen sie eine gute Figur.

Eher Sorgen- als Lachfalten müsste Geschäftsinhaber Markus Ochsenbein aufgrund der Marktsituation am von Modeläden gespickten Untertor haben. Doch er sieht darin primär eine Herausforderung: «Unsere Stärke ist die persönliche Beratung, die von unseren Kundinnen auch sehr geschätzt wird», sagt er. «Dadurch konnten wir eine grosse, überregionale Stammkundschaft aufbauen, die wir durch Events, Mailings und Angebote auch besonders pflegen.»

### Grosser Verdrängungskampf

Auf der anderen Seite bedauert Ochsenbein die «Uniformität der Einkaufsstrassen», an denen der Verdrängungskampf tatsächlich gross sei: «Der Preis spielt – namentlich bei Jungen – eine wichtige Rolle. Deshalb setzen wir lieber auf eine Kundschaft mittleren Alters.» Auch sei das Vorurteil verbreitet, dass Detaillisten teurer seien. «Dabei sind selbst bekannte Marken durchaus zu erschwinglichen Preisen zu haben», betont Ochsenbein. Dies umso mehr, als man den günstigen Euro-Kurs in Form von Preissenkungen oder offen kommunizierten Kursrabattangeboten an seine Kundinnen weitergegeben habe.

Das Modehaus Schellenberg wurde 1947 von Ernst Rudolf Schellenberg, Ochsenbeins Grossvater, gegründet. Aktuell umfasst es das Hauptgeschäft und den Esprit-Shop am Untertor sowie eine weitere Filiale, die sich im Neuwiesen-Center befindet.



Den Auftritt der Stadtharmonie Eintracht konnten viele Bewohner der Brühlgut-Stiftung kaum erwarten. Bild: Heinz Diener

## «Das schönste Fest im Jahr»

Wenn die Brühlgut-Stiftung ihr traditionelles Herbstfest feiert, kommen alle, die mit ihr verbunden sind: Bewohner, Angehörige und Freunde.

CHRISTIAN LANZ

Er zählt jedes Jahr zu den Höhepunkten am Fest, der Auftritt der Stadtharmonie Eintracht Winterthur-Töss. Pünktlich um elf Uhr am Samstag setzten die Musikerinnen und Musiker in ihren schmunzigen Uniformen ihre Instrumente an. Viele Bewohner der Brühlgut-Stiftung, darunter auch der 18-jährige Stefan, konnten es kaum erwarten, bis die ersten Noten erklangen. Dann hat er im Takt mitgewippt und mitgeklatscht. Ein paar besonders Mutige dirigierten auch gleich mit, aufmerksam und konzentriert, damit sie ja keinen Takt verpassten. «Für mich ist das Herbstfest das schönste Fest im Jahr», strahlte Stefan und seine Augen glänzten vor Begeisterung. Während die Stadtharmonie sich routiniert und gekonnt durch ihr ab-

wechslungsreiches Repertoire spielte, wurden die ersten Grillroste angefeuert. Die Hausbäckerei der Brühlgut-Stiftung bot Brote, Kuchen und Butterzöpfe an, im Festzelt duftete es verführerisch nach Pasta und Risotto.

Am diesjährigen Herbstfest wurde aber auch Geburtstag gefeiert. Im Spätsommer des vergangenen Jahres hat die Brühlgut-Stiftung ihre integrativ geführte Kindertagesstätte eröffnet. Heute wird sie von rund 50 Buben und Mädchen besucht, davon acht mit einer Beeinträchtigung.

### Liebevolles Programm

«Das Programm für die Jüngsten wird am Herbstfest jeweils besonders liebevoll zusammengestellt», freute sich eine junge Mutter. Für die Kinder gab es unter anderem ein Holzkarussell und eine Hüpfinsel. Wer Lust hatte, konnte sich schminken lassen oder unter kundiger Anleitung basteln. Auf grosses Interesse stiessen auch die handgefertigten Produkte der Stiftung, darunter Keramik, Kunstobjekte, Artikel aus Textil, Holz und Metall sowie Wohnaccessoires und schmucke

Papeteriewaren. Am Herbstfest findet sich immer ein buntes Publikum ein. Neben den Bewohnerinnen und Bewohnern kommen jeweils viele Angehörige und Freunde der Stiftung.

«Im Europäischen Jahr der Freiwilligenarbeit gilt unser besonderer Dank den Winterthurer Serviceclubs, dem Kiwanis Club Winterthur-Kyburg, dem Lions Club Winterthur-Wyland und dem Round Table 25», betonte einer der Festorganisatoren. Sie alle sorgen am Herbstfest seit Jahren fürs leibliche Wohl der Gäste.

Ein weiterer Dank ging an die rund 35 freiwilligen Helferinnen und Helfer, die sich nicht nur während des Herbstfests, sondern regelmässig für die Mitarbeitenden und die Bewohnenden der Stiftung engagieren. Ebenso an die Sponsoren und Tombolaspender, ohne die das Fest so nicht durchgeführt werden könnte. Der Anlass steht für gelebte Integration – ganz im Zeichen des Leitbilds der Stiftung, die Menschen mit Beeinträchtigung begleitet und fördert und ihnen Wohn-, Arbeits-, Beschäftigungs- und Ausbildungsplätze anbietet.



Die traditionelle Modeschau von Schellenberg sorgte für Applaus. Bild: Heinz Diener