



**Tortenfabrikation** vor den Augen der Kundschaft, das gehört zum neuen Migros-Konzept. Auch wenn Erlina Selimi und Andreas Mazenauer ihre Salsiccia mit Fenchel herstellen, kann man dabei zuschauen.

Fotos: Nathalie Guinand



## Ein frisches Einkaufs-Erlebnis und: Aus Büros wurden Stadtwohnungen

**UMBAU** Das Zentrum Neuwiesen mit Baujahr 1982 steckt mitten in einer grossen Sanierungsphase. Ehemalige Büros der Axa wurden zu 37 Wohnungen umgebaut, und Migros eröffnet heute den Supermarkt, den Baumarkt und das Restaurant neu.

Als Kunde fällt einem zuerst auf: Die Rolltreppen sind neu, grösser, prominent mitten in der Mall platziert, wo die Plaza war. Und: Die Migros-Filiale ist nur noch einstockig, im Obergeschoss, also Treppe rauf. Zuerst betritt man dort eine Zone, die einem das Gefühl vermitteln soll, man kaufe hier auf einem Markt ein. Da liegt frischer Fisch auf Eis, gleich dahinter werden Fische geräuchert. Konditoren backen vor den Augen der Kundschaft Kuchen und Patisserie, Sushi-Meister rollen ihre Häppchen, Metzger füllen Würstchen, und in einer Küche mittendrin sollen immer neue Happenings inszeniert werden.

«Emotionen» und «Einkaufserlebnis»: Diese Begriffe brauchen jene Herren, die das alles

ausgedacht und erprobt haben. Für anderthalb Jahre hatte man im Thurgau eine Halle gemietet und dort den Frischemarkt entwickelt und erprobt. Bei Testkunden sei das hervorragend angekommen, sagt der Projektleiter Jörg Brühwiler. Auf den ersten Blick sieht man nichts, was dem widersprechen könnte. Es ist eine Weiterentwicklung des Marché-Konzepts, das man von Autobahnraststätten her kennt. Und es ist quasi das Gegenstück zum Coop-Flaggschiff in Winterthur, dem Grüze-Markt, der nüchtern und amerikanisch daherkommt.

**Wer ist die Nummer eins?**

Nicht der ganze Supermarkt freilich ist derart inszeniert, es gibt auch weiterhin normale Gestelle

«Wir wollen mit unserem Angebot Emotionen wecken; die Kundschaft soll bleiben und erleben.»

Jörg Brühwiler, Projektleiter des Marktplatzes Migros Neuwiesen

in gerade ausgerichteten Reihen mit dem Vollsortiment im Food- und Non-Food-Bereich. Die Filiale Neuwiesen ist heute nur noch Migros Nummer zwei in Winterthur hinter dem Spitzenreiter Rosenberg. Die zuständigen Chefs sind überzeugt, dass dank des neuen Konzepts wieder mehr Leute im Neuwiesen einkaufen werden und sich ein Kopfan-Kopf-Rennen der beiden Filialen entwickeln wird. Jene im Neuwiesen ist mit 4400 Quadratmetern nun etwas grösser als die mittlerweile sieben Jahre alte im Rosenberg-Zentrum. Umgebaut und erweitert wurden zudem der Do-it und das Restaurant.

Der Baumarkt und Bastelladen wird ergänzt mit einer kleinen Gartenabteilung und Wohnaccessoires aus der Micasa-Home-Boutique. Man findet dort also grosse gelbe Kärcher-Maschinen ebenso wie Sofakissen, Bilderrahmen und Bohrer, Geschirr und

Schrauben, Krims und Krams. Rund 14 000 verschiedene Artikel auf 1400 Quadratmetern. «Ein konzentriertes Sortiment an zentralem Ort, das wird die Kunden anziehen», ist David Kummer überzeugt, der Leiter Baumärkte bei der Migros Ostschweiz.

**Investitionen, die allen dienen**

Und zu guter Letzt: Auch das Migros-Restaurant im Neuwiesen-Zentrum ist umgebaut und vergrössert worden. Es hat jetzt 100 Plätze mehr als bisher: 400 drinnen, 100 auf der Terrasse, die nun nach hinten blickt, Richtung Pionierpark und Superblock. Das Mobiliar wirkt modern gestylt, die Stühle und Sofas drinnen sind mit Textilien bezogen. Bringt das keine Probleme mit Schmutz und Hygiene? «Darauf sind wir vorbereitet», beruhigt Restaurantleiterin Senada Kesedzic.

Hundert Millionen Franken werden die Migros Ostschweiz

und die Zentrumsbesitzerin, die Siska Heuberger Holding, laut eigenen Angaben am Ende investiert haben. Siska-Chef Günter Heuberger nennt zwei Zahlen: 20 Millionen habe der Umbau der einstigen Büros des Versicherers Axa zu 37 Wohnungen gekostet. Mit 50 Millionen beziffert er den Anteil der Siska an der Zentrumsanierung, die noch ein Jahr dauert. Die Migros-Genossenschaft Ostschweiz gab gestern bekannt, selber bis in einem Jahr 27 Millionen Franken investiert zu haben.

Heuberger zeigte sich glücklich darüber, dass Migros als Ankermieterin so viel investiert und das Angebot noch erweitert hat. Der Grossverteiler belegt rund zwei Drittel der Verkaufsflächen. «Das hilft auch anderen Mietern und damit uns», ist er überzeugt. Seinen Vater übrigens, den 96-jährigen Siska-Gründer Robert Heuberger, hatte er zur Besichtigung ebenfalls eingeladen. *mgm*

## Galladé bringt die Bierkurve des FCW zum Schäumen

**EXTREMISMUS** Die Fankurve des FCW solidarisiert sich mit der Antifa-Bewegung. Diese ist pikiert. Der Sozialvorsteher habe sie in einer Broschüre mit anderen Extremisten gleichgestellt.

Sozialvorsteher Nicolas Galladé (SP) glüht für den FCW, in der Regel steht er an den Heimspielen mit dem harten Kern der Fans in der Bierkurve. Im Spiel gegen den FC Kriens wehten dort zahlreiche Antifa-Fahnen als Zeichen der Solidarität mit der antifaschistischen Bewegung und des Protests gegen Galladé, wie die linksautonome Plattform Barrikade.info schreibt. Stein des Anstosses sind drei rhetorische Fragen, die Galladé in der städtischen Broschüre

zum Thema Extremismus stellt: «Wie soll ein Sportverein reagieren, wenn die eigenen Fans die Flagge einer militanten Antifa-Gruppe schwenken? Was tut ein Kulturverein, wenn sich ein Mitglied bewundernd über eine terroristische Organisation äussert? Was ist zu empfehlen, wenn ein Kollege rechtsradikale Gedanken verbreitet?» Damit stelle Galladé Antifaschismus mit Jihadismus und Rechtsextremismus gleich, beziehe sich «eindeutig» auf die FCW-Fankurve und stilisiere diese sogar zum Problem.

**Radikalismus in diversen Ideologien möglich**

Galladé selber dementiert diese Deutung auf Anfrage von «20 Minuten» entschieden. «Es ging

einerseits darum, aufzuzeigen, dass Radikalismus an unterschiedlichen Ideologien aufgehängt werden kann. Aber auch dass Ideologien oder Gruppierungen im Umkehrschluss keineswegs zwingend problematisch sein müssen.» Die Werte, wie sie beim FCW gelebt würden, seien geradezu exemplarisch für die Umsetzung ihres Leitfadens.

Auch für FCW-Geschäftsführer Andreas Mösli hat Galladé die Fankurve in der Broschüre keineswegs desavouiert, dies zu denken, sei absurd. «Der FCW wird schliesslich mit keinem Wort erwähnt.» Beim nächsten Heimspiel ist der FC Schaffhausen auf der Schützi zu Besuch – mit Galladé als Fan in den Reihen der Bierkurve. *hit*

## Sommerwettbewerb: Bild 16

### Zum Schluss der Blick ins Oberlicht



Foto: Enzo Lopardo

**FOTORÄTSEL** Mit dem sechzehnten und letzten Rätselbild stösst unser Wettbewerb heute an die Decke. Wie kleine Sonnen leuchten die Lampen hier herab – eine obere Gasse von Lichtern über einem Durchgang, der sich wie ein dunkler Graben durch die Häuserzeile bohrt. Blickt man von unten ins gleissende, runde Licht, weckt das Assoziationen. Nicht notwendig transzendente, auch der Gedanke an den Termin beim Zahnarzt kann einem kommen. Oder der Traum vom Hauptgewinn beim Sommerwettbewerb, einem Bike für 2000 Franken. Alle Bilder und den Teilnahmetalon finden Sie wie gewohnt in einer der nächtlichen Ausgaben. *mcl*