

Ein Haus voller Autonarren

Hegen und pflegen Zwei Stunden in Zürichs neuester und edelster Autowaschanlage

Cüpli trinken mit Blick auf den See, derweil flinke Hände das Auto waschen – Zürichs neueste Autowaschanlage macht's möglich. Es gibt solche, die kommen beinahe täglich.

ROMAN HODEL

Im Akkord steuern noble Limousinen, Sportwagen und Offroad auf die Waschstrasse des neuen Autopflegecenters zu. Sie passen bestens zum durchdesignten Gebäude beim Bahnhof Tiefenbrunnen in Zürich – einer anthrazitfarbenen, zweistöckigen Blechkiste, die locker als Expo-Ausstellungspavillon durchgehen würde. Das laut Eigenwerbung «europaweit einzigartige Premium-Autopflegecenter» zielt auf gut situierte Kundinnen und Kunden. Davon zeugen alleine schon die dazugehörige Lounge und der Standort, direkt an der Einfallsachse von der Goldküste.

Aha, ein Jaguar fährt vor. «Modell XJ, Jahrgang 1996», präzisiert Besitzer François Schneider (41) aus Zürich. Er ist das erste Mal hier und wählt aus den sechs Waschprogrammen, die zwischen 21 und 40 Franken kosten, das teuerste. Schwungvoll öffnet ihm Mitarbeiter Sidi Salaheddine (23) die Tür und sagt in ungeheurem Tempo: «Bitte Motor laufen lassen, durch die Tür gehts zur Kasse, ein Getränk ist offeriert.» Schneider verschwindet durch die gläserne Schiebetür, während Salaheddine blitzschnell den Sauger zur Hand nimmt und den Fahrgastraum reinigt. «Freundlich sein ist das Wichtigste», sagt er.

Fünf Rappen Trinkgeld

Freundlich, auch wenn das Gegenüber jeglichen Anstand vermissen lässt. So wie jener Kunde, der mit einer protzigen Limousine aufgekreuzt ist. «Er mahnte uns forsch, wir sollen dann ja aufpassen, das Auto sei neu, erst 22 Kilometer gefah-



BLITZBLANK Bevor das Auto durch die Waschstrasse fährt, reinigt Mitarbeiter Sidi Salaheddine den Fahrgastraum mit einem Sauger. ROMAN HODEL



MIT ARGUSAUGEN Kundin Anneliese Imhof beobachtet ihren frisch geduschten Golf.



MIT STIL Mitarbeiter Ertan Kaya ist auch ein Türöffner, links Kunde François Schneider.



MIT HINGABE Mitarbeiter Nurtekin Mustafi poliert einen Porsche.

ren», sagt Mitarbeiter Ertan Kaya (41). «Meinem Arbeitskollegen gab er schliesslich fünf Rappen Trinkgeld.» Demütigungen, die laut Kaya aber höchst selten sind. «In der Regel geben sich die Leute sehr nett.»

So nett wie Jaguar-Fahrer Schneider, der mittlerweile mit einem Kaffee in der Hand durch den gläsernen Korridor schlendert. Von hier aus lassen sich

alle Fahrzeuge beobachten, die durch die Waschstrasse rollen.

Schäumender Golf

Anneliese Imhof (69) aus Zollikon verfolgt gerade, wie sich schnell rotierende Textilbürsten – begleitet von Schaum – über ihren schmutzigen Golf hermachen. «Es heisst, es gebe keine Kratzer», sagt sie mit leicht misstrauischem Unterton. Minuten

später wird sie zugeben: «Moll, sieht tiptopp aus.»

Mit dem Resultat sehr zufrieden ist auch Jörg Grossmann (35), der in Zürich einen Limousinenservice betreibt. Er beisst in einen offerierten Mini-Berliner und beobachtet seinen VW Multivan. Auf die Frage, wie oft er diesen waschen lasse, antwortet er: «Beinahe täglich.»

Vom Korridor aus sieht man nicht nur in die Waschstrasse, sondern auch in die Abteilung Innenreinigung. Flinker Hände nehmen sich hier bis zu fünf Fahrzeugen gleichzeitig an. Für 120 Franken werden unter anderem Scheiben und Armaturen gereinigt, Polster und Böden gesaugt sowie Öl und Wasser kontrolliert. Zeitbedarf 40 Minuten.

«Manche Kunden wollen während der ersten zehn Minuten zuschauen», sagt Antonio Perez (34). Die meisten aber kann er gleich in die Lounge hinauf bitten. Denn im Preis von 120 Franken inbegriffen ist auch ein Cüpli und ein Amuse bouche.

Zu den Aufmerksamkeiten passt selbstverständlich das Interieur der Lokals: dunkelbraunes

Laminat, schwarze Lederpolstermöbel, üppige Blumenbouquets. Und der Blick schweift durch grosse Fensterfronten wahlweise Richtung See oder aber in die Abteilung Innenreinigung hinunter.

Dort poliert Nurtekin Mustafi (23) mit einer Maschine einen Porsche. Anschliessend fährt er behutsam mit dem Lappen über die Motorhaube und sagt: «Es macht Spass, solche Autos zu pflegen.» Mustafi bezeichnet sich – wie alle anderen angetroffenen Autopflegecenter – als Autonarr. Obschon er selbst keines besitzt. Noch nicht. Denn der junge Mann ist am Sparen. «Auf einen BMW M3.»

Glanz und Gloria

Ein Autonarr ist Jaguar-Fahrer Schneider ebenfalls. «Ich besitze aber auch ein SBB-Generalabonnement», schiebt er nach. Sein Liebhaberwagen rollt eben heran – gewaschen, tadellos glänzend. Man öffnet die Tür. Schneider steigt ein, strahlt und sagt: «Es ist schon so, einmal Jaguar, immer Jaguar.» Und: «Ich komme wieder.» Dann fährt er davon.

Gekostet hats 10 Millionen Franken

«Ich habe noch nie an einem Standort so viele hochpreisige Autos gesehen wie bei uns», sagt selbst Beat Meyerstein, Geschäftsleiter der Autop-Gruppe, über sein neuestes Autopflegecenter beim Bahnhof Tiefenbrunnen in Zürich. Dabei sei jede und jeder willkommen, ungeachtet der Preisklasse des Autos. Gleichwohl locken Angebot und Ambiente entsprechende Kundschaft an. «Nirgendwo in der Schweiz leben so viele Menschen mit so hoher Kaufkraft wie an der Zürcher Goldküste», sagt Meyerstein, der seit 16 Jahren ein Auge auf das Areal geworfen hatte. Dort werden nun täglich bis zu 700 Autos gewaschen und gepflegt; möglich wären 1000. Eine Autowäsche verbraucht 400 Liter Wasser, wovon 80 Prozent rezykliert

werden. Auf den hohen ökologischen Standard ist Meyerstein stolz. Und natürlich auf seine Lounge namens «Meylenstein». Diese mit Piano ausgestattete Bar ist öffentlich, man braucht also nicht zwingend mit dem Auto zu kommen. Gekostet hat das Autopflegecenter 10 Millionen Franken. Beim grössten Konkurrenten – Best Car Wash unweit des Escher-Wyss-Platzes – reagiert man derweil gelassen: «Wir spüren nichts von der neuen Konkurrenz», sagt Geschäftsführer Rolf Keller. Auch bei Best Car Wash rollen viele hochpreisige Fahrzeuge durch die Waschstrasse. «Aber unsere Kundinnen und Kunden wohnen eher in der Stadt.» Über Zahlen und allfällige Expansionspläne gibt Keller keine Auskunft. (ROH)

Zürich wächst rekordmässig

Bevölkerungsstatistik Ende 2007 lebten 376 815 Personen in der Stadt

Die Bevölkerung der Stadt Zürich ist 2007 so stark gewachsen wie seit 50 Jahren nicht mehr. Verantwortlich dafür ist die Zuwanderung.

ROMAN HODEL

In der Stadt Zürich lebten per Ende letzten Jahres 376 815 Personen. Das sind 6753 oder 1,8 Prozent mehr als im Vorjahr. «Einen so grossen Zuwachs gab es seit über einem halben Jahrhundert nicht mehr», schreibt Statistik Stadt Zürich in einer Mitteilung.

Die stärkste Zunahme verzeichnet die Stadt – wie schon in den Jah-

ren zuvor – bei den Deutschen: plus 3515 Personen. Per Ende 2007 lebten insgesamt 25 379 Deutsche in Zürich. Ein Plus von 2334 Personen meldet die Stadt auch bei der Schweizer Wohnbevölkerung. Das Wachstum gründet vorab auf den gegen 3000 Ausländerinnen und Ausländern, die sich letztes Jahr einbürgern liessen. Der Ausländeranteil an der Bevölkerung hat sich leicht erhöht, auf 30,6 Prozent.

Ob Zürichs Einwohnerzahl auch dieses Jahr im selben Mass ansteigt wie 2007? «Das ist schwierig zu sagen, weil gerade im Wohnungsbau die Entwicklung eher ruckartig vor-

sich geht», sagt Martin Annaheim, wissenschaftlicher Mitarbeiter von Statistik Stadt Zürich. Die Bevölkerungsprognose geht davon aus, dass die Stadt bis im Jahr 2015 über 390 000 Einwohnerinnen und Einwohner zählen wird.

Grösste Zunahme im Kreis 11

Diese dürften sich vorab in den Quartieren Affoltern, Zürich-West und Albisrieden niederlassen – wo viel neuer Wohnraum geplant ist. Der Kreis 11 (Affoltern/Oerlikon/Seebach) ist 2007 mit plus 3224 Personen von allen Stadtkreisen am meisten gewachsen.

Hamburger-Rabatt: Polizisten dürfen nicht überall profitieren

Geschenk Annahme in Zürich erlaubt, im Aargau nicht

Fast-Food-Riese McDonald's offeriert laut «20 Minuten» Polizisten die Menüs vielerorts – etwa in Zürich – zum halben Preis. Dürfen sie diesen Rabatt annehmen? «Ja, denn es handelt sich um ein so genanntes Höflichkeitsgeschenk von geringem Wert, das gemäss einer internen Dienstanweisung entgegengenommen werden darf», sagt Susann Birrer, Informationschefin der Stadtpolizei Zürich. «Wenn Polizisten gegenüber dem Lokal aber eine Kontrollfunktion ausüben, dann müssen sie den Rabatt ausschlagen.»

Auch bei der Konkurrenz von McDonald's – Burger King – bezahlen

Polizisten nur die Hälfte für ein Menü. Sie brauchen dafür nicht mal die Uniform zu tragen: «Ein Ausweis reicht», sagt Bekim Sejdi, Restaurantmanager bei Burger King Sihlichi in Zürich. Er spricht von einer Geste, «denn wir sind froh um die Arbeit der Polizei».

In Spreitenbach wollte Burger King den Polizisten vor gut drei Jahren auch Rabatt gewähren. «Doch die Polizei hat es verboten», erklärt Geschäftsführer Fahrud Asip. Dies bestätigt Rudolf Woodtli, Mediensprecher der Kantonspolizei Aargau: «Bei uns ist die Annahme von Geschenken per Dienstreglement nicht erlaubt.» (ROH)

Weekendfragen

Masslos Salsa tanzen



Herr Stadler, das Salsafestival im Zürcher Kongresshaus ist in vollem Gang und dauert noch bis Montag. Hand aufs Herz, wer steht fünf Tage Salsa am Stück durch?

Thomas Stadler: Das stehen ganz viele durch (lacht). Wir sind mittlerweile sogar schon nahe am 24-Stunden-Betrieb. Nach den regulären Partys gehts an Afterpartys bis gegen 9 Uhr morgens weiter.

Das Salsafestival steigt zum siebten Mal. Was hat sich seit der ersten Austragung verändert?

Stadler: Im Gegensatz zu den ersten Festivals füllen wir das Kongresshaus heute problemlos. Täglich rechnen wir mit 2500 bis 3000 Besucherinnen und Besuchern. Davon stammen 50 Prozent aus dem Ausland. Unsere Flyer lassen wir weltweit verteilen. Entsprechend kommen unsere Gäste teilweise von weither, etwa aus New York, Dubai, Tokio oder auch Hongkong.

Wie erklären Sie sich den Erfolg?

Stadler: Salsa boomt seit Jahren. Viele Tanzschulen sind ausgebucht. Die Schweiz genießt international überhaupt einen ausgezeichneten Ruf in Sachen Salsa, weil in den letzten 20 Jahren viele Lateinamerikaner hierher ausgewandert sind. Dadurch gibt es schon seit langem gute Salsatanzlehrer in unserem Land.

Die Salsa-Szene gilt als gespalten. Einerseits sind da jene, die lieber den sozialen Aspekt des Salsas in den Vordergrund stellen, andererseits jene, die den Tanz als Sport betreiben. Auch musikalisch bestehen Differenzen. Wie lösen Sie das?

Stadler: Diese Spaltung existiert tatsächlich. Zum Glück verfügen wir am Festival über verschiedene Räume und können so alle zufrieden stellen.

Angenommen, ich kann kein Salsa tanzen und möchte trotzdem ans Festival kommen, was raten Sie mir?

Stadler: Besuchen Sie heute Abend unseren Crash-Kurs. Letztes Jahr nahmen 200 Personen daran teil. (ROH)

Thomas Stadler (40) ist Mitgründer, Geschäftsführer und Inhaber des Salsafestivals. Er führt in Zug eine Tanzschule. www.salsafestival.ch