

Fortsetzung von Seite 1

statt», erinnert sich seine Frau Elisabeth, die selber seit langer Zeit im Geschäft mitarbeitet und für die Buchhaltung zuständig ist. Auch sie war früher oft ab 5 Uhr morgens damit beschäftigt, Räder zusammenzubauen.

Die Geroldswiler Werkstatt wurde 1987 geschlossen. Danach konzentrierte man sich auf Reparaturen und kaufte die Velos ein. «Wir hatten immer nur hochwertige Ware», betont Hedinger: «Darauf habe ich Wert gelegt.» Doch auch Jahrzehnte nach der Schliessung der Werkstatt ist der Name «Heodie» noch immer Kult. Kein Wunder: Generationen von Limmattalern sind auf den Velos herumgefahren. «Es hat mich schon stolz gemacht, wenn ich im Dorf eines unserer Velos sah», erinnert sich Walter Hedinger.

«Schau mal, Heodie-Velos»

Doch nicht nur im Limmattal waren die Heodie-Velos zu sehen. Manchmal verschlug es eines davon sogar bis auf die andere Seite der Welt, wie sich Elisabeth Hedinger erinnert: «Meine Schwester und ihr Mann haben vor ein paar Jahren zwei alte Heodie-Velos in die Ferien nach Australien mitgenommen», erzählt sie. Als sie diese auf einem Campingplatz abgestellt hätten, sei jemand vorbeigekommen, der ganz erstaunt «Schau mal, Heodie-Velos» ausgerufen habe. Es war, wie es der Zufall will, ein Dietiker Gemeindearbeiter.

Wenn die Velos Mitte Dezember aus dem Geschäft am Kronenplatz ausgezogen sind und stattdessen ein Computergeschäft einzieht, werden Walter und Elisabeth Hedinger plötzlich viel mehr Zeit haben. Zeit, die sie unter anderem mit Reisen verbringen werden, einer grossen Leidenschaft, die die beiden verbindet. «Wir sind Afrika-Spinner», verrät Walter Hedinger augenzwinkernd.

Geliebter Jazz, geliebtes Dietikon

Doch auch sonst sind die beiden schon weit herumgekommen. Zweimal waren sie in New Orleans, wo sie das Reisen mit einer anderen Liebe verbinden konnten: der Liebe zum Jazz. «Wir gehen regelmässig an Konzerte und Jazzfestivals», sagt Walter Hedinger. Vor allem der alte Jazz und die Big-Band-Musik habe es ihm angetan. Doch auch auf Zeit mit den Kindern und den vier Enkeln freuen sich die beiden. Alle wohnen ebenfalls in Dietikon, wie Walter Hedinger sagt: «Wir sind einfach mit Dietikon verhangen und den Kindern geht es genauso. Uns bringt man hier nicht mehr weg.»

Die Meinung der Bevölkerung ist gefragt

Bergdietikon «Zäme i d Zuekunft»: So heisst das Projekt, in welchem der Gemeinderat gemeinsam mit der Bevölkerung die Gestaltung der Zukunft der Gemeinde angeht. Diese Woche sind rund 2000 Fragebogen an alle Einwohnerinnen und Einwohner versandt worden, wie der Gemeinderat mitteilt. Er ruft alle Bergdietikerinnen und Bergdietiker auf, an der Umfrage teilzunehmen und den Fragebogen bis zum 8. Dezember handschriftlich oder elektronisch ausgefüllt zurückzuschicken. Alle Antworten fliessen in anonymer Form in die weitere Projektarbeit ein. (A2)

Selbstbewusst die Zukunft gestalten

Dietikon Wirtschaftsstrategie verabschiedet – Stadt soll «noch attraktiver und bekannter» werden

VON MATTHIAS KESSLER

Otto Müller lacht. «Die Ausführungen hätten für ein ganzes Regierungsprogramm gereicht», sagt der Dietiker Stadtpräsident. Die Aufgabe des Stadtrats sei es dann gewesen, «die Flughöhe zu reduzieren, das Ganze zu konkretisieren und zu komprimieren» – und schliesslich natürlich noch zu genehmigen.

Erstmals liegt eine Wirtschaftsstrategie für die Stadt Dietikon vor, erarbeitet vom erweiterten Wirtschaftsrat, einem Scharniergremium zwischen Gewerbe, Wirtschaft und Politik, das von Otto Müller präsidiert wird und aus Vertretern von Vereinigung Zentrum Dietikon, Industrie- und Handelsverein sowie dem Gewerbeverein besteht; für die Ausarbeitung der Strategie wurden weitere Personen hinzugezogen, so die Stadträte Rolf Schaeren und Jean-Pierre Balbiani sowie Gemeinderat Rolf Stucki.

Ein Legislaturziel im Jahr 2006

Das Ausarbeiten einer solchen Strategie hatte sich der Stadtrat im Jahr 2006 als Legislaturziel gesetzt. Erreicht wurde es somit mit leichter Verspätung und nach «einem langen Prozess», so Müller – Kostenpunkt: 34 000 Franken.

An drei Workshops erörterten die beteiligten Personen, unterstützt von externen Beratern der Firma Grisch-

consulta AG, die künftige wirtschaftliche Ausrichtung der Stadt. Dabei wurden zwei Schwerpunkte gebildet: der Standort Dietikon einerseits, Gebietsentwicklungen andererseits.

Unter dem Punkt Standort wird angemerkt, dass Dietikon einst ein Bauerndorf gewesen sei, derzeit als «Wirtschaftsstandort mit viel Wachstumspotenzial» wahrgenommen werde und in Zukunft «eine Erlebnisstadt und Wirtschaftsstandort mit Lebensqualität» sein soll. «Über den Begriff Erlebnisstadt haben wir lange diskutiert», sagt Standortförderin Jasmina Ritz dazu. Damit solle insbesondere die Vielfalt der Stadt ausgedrückt werden, «eine Stadt, in der etwas läuft, in der etwas geboten wird», so Ritz. Und: «Der Begriff soll sinnbildlich für das Selbstbewusstsein Dietikons stehen – Selbstbewusstsein steht der Stadt durchaus gut an.»

Für eine Belebung des Zentrums

Die Standortförderung soll dabei ein wichtiges Instrument bei der Umsetzung der Strategie sein. Auf der einen Seite soll sie sich um die Wirtschaftsförderung kümmern, um Bestandespflege der ansässigen Unternehmen, um Ansiedlungen, um Netzwerkarbeit, um eine Stärkung des Wirtschaftsstandorts.

Auf der anderen Seite geht es für die Standortförderung um das Standortmarketing. Darunter werden ge-



«Der Begriff Erlebnisstadt soll sinnbildlich für das Selbstbewusstsein Dietikons stehen.»

Jasmina Ritz, Dietiker Standortförderin

mäss Strategiepapier die «Kommunikationsaktivitäten der Stadt (Werbung und Öffentlichkeitsarbeit), Imageförderung, Steigerung des Bekanntheitsgrads» verstanden.

«Dietikon soll als Wirtschaftsstandort mit Lebensqualität noch attraktiver und bekannter werden», heisst es im Fazit zum Aspekt Standort. Zur Optimierung der Rahmenbedingungen seien zudem ein fließender motorisierter Individual- und öffentlicher Verkehr wichtige Kriterien. Dazu gehörten auch eine Belebung des Stadt-

zentrums und der Bau von qualitativ hochwertigem Wohnraum.

Bezüglich Wohnraum sind die Gebietsentwicklungen von grosser Bedeutung. In der Strategie werden deshalb zu den vier Gebieten Silber-Lerzen-Stierenmatt, Limmattfeld, Niederfeld und Zentrum mit einem Zeithorizont bis 2020 jeweils gesondert Ziele und Massnahmen erläutert. So sind beispielsweise fürs Limmattfeld als Ziele unter anderem die Fertigstellung des Stadtteils, die optimale Erschliessung vom Zentrum her, die Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze und das Bestehen eines «vielseitig nutzbaren Bildungszentrums mit Volksschule und Tagesstrukturen» festgehalten. Als Massnahmen wurden die Umsetzung des Gestaltungsplans, eine enge Zusammenarbeit mit Planern und Grundeigentümern sowie die laufende Anpassung der Schulraumplanung definiert.

Bereits das nächste Aufgebot

Das Erarbeiten einer Strategie sei das eine, meint Jörg Schlatter, Geschäftsstellenleiter der UBS Dietikon und Mitglied im erweiterten Wirtschaftsrat. Die Umsetzung sei nun aber etwas anderes. Da sei wieder Einsatz gefordert, es brauche Leute, die sich engagierten. Und dazu sei er gerne wieder bereit. «Das nächste Aufgebot», schmunzelt Schlatter, «habe ich bereits erhalten.»

Eine Hamburgerin mit der Lizenz zum Melken

Schlieren Das Kabarettduo Schön&Gut hat die Zuschauer im Saal des Stürmeierhuus voll auf begeistert. Ihr neues Stück «Der Fisch, die Kuh und das Meer» schliesst nahtlos an ihre bisherigen Programme.

VON MARCO MORDASINI

Es sind meisterliche Wortspielereien, die Anna-Katharina Rickert und Ralf Schlatter, alias «Schön&Gut», in ihrem neusten Werk zum Besten geben. Die beiden Künstler beherrschen eine feine Klinge besten Humors, der ab und an auch sehr direkt und treffend ist. Katharina Gut, eine Matrosentochter aus Hamburg, strandet in Grosshöchstetten. Dort, wo die Uhren noch etwas anders ticken. Mit im Gepäck Grossvaters Erbstück: Ida – die Kuh. Genau zum richtigen Zeitpunkt, denn in dem verschlafenen Ort ist Viehschau, wo Gemeindepräsident Peter Kellenberger seit zehn Jahren unangefochten König ist. Gut macht sich auf, an Kellenbergers Thron zu sägen.

Anlauf auf See

Die Kuh Ida ist ein besonders schönes Exemplar, das sieht Metzgerssohn Georg Schön auf den ersten Blick. Schön bemerkt aber auch, dass er sich von der Hamburgerin Gut ganz schön angezogen fühlt. Und

doch muss er um jeden Preis verhindern, dass das Prachtexemplar Ida an der diesjährigen Viehschau teilnimmt. Denn dort regiert bekanntlich der Gemeindepräsident und das soll auch so bleiben. Doch wie sagt Katharina Gut so treffend: «Ich habe nothing left to loose» – mit anderen Worten, sie habe nichts zu verlieren. Bevor Gut mit Ida zum entscheidenden Coup ausholt, holt sie tief Luft und Anlauf auf See, so wie sie es von ihrem Vater gelernt hat. Sie setzt kurzerhand die Segel und macht sich mitten auf einem Emmentaler Acker vom Acker.

Schön ist hin und weg

Katharina Gut hat es dem Metzgerssohn Schön schon sehr angetan, dass er sogar als Matrose anheuert. Doch warum tut er das? Wer hat hier wen in der Hand? So dreht sich immer wieder alles um den vermeintlichen König, um Peter Kellenberger. Das Schiff und die Geschichte nehmen so ihren Lauf und manch versunkenes Geheimnis taucht aus den Tiefen des Dorfes wieder auf. «Es ist bemerkenswert, wie die beiden sich von Programm zu Programm steigern. Vor allem die feine Feder, die sie zu politischen Themen führen, ist exzellent», meint Annemarie Stemmler.

Der dritte Streich von «Schön&Gut» ist eine Schiffsladung Wortwitz und Poesie und damit ein einzigartiger Genuss.



Anna-Katharina Rickert und Ralf Schlatter.

MMO

INSERAT

Uhren und Schmuck
Bremgartnerstr. 5, 8953 Dietikon
Tel. 044 740 83 60 / Fax 044 740 83 63

TOUCH II
ausgewählt von Nicky Hayden
MotoGP Rennfahrer
IN TOUCH WITH YOUR TIME

Empfohlener Publikumspreis 845 CHF

TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853
INNOVATORS BY TRADITION

Experience more at www.tissot.ch