

Zeitschrift: Lenzburger Neujahrsblätter
Herausgeber: Ortsbürger-Kulturkommission Lenzburg
Band: 83 (2012)

Artikel: Hero ist Lenzburg und Lenzburg ist Hero : die Konservenfabrik feiert Jubiläum und Neubau
Autor: Halder, Heiner
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-917851>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Hero ist Lenzburg und Lenzburg ist Hero: Die Konservenfabrik feiert Jubiläum und Neubau

Die Geschichte der Firma Hero beginnt 1886 in Lenzburg, wo die beiden Gründer Gustav Henckell und Gustav Zeiler ihre Vision von der industriellen Nahrungsmittel-Konservierung in die Tat umsetzten. Die Idee war klar, einfach und modern: Von der Erbsenzucht über die Dosenproduktion bis zum Vertrieb sollte alles innerhalb des gleichen Betriebs stattfinden: Die Formel Einmachen, aufmachen, geniessen wurde zum Erfolgsrezept.

Entstanden ist in den vergangenen 125 Jahren ein erfolgreiches Unternehmen mit zahlreichen Tochterfirmen in der Schweiz, in Europa und in Übersee. Beeindruckend ist die Entwicklung einer stetig wachsenden und wechselnden Produktpalette: Neben den legendären Erbsen, der traditionellen Erdbeerkonfitüre und den berühmt berüchtigten Ravioli führte Hero auch Ochsenfleisch mit Gemüse, Fruchtsalat, Vermicelles, Babynahrung und vieles mehr in der Dose, im Glas, im Beutel.

Hero ist Lenzburg treu geblieben. Aus Anlass des Standortwechsels von Firmensitz und Produktion von der «Hero City» hinaus aufs grüne Hornerfeld und dem Fir-

menjubiläum durfte die Stiftung Museum Burghalde zahlreiche Akten, Bilder und Objekte aus dem ehemaligen Firmenarchiv übernehmen (vgl. Neujahrsblätter 2011).

Im Stadtmuseum und im Schweizerischen Wirtschaftsarchiv SWA Basel wird die Geschichte der Konservenfabrik konserviert. Das Museum Burghalde widmet der Hero zum Jubiläum die neue Wechselausstellung, die mit dem Einbezug von Räumen in der benachbarten «Seifi» einen bedeutenden Akzent der Abteilung Wirtschaftsgeschichte setzt, welche zukünftig im «Stammhaus» zusätzlich Platz erhält. Zudem wird zusammen mit dem Wirtschaftsarchiv ein Jubiläumsbuch produziert.

«Hero ist Lenzburg und Lenzburg ist Hero» – diese Maxime wurde sowohl von Firmeninhaber Arend Oetker und seinem Management als auch von den städtischen Behörden von Lenzburg schon mehrfach öffentlich festgehalten. Die aufwändig gestaltete Ausstellung im Museum und die vom Wirtschaftsarchiv wissenschaftlich dokumentierte Jubiläums-Publikation sind Produkte der gegenseitigen Wertschätzung.

Hero – seit 1886 in aller Munde

«Seit 1886 in aller Munde»: Vollmundig wirbt die Hero im Jubiläumsjahr für ihre Produkte. Tatsächlich: Mit Hero verbindet sich das Bild des Konfitüreglases auf dem Zmorgentisch, der Beutel-Rösti für das eilige Mittagessen, der Büchse Ravioli für den grossen Hunger. Hero-Produkte gehören zum Inventar der Erinnerungen in der Schweiz. Doch in fernen Ländern fällt uns am Frühstücksbüffet mit den omnipräsenten Konfi-Portionen auf, dass Hero nicht «der Schweiz gehört», sondern ein international



Die Hero-Schilder, Etiketten und Plakate mit prallen Früchten verlocken zum Anbeissen. Foto: ZVG



Die erste Dose Hero-Erbisen wurde am 17. Juni 1886 von Gustav Henckell handsigniert. Foto: RS

tätiges Unternehmen ist. Trotzdem: Hero ist «ein fruchtiges Stück Schweizer Wirtschaft», wie die Aargauer Zeitung AZ zum Firmenjubiläum im Juni 2011 trefflich titelte.

Die Konservierung von Nahrungsmitteln im industriellen Massstab, wie sie anno 1886 von den visionären Gründern in Lenzburg begonnen wurde, ist seit 125 Jahren eine nachhaltig anhaltende Erfolgsgeschichte. Das pionierhafte Unternehmen firmiert seit 1910 unter der Marke Hero, zusammengesetzt aus den ersten Buchstaben der Namen der damaligen Teilhaber Henckell und Roth. Die jüngsten Jahrzehnte bescherten der Traditionsfirma wiederholte «Wechseljahre» im Aktionariat.

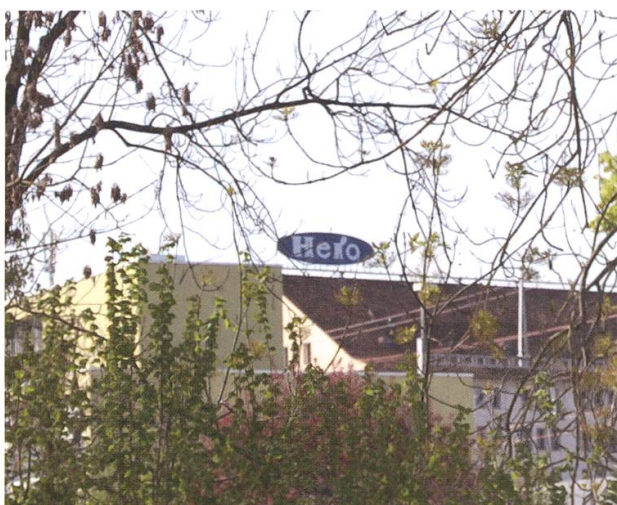
Stabilität brachte dann der Einstieg des deutschen Unternehmers Arend Oetker als Mehrheitsaktionär im Jahr 1995. Das Markengeschäft wurde reanimiert, die Firma dekotiert und das Portfolio im Zuge zahlreicher Verkäufe und Zukäufe markant umgebaut. Vom Umsatz der Hero 1995 blieb noch ein Sechstel übrig. Babynahrung bildet heute mit über 40 Prozent den Schwerpunkt, gefolgt vom Fruchtgeschäft.

Der Umsatz wird für 2010 mit 1,7 Milliarden Franken ausgewiesen, weltweit beschäftigt der Konzern 4000 Mitarbeitende in über 30 Ländern. Die Hero Schweiz gehört mit 220 Beschäftigten umsatzmässig zu den fünf Top-Ländern. Vom Hero-Geschäft hier zu Lande entfallen je knapp 40 Prozent auf den Detailhandel und die Gastronomie, 20 Prozent auf den Export.

Hero ist globaler Marktleader im Konfitü-
rengeschäft mit starker Präsenz in Europa,
Nahost und Afrika. Die strategische Zu-
kunft der Gruppe liege allerdings im Be-
reich Babynahrung, hielt der Vorsitzende
der Geschäftsleitung, Stefan Heidenreich,
an der Jubiläums-Medienkonferenz fest.
Nordamerika, China und auch Russland
sind hoffnungsvolle Zukunftsmärkte.

Die Botschaft von Arend Oetker zum Ge-
burtstag seiner Firma lautete, er hoffe
«auf eine Zukunft, die die getätigte Inves-
tition rechtfertigt.» Immerhin 35 Millionen
kostet der Neubau mit Konfitürenproduk-
tionswerk und Firmensitz im Hornerfeld
zu Lenzburg. Ausdrücklich betonte Oetker
sein klares Bekenntnis zum Standort und
Werkplatz Schweiz.

«Hero ist Lenzburg und Lenzburg ist Hero»
– hoffentlich bleibt dabei.



Das Hero-Logo dominierte das Stadtbild. Foto: HH.

Das Buch zum Jubiläum:

Reiche Ernte im «Schlaraffenland»

Auf Initiative der Stiftung Museum Burg-
halde wurde zum 125-Jahr-Jubiläum der
Hero ein reich illustriertes Buch publiziert,
welches aus dem Fundus des vom Schwei-
zerischen Wirtschaftsarchiv Basel über-
nommenen Hero-Materials schöpft. «Für
Historikerinnen und Kulturwissenschaftler
ist das Hero-Firmenarchiv ein Schlaraffen-
land voller spannender Geschichten und
Materialien», schreiben die Herausgeber.

Die Autorinnen sind Isabel Koellreuter (His-
torikerin) und Franziska Schürch (Kultur-
wissenschaftlerin) sowie der Autor Martin
Lüpold (Historiker und wissenschaftlicher
Mitarbeiter beim Schweizerischen Wirt-
schaftsarchiv).

Unter dem Titel «Hero – seit 1886 in aller
Munde. Von der Konserve zum Convenience
Food» wird die Hero-Geschichte in acht
Kapiteln beleuchtet. Thematisiert werden:
Der Gründungsmythos und die Biogra-
phien der Gründer Gustav Henckell, Gustav
Zeiler und Karl Roth, welche Bedingungen
sie in Lenzburg antrafen und wie sich der
Erfolg von Hero erklären lässt. Die 125jäh-
rige Firmengeschichte bis heute. Wichtige
Personen in diesen Jahren. Einordnung
der Firma in der Wirtschaftsgeschichte der
Schweiz. Die Produktion der Konserven vom
Feld in die Dose. Die Vermarktung durch
Werbung und Marketing, potenzielle Kon-
sumenten. Betriebskultur, Arbeiterinnen
und Arbeiter. Schliesslich wird auch darge-
stellt, wie das Hero-Archiv aus dem Keller
ins Museum Burghalde und zum Schweize-
rischen Wirtschaftsarchiv gelangten.

Herausgeber sind die Stiftung Museum
Burghalde und das Schweizerische Wirt-
schaftsarchiv, produziert wurde das Buch
von hier + jetzt, Verlag für Kultur und Ge-
schichte GmbH, Baden.

Hero-Neubau: Portionenschachtel und Konfitürenglas



Die Architektur der Hero-Bauten Fabrik und Firmensitz im Hornerfeld symbolisiert, was drinnen passiert. Foto: HH.

Das Konzept ist nicht neu. Industriebauten als architektonische Markenzeichen – neu-deutsch «Corporate Identity» – gab es früher schon: In Lenzburg die Malaga-Kellereien, in Rheinfelden das «Feldschlösschen» sind Beispiele dafür, wie Firmensitze auf Briefköpfen und Etiketten für unverwechselbare Marketingzwecke gebaut und verwendet wurden. Die Hero als traditionsbewusste Firma griff für ihren Neubau auf der grünen Wiese auf das historisch bewährte Rezept zurück.

Im Gegensatz zum ennet den Bahngeländen während über hundert Jahren kontinuierlich gewachsenem «Wildwuchs» der bisherigen Bauten, vom Volksmund «Hero City» bezeichnet, zeichnen sich der neue Hauptsitz im Hornerfeld und die neue Konfitürenfabrik durch klare Konturen mit klarer Botschaft aus: Hier haust Hero. Die Stadt gewinnt am Eingangstor vom Freiamt als Gegengewicht zum historischen Schloss ein weiteres, modernes Wahrzeichen.

Richard Werder, General Manager von Hero Schweiz, schwärmt nicht nur vom Ausblick von seinem neuen Arbeitsplatz aus. «Hero ist und bleibt in Lenzburg. Für uns bedeutet der neue Standort des Konzerns einen Aufbruch in die Zukunft mit der Fokussierung auf unsere Kernkompetenz der Herstellung von Portionen-Konfitüre», lässt er sich zitieren.

Frei Architekten AG Aarau hatten den Auftrag, diese Philosophie umzusetzen. Das Fabrikgebäude stellt eine Schachtel mit Konfitüren-Portionen dar, das Bürogebäude kopiert das Konfitürenglas. Letzteres, der Rundbau, ist ummantelt mit den Streifen einer ausgestanzten Aluminiumdeckelfolie, erläutert der kreative Architekt sein Projekt. So wird äusserlich symbolisiert, was drinnen passiert: In der Hero Lenzburg werden Konfitürenportionen in Gläschen und Aludöschen appliziert.

Einfach, funktional, verbindend und raffiniert ist die Bürogebäudestruktur. Die fünf Geschosse sind in fünf Segmente unterteilt:

Vier für die Büroflächen, eines für Lift, Treppe, WC und Nebenräume. Das Zentrum in jedem Stock ist eine runde Fläche, unterteilt in ein gläsernes Sitzungszimmer, Aufenthaltsbereich und einen nach oben offenen Bereich. Diese inneren drei Bereiche drehen sich auf jedem Stock um 120 Grad und verlaufen spiralförmig nach oben.

Das Fabrikgebäude ist licht und offen konzipiert. Die meisten Produktionsanlagen wurden, revidiert, vom alten Standort übernommen, eine neue Etikettiermaschine montiert. Der Produktionsablauf erfolgt von der Anlieferung bis zur Verpackung der Konfitüre in einer Streamline. Die fertigen Produkte werden in Däniken assortiert und gelagert, die Galliker Transport AG eröffnete dafür ein Lager mit einem Fassungsvermögen von bis zu 12 000 Paletten. Die Hero Portionen-Konfitüren werden aus Lenzburg in die ganze Welt exportiert.

Kompetenzzentrum für Konfi-Portionen

In den neuen Produktionsräumen des Nahrungsmittelkonzerns in Lenzburg werden 2200 Tonnen Früchte, 2100 Tonnen Zucker und 816 Tonnen Glukose pro Jahr in 5100 Tonnen Konfitüre verwandelt, abgepackt in Portionen zu 15 bis 28 Gramm. Die Konfitürenfabrik kann nur entsprechend ausgerüstet betreten werden: Mitarbeiter wie Besucher tragen einen weissen Mantel und ein rotes Haarnetz. Mit Waschtrögen und Desinfektionsduschen gekoppelte Drehkreuze sorgen dafür, dass die Anlage nur mit sauberen Händen betreten werden kann.

Sauber verpackt und schon gehackt werden die Früchte mit zwei bis drei Lastwagen pro Tag angeliefert und sofort verarbeitet. Je nach Rezept wird der Rohstoff nochmals verkleinert und via Hebekran in den Kochofen gehievt. Mit Zutaten ver-

sehen, wird die Masse unter Vakuum bei etwa 80 Grad gekocht. Noch warm, wird die Konfi via Druckleitungen in die Portionen – Aluschalen oder kleine Gläschen – abgefüllt und auf Laufbändern von 80 auf 35 Grad abgekühlt. Das gibt eine schöne Farbe, besseres Aroma sowie eine gute Gellierung. In den selben Förderbandsystemen werden die einzelnen Portionen gereinigt und in verschiedenen Sprachen wichtige Daten aufgedruckt. Alsdann werden die Portionen in Kartons verpackt und diese wiederum in sieben Sprachen beschriftet.

65 Mitarbeitende sichern die Produktion im Zwei-Schicht-Betrieb. Sie verarbeiten 120 verschiedene Rohstoffe mit 160 diversen Rezepturen zu 330 unterschiedlichen Verkaufsartikeln. Laufend werden von Marketingexperten und dem Fruit-Scout neue Produkte entwickelt. Im Jubiläumsjahr wurden gewagte Kreationen wie Aprikosen-Ingwer, Erdbeere-Rosa Pfeffer oder Bitterorange-Kakao lanciert sowie eine Nostalgie-Serie mit Mirabellen, Hagebutten und Quitten.

Das konzernweite Kompetenzzentrum für Konfitürenportionen schöpft mit 5100 Tonnen pro Jahr erst die Hälfte der Kapazitäten aus. Die Devise von Hero-Patron Arend Oetker lautet deshalb: «Fill the mill».



Produktionschef A. Brodt mit Konfiportionen. Foto: TW



«Stadtauge» als Blickfang des neuen Quartiers. Foto: ZVG



Das Kompetenzzentrum für Konfiportionen. Foto: TW



Die Früchte werden fürs Kochen bereit gestellt. Foto: TW

«Hero City» wird «Gleis Nord»

Nahtlos soll nach dem Wegzug der Hero auf das Hornerfeld aus dem Industrieareal ein neues Stadtquartier zum Wohnen, Arbeiten und Erleben entstehen: Aus «Hero City» wird «Gleis Nord». Wie diese urbane Weiterentwicklung vor sich gehen und aussehen soll, präsentierten die neue Eigentümerin des Areals, die Firma EBM (Elektra Birsack Münchenstein) und die Losinger Construction AG, als Generalunternehmung für die Arealentwicklung zuständig.

Auf dem 61 000 Quadratmeter grossen Areal soll eine Bruttogeschossfläche von 83 000 m² realisiert werden, aufgeteilt in: 48 000 m² Wohnen (ca. 400 Miet- und Eigentums-Wohnungen für Familien, junge und ältere Paare und betreutes Wohnen); 26 500 m² Arbeiten (ca. 600 Arbeitsplätze im Verkauf, Büro, Gewerbe und Ateliers); 8500 m² Erleben (Hotel, Gastronomie und Kultur); 10 000 m² öffentliche Parkanlage.

Vier parallel durchgeführte Architekturwettbewerbe für die einzelnen Baufelder und ein Direktauftrag ergaben erste Resultate, wie man sich den neuen Stadtteil etwa vorstellen kann. Als «imagebildendes Element» gilt das «Stadtauge» mit Blick auf die Geleise, ein grosses Schaufenster zur Erinnerung an den ehemals dominierenden Giebel des Hero-Fabrikgebäudes, welches teils erhalten und um Neubauten erweitert wird. Die Shedhalle wird in Wohnateliers aufgeteilt, auf dem Dach sind Terrassenwohnungen geplant.

An der Sägestrasse sollen vier Bauten entstehen: Alterswohnungen um einen offenen Hof herum, Genossenschaftswohnungen und eine kräftige Zeile mit Eigentumswohnungen. Ein grosser Platz wird zum Quartiertreffpunkt. Geplant ist ferner ein Hotel mit integrierter Umnutzung der ehemaligen Spenglerei.

125 Jahre Hero-Geschichte(n) im Museum Burghalde

Aus aktuellem Anlass präsentiert das Museum Burghalde Lenzburg vom Juni 2011 bis November 2012 seine grösste Sonderausstellung seit 25 Jahren. Die geschenkweise Überlassung ihres Firmenarchivs im Zuge der Standortverlegung (vgl. Neujahrsblatt 2011) macht es möglich, die Geschichte der Hero anschaulich aufzuarbeiten und attraktiv zu präsentieren. «Wir können den reichen Fundus in seiner ganzen Breite beispielhaft zur Darstellung bringen», hält Kuratorin Christina Fankhauser fest: «Das umfangreiche Material ist fast unerschöpflich». Das bedeutete, dass sie innert kürzester Zeit eine immense Menge an Papieren und Objekten stapeln, sichten, beurteilen und museal aufbereiten musste.

Die erste Erbsli-Dose von 1886

Das Resultat darf sich wahrlich sehen lassen: Im Wechselausstellungsraum des Museums Burghalde erfährt der Besucher die Geschichte aus den Gründerjahren um 1900 herum. Trouvaillen aus der von André Brunner während Jahren betreuten Sammlung werden hier erstmals der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. So wird die erste Hero-Conservendose mit Erbsli, abgefüllt am 17. Juni 1886, also kurz nach der Fabrikgründung, präsentiert: Die älteste Konserve ist von Gustav Henckell handsigniert. Eine weitere Rarität ist das Bohnenglas von 1895. Einmalig für eine hervorragend dokumentierte Firmengeschichte ist die grosse Kollektion historischer Fotografien aus dem Betrieb und aus den Plantagen.



Hero-Eigner Arend Oetker am Pult des Hero-Gründers Gustav Henckell (Büste) im Museum Burghalde. Foto: HH.

Ein eigentlicher «Augenschmaus» sind die Etikettensammlung sämtlicher Produkte, und die prächtigen grossformatigen Emailschilder, welche in früheren Zeiten jedes Kolonialwarenlädli im ganzen Lande zierten. Die hohe Qualität der grafischen Darstellung beeindruckt auch heute noch: Die prallen Früchte verlocken zum Anbeissen. Und besonders bedeutsam für den Hero-Nachlass ist die Tatsache, dass die Originalentwürfe der Künstler lückenlos erhalten blieben. Die Hero war nicht nur punkto Produkte-Innovation, sondern auch pionierhaft im Marketingauftritt.

Dies wird vor allem im neuen Ausstellungsraum in der Seifi manifest: Den Blickfang bildet eine Galerie von originellen Werbeplakaten. Ein weiteres Highlight ist die Kino-Ecke, wo historische Hero-Werbefilme erstmals seit Jahrzehnten wieder gezeigt werden – Nostalgie pur, die schmunzeln lässt. Auf Touchscreen und an Hörstationen lassen sich Interviews mit ehemaligen und heutigen Hero-Angestellten sowie Konsumenten abrufen – ein Schülerprojekt. Das Kult-Produkt Hero-Ravioli und die Mitarbeiterkultur (Wohlfahrtshaus mit Kantine seit 1946, Gewinnbeteiligung seit 1912) sind weitere Themen.

In die Gegenwart führt eine aktuelle Produkteschau, welche die Entwicklung des Nahrungsmittelkonzerns zu Convenience-Produkten belegt. So wird von den Ursprüngen bis heute der Wandel von Kundenbedürfnissen und Ernährungstrends, von Produktpaletten und Vermarktungsstrategien dokumentiert. Das Museum Burghalde freut sich, mit der Sonderausstellung über die Geschichte der Idee und der Marke Hero ein wichtiges Stück Schweizer Industriegeschichte der Öffentlichkeit präsentieren zu dürfen. Eine Referenz an die Weltfirma, welche dem Standort Lenzburg seit 125 Jahren treu geblieben ist.



Im Seifi-Haus wurde für die Hero-Sonderausstellung Raum für das Museum Burghalde geschaffen. Foto: HH.

«Hero-Museum» Seifi

Dass das Museum Burghalde Lenzburg zum Hero-Jubiläum die bisher grösste Sonderausstellung anrichten kann, ist dem Zuzug von Räumen in der benachbarten ehemaligen Seifi zu verdanken. Nebst dem Wechsellausstellungsraum und der vorübergehend ausgeräumten Abteilung Industriegeschichte stehen mit der Seifi nun total 300 Quadratmeter Ausstellungsflächen zur Verfügung.

Neubau und Jubiläum der Konservenfabrik brachten im Stadtmuseum einiges in Bewegung. Nebst Lagerräumen für das ihm geschenkte Firmenarchiv galt es, zur grosszügigen Präsentation der Firmengeschichte zusätzlichen Raum zu beschaffen. Dank der Zustimmung der ausserordentlichen Ortsbürgergemeind 2011 konnte im Parterre der ehemaligen Seifenfabrik zusätzlicher Raum gemietet werden. Innert kürzester Zeit wurde dieser für einen Kredit von 120 000 Franken für Ausstellungs- und andere Nutzungszwecke sanft saniert.

Vorläufig bleibt die Ausstellung aus dem Hero-Nachlass hier, später wird die Seifi für eine Mehrfachnutzung zusammen mit dem Bauamt (Stadtmodell, Projektausstellungen usw.) verwendet.

Schüler halfen bei Hero-Ausstellung mit

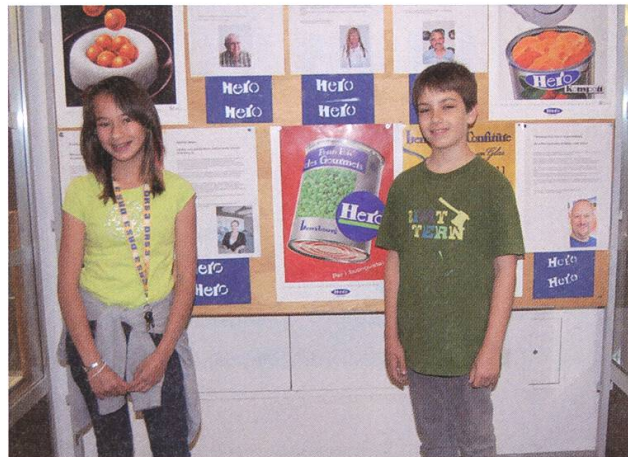
«Lenzburg bietet die einmalige Gelegenheit, Geschichte über Jahrhunderte vor Ort kennen zu lernen und im Schulunterricht einzubeziehen; dies gilt vor allem auch für die Zeit der Industrialisierung», sagt Johanna Rey. Die Sekundarlehrerin und ihre Kollegin Martina Egger organisieren seit Jahren zusammen mit ihren Klassen entsprechende Projekte. Aus aktuellem Anlass halfen die Schülerinnen und Schüler der Sekundarklassen S2a und S2b bei der Ausgestaltung der Hero-Sonderausstellung im Museum Burghalde Lenzburg.

Zum Einstieg beschäftigten sich die Jugendlichen mit alten, unscheinbaren Gegenständen aus ihren Haushaltungen, deren Geschichte(n) und deren Bedeutung für die Menschen. So lernten sie den Wert von Objekten im Museum kennen. Die ins digitale Zeitalter hineingeborenen Schüler (Digital Natives) haben alsdann in einem Werbefilm der Hero von 1936 eine ganz andere Welt entdeckt. Die Konservenfabrik wurde gegründet, als es noch kaum Autos gab, Produkte, Berufe und Arbeitsbedingungen haben sich im Verlauf der Jahrzehnte stark verändert.

Fragen tauchen auf: Wie haben ehemalige Mitarbeiter oder Erntehelfer ihren Alltag erlebt? Welche Rolle spielte die Firma im Leben der damaligen und heutigen Angestellten? Mit einem selbst erarbeiteten Fragenkatalog haben die Schüler Interviews durchgeführt. Diese Begegnungen fördern bestimmt das Verständnis für die älteren Generationen, ihre Ansichten und Einsichten, ist Martina Egger überzeugt. Die kurzen Porträts sind in der Seifi, durchaus dem digitalen Zeitalter entsprechend, via Touchscreen und Hörstationen seh- und hörbar. Ein äusserst wertvoller Beitrag, lobt Ausstellungs-Kuratorin Christina Fankhauser.



Ausstellungskuratorin Christina Fankhauser konnte beim Hero-Archiv aus dem Vollen schöpfen. Foto: HH.



Lenzburger Schulkinder bereicherten die Ausstellung mit Interviews für die Hörstation. Foto: HH.



Stiftungsratspräsident Urs F. Meier (rechts) führte das Hero-Kader durch die Ausstellung. Foto: HH.

Vom juristischen zum kulturhistorischen Gewissen: Pensionierung von Stadtschreiber Christoph Moser

An der Sitzung des Einwohnerrates vom 2. Dezember 2010 verabschiedete Ratspräsident Michael Häusermann den langjährigen Stadtschreiber Christoph Moser in den Ruhestand. Während 32 Jahren hat er in Ausübung seines Amtes das Gemeindeparkament mit Rat und Tat begleitet. Mit Standing Ovationen wurde ihm der aufrichtige «Dank der Republik» ausgesprochen.

Am «Tag der Arbeit», dem 1. Mai 1979, trat Christoph Moser sein Amt als Lenzburger Stadtschreiber an. Ironie des Schicksals? Damals war das allerdings noch kein Freitag, aber die Arbeit im Dienste seiner Vaterstadt hat ihn nahezu 32 Jahre lang über das normale Mass hinaus umtrieben. «Es war für mich die seit Jugendzeit gewünschte Berufung und das ist auch heute noch so», sagte er rückblickend. Über die Routine hinaus wird man an diesem Schlüsselposten der Verwaltung täglich neu gefordert, und im Lauf der Jahrzehnte verändert sich viel.

Im Gegensatz zum «Kanzler» auf dem Lande, bei dem alle Fäden zusammenlaufen und der Kraft seines Amtes zur «grauen Eminenz» wird, ist der Stadtschreiber im Getriebe der Stadtverwaltung der stille Schaffer im Hintergrund. Der lizenzierte Fürsprecher war das «juristische Gewissen» der Behörden, der die Beschlüsse der Exekutive zwecks Umsetzung zu Papier bringt, die Ratsrunde und bei Bedarf auch die Verwaltungsabteilungen sowie die Legislative



Christoph Moser, 32 Jahre Stadtschreiber. Foto HH.

berät, als Protokollchef funktioniert und nach aussen der Garant für die korrekte Vermittlung der vom Stadtrat getroffenen Entscheidungen ist.

In der Kanzlei geht vieles über den Tisch

Beim Stadtschreiber geht vieles über den Tisch, und er spürte die zunehmende Last der Geschäfte. So standen die alleinige Verantwortung für alle Stadtrats- und Einwohnerratssitzungen sowie das Personalwesen auch noch in seinem Pflichtenheft. Ohne die tatkräftige Mithilfe der langjährigen Sekretärin der Stadtschreiberei, Berti Singer, hätte er die damaligen struben Zeiten nicht so gut überstanden, sagt Christoph Moser dankbar. Und er war froh, als er ab 1987 durch aktive Vizestadtschreiber, seit 1991 Stephan Wiedemeier, und seit 2002 durch die Anstellung eines Leiters Stadtverwaltung, Daniel Hug, in diesen Bereichen wirksam entlastet wurde