

## Forum

## Bild des Tages



**Efrischendes Bad** Der Sommer ist zwar zu Ende, die Badesaison aber noch nicht. Mit einer Wassertemperatur von über 20 Grad lädt der Rhein, wie hier in Dachsen, weiterhin zum Schwimmen ein. Foto: Marc Dahinden

## Leserbriefe

## «Tut um Gottes willen etwas Tapferes!»

## Zur Kirchenfusion in Winterthur

Es ist zu hoffen, dass die reformierten Winterthurer am 27. September dem Stadtverband den Auftrag erteilen, ein Statut für eine geeinte reformierte Kirchgemeinde Winterthur auszuarbeiten. Mit einem Ja zu einer Kirchgemeinde (Variante 2) öffnen sie Türen für flexiblere Lösungen. Zwar können damit nicht alle Probleme aus der Welt geschafft werden, aber organisatorisch wird eine bessere Grundlage für deren Lösungen gelegt. Bloss ein Ja zur Stärkung des Stadtverbandes käme einem Treten vor Ort gleich. Gegner behaupten, eine Fusion hätte steigende Kosten zur Folge. Erfahrungen zeigen jedoch, dass Fusionen nicht unbedingt Mehrkosten, aber auch keine eindeutigen Einsparungen mit sich bringen. Trotz-

dem gibt es zwei Punkte, die sich bei einer Fusion vorteilhaft auswirken können. In den vergangenen Jahren mussten alle Winterthurer Kirchgemeinden für Fehlentscheidungen und Unterlassung einer Kirchenpflege in Millionenhöhe geradestehen. Sie hatten dabei keine Möglichkeit der Einflussnahme auf die autonome Gemeinde. Wenn sieben Laienbehörden zu einer zusammengefasst werden, kann mit Hilfe von Fachkräften kompetenter geplant und entschieden werden und das erst noch im Blick auf das Wohl der ganzen Stadt. Die Entscheidungswege werden bei einer einzigen Kirchenpflege auch einfacher und kürzer. Die Zahl der Sitzungen nimmt ab. All das spart Kraft und Geld. Die Stadtzürcher Kirchenfusion wird oft als Schreckgespenst an die Wand gemalt. Zürich hat

mehrere ehemalige Kirchgemeinden zu grossen Kirchenkreisen zusammengefasst. Es wurden damit sperrige, ungeliebte Gebilde geschaffen. Winterthur aber möchte in Kontinuität zu den jetzigen Kirchgemeinden unter einem geeinten Dach weitermachen. Die Katholiken sind schon lange so unterwegs. Man kann also guten Gewissens der Entwicklung des Modells (2) zu einer Kirchgemeinde eine Chance geben. Dies hat noch nicht zwingend eine Fusion zur Folge. Sollte nämlich das Statut für eine Kirchgemeinde Winterthur die Reformierten nicht überzeugen, können sie es an der Urne an den Verfasser zurückschicken oder wenn es von ihnen als gut empfunden wird, überzeugt in Kraft setzen. **Stephan Denzler, Pfarrer, Winterthur**

## «Man hat das Schlossguet nicht verlottern lassen»

Ausgabe vom 2. September  
«Wie Turbenthal sexy bleiben will»

Journalisten müssen vif und hellhörig sein. Natürlich gibt es Verhörer. Ob man aus solchen gleich einen Zwischentitel – «Bretter lagern?» – machen soll? Ein Votant sagte am Infoanlass zum Schlossguet-Umbau in Turbenthal, ein Gebäude, das unter Denkmalschutz stehe, solle grundsätzlich nicht baulich verändert werden, weil das sehr teuer sei. Die Scheune des Schlossguets hat simple Bretterwände. Man hat das Schlossguet nicht verlottern lassen. Das Dach wurde neu gedeckt und, eben, Bretter wurden ausgewechselt. Daraus zu folgern, dass die Scheune als Bretterlager dienen soll, ist fantasievol. Bis zur

Mietkündigung durch die Gemeinde vor wenigen Jahren wegen der Umnutzungspläne waren in der Scheune tatsächlich Warenlager von Kleinunternehmern eingemietet. Auch die Wohnung, die saniert wurde, konnte trotz des einfachen Ausbaus immer vermietet werden. Mit den Mieteinnahmen konnten die Unterhaltskosten gedeckt werden. Darum sollte das Schlossguet entweder in diesem Sinne weiter unterhalten werden oder zu sehr günstigen Konditionen verkauft werden. In Turbenthal fehlt definitiv der wohlhabende Prinz, der das Schlossguet aus dem eher kurzen Dornröschenschlaf wachküst und in einen strahlenden Bau verwandelt. **Vreni Rüegg, Turbenthal**

## Tribüne

## Das Jagdgesetz als Machtfrage

Merkwürdig: Die politisch und wirtschaftlich unwichtigste der fünf eidgenössischen Vorlagen vom 27. September hat eine besonders teure und gehässige Antikampagne hervorgerufen. Mit textanschlüssenden Inseraten – der teuersten Anzeigengattung, die man kaufen kann – schiesse die grossen Umweltorganisationen auf das neue Gesetz. Wie viel die Kampagne kostet und wer sie finanziert, wird nicht bekannt gegeben. Das Nein-Komitee hat meine höfliche Anfrage diese Woche nur ausweichend beantwortet.

Natur- und Tierschutz ist nicht nur eine gute Sache, sondern auch ein grosses Geschäft. Die wichtigsten Marktteilnehmer sind darauf angewiesen, ihre Deutungsmacht und damit ihre wichtigsten Einnahmequellen zu verteidigen: Mitgliederbeiträge und Spenden. Von Zeit zu Zeit müssen die Verbandsfunktionäre ihrer Kundschaft vorführen, wie aktiv sie sind. Und es geht um viel Geld.

Im Jahr 2019 haben an Spenden eingenommen: WWF Schweiz 35,885 Millionen Franken plus annähernd 5 Millionen aus Sponsoring- und Lizenzerträgen; Pro Natura Schweiz (ohne Sektionen) 27,033 Mio. plus 1,587 Mio. von der öffentlichen Hand; Greenpeace Schweiz 24,22 Millionen; Schweizer Tierschutz 6,763 Millionen (plus die Einkünfte der Sektionen); Birdlife Schweiz (der Vogelschutz) bewegt sich etwa in der gleichen Grössenordnung.

Das Spendenwesen ist ein knallharter Markt. Wenn man die Zuwendungen an die regionalen Sektionen einrechnet, sind pro Jahr etwa 200 Millionen Franken im Topf. Dafür lohnt es sich, zu kämpfen. Auf diesem Markt sind nicht nur nette Freiwillige mit Schaufel und Pickel unterwegs, sondern insgesamt auch mehrere Hundert bezahlte, vollamtliche Funktionäre, alle mit dem Auftrag: Marktanteile sichern!

Jede dieser Marken braucht ein Signet, um auf dem Markt sofort wieder erkannt zu werden. Der WWF hat den Panda, Vor Jahren war es vorübergehend der Luchs mit den neckischen Pinselohren. Jetzt gerade wird der Wolf zum Wappentier der Spendenindustrie erhoben.

Die Kampagne gegen das Jagdgesetz ist eine glänzende Gelegenheit, sich auf diesem Markt zu profilieren. Man werde nach der Abstimmung informieren, wie viel Spendengeld die Funktionäre in diese Selbsterhaltungskampagne gesteckt haben, schrieb mir die Kampagnenleiterin von «Pro Natura». Nicht gefragt werden die gutmütigen Spender. Sie sollen ruhig weiter glauben, sie finanzierten Nistkästen und Biberburgen.



Karl Lüönd  
ist Publizist und  
Journalist.

## Der Landbote

Tagblatt von Winterthur und Umgebung  
(gegründet 1836)

Amtliches Publikationsorgan von Winterthur, Brütten, Dägerlen, Dättlikon, Dinhard, Elsau, Ellikon a.d. Thur, Hagenbuch, Hettlingen, Lindau, Neftenbach, Rickenbach, Seuzach, Wiesendangen. Der Landbote, Technoparkstrasse 5, 8401 Winterthur.  
Telefon: 052 266 99 00.  
E-Mail Redaktion: redaktion@landbote.ch.  
Herausgeberin: Tamedia ZRZ AG, Technoparkstrasse 5, 8401 Winterthur.  
Verleger: Pietro Supino.  
Leiter Verlag: Robin Tanner.  
Ombudsman der Tamedia AG: Ignaz Staub, Postfach 837, 6330 Cham 1, ombudsman.tamedia@bluewin.ch.

**Chefredaktion:** Benjamin Geiger (bg, Chefredaktor), Urs Ellenberger (eli, stv. Chefredaktor), Michael Graf (mig, Leiter Stadredaktion), Nicole Döbeli (nid, Leiterin Region), Jigme Garne (jig, Blattmacher/Leiter Reporter), Michael Kaspar (mk, Redaktionsmanager).  
**Stadredaktion:** Elisabetta Antonelli (ea), Delia Bachmann (dba), Helmut Dworschak (dwo), David Herter (dh), Till Hirsckorn (hit), Jonas Keller (jok).  
**Regionalredaktion:** Dagmar Appelt (dt), Markus Brupbacher (mab), Nadja Ehrbar (neh), Jonas Gabrieli (gab), Rafael Rohner (roh), Eva Wanner (ewa).  
**Reporter:** Thomas Münzel (tm), Mirko Plüss (mpl), Deborah Stoffel (des), Nina Thöny (thö).  
**Sekretariat:** Heidrun Pschorn (ps).  
**ZRZ-Sportredaktion:** Urs Stanger (ust, Leitung), Maurizio Derin (de), Dominic Duss (ddu),

Urs Kindhauser (uk), Marisa Kuny (mk), Peter Weiss (pew), Markus Wyss (mw).  
Ständige Mitarbeit: Hansjörg Schifferli (hjs).  
**ZRZ-Kantonalredaktion:** Patrick Gut (pag, Leitung), Katrin Oller (kme), Michel Wenzler (miw), Heinz Zürcher (hz).  
**ZRZ-Online-Redaktion:** Martin Steinegger (mst), Thomas Knellwolf (tok), Oliver Zihlmann (ozi).  
**Politik:** Raphaela Birrer (rib) / Fabian Renz (fre).  
**Ausland:** Christof Mürger (chm).  
**Wirtschaft:** Peter Burkhardt (pbu), Kultur: Guido Kalberer (kal). **Service:** Giuseppe Wüest (wü).

**Sport:** Ueli Kägi (ukä), Adrian Ruch (aru), Alexandra Stäuble (als). **Wissen:** Niklaus Walter (nw). **Gesellschaft:** Bettina Weber (bwe).  
**Tamedia Editorial Services:** Viviane Joyce (Leitung), Textproduktion: Marc Schadegg, Layout: Andrea Müller. **Infografik:** Michael Rüegg. **Fotografen:** Madeleine Schoder, Marc Dahinden. **Korrektorat:** Rita Frommenwiler Schumow. **Aboservice:** Telefon 0800 80 84 80, abo@landbote.ch.  
Preis: Fr. 474.–/Jahr, Online-Abo: Fr. 299.–/Jahr. **Lesermarketing:** René Sutter, Telefon 052 266 99 00, marketing@zrz.ch. **Druck:** DZ Druckzentrum Zürich AG. **Auflage:** 23 800 Expl. Mo-Sa, **Mi Grossauflage:** 79 005 Expl. (WEMF-beglaubigt 2019). **Inserate:** Goldbach Publishing AG, Technoparkstrasse 5, 8401 Winterthur. Telefon 044 515 44 44, E-Mail: inserate@landbote.ch.

**Todesanzeigen über das Wochenende:**  
anzeigenumbruch@tamedia.ch.  
**Leitung Werbemarkt:** Thomas Baumann.

Neben klassischen Werbeformen erscheinen in den Medien von Tamedia zwei Formen von Inhaltswerbung. **Branded Content:** Im Zentrum steht in der Regel das Produkt oder die Dienstleistung des Werbekunden. Die Erscheinungsform hebt sich vom Layout des Trägermediums ab. Diese Werbemittel sind mit dem Label «Paid Post» gekennzeichnet. **Native Advertising:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Die Erscheinungsform ist mit dem Layout des Trägermediums identisch. Diese Werbemittel sind mit dem Label «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbemittel werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Die Verwendung von Inhalten dieses Titels durch nicht autorisierte ist untersagt und wird gerichtlich verfolgt.  
Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia ZRZ AG i.S.v. Art. 322 StGB: LZ Linth Zeitung AG.

Ein Angebot von Tamedia