

«Langenbrucker sind äusserst selbstbewusste Leute»

Die Gemeinde Langenbruck tritt ab heute mit einem neuen Logo und einer frisch gestalteten Website auf. Mit dem neuen Corporate Design will der Gemeinderat auch visuellen Veränderungen im Dorf Rechnung tragen.

Elmar Gächter

Hector Herzig ist seit 2004 im Gemeinderat und präsidiert die Langenbrucker Behörde seit acht Jahren. Er ist mit seinem Unternehmen Herzka GmbH als Organisationsberater tätig. Durchschnittlich einen Tag pro Woche widmet er sich den Gemeindegeschäften und bezeichnet die Funktion als Gemeindepräsident als das mit Abstand schönste politische Amt, das es gibt.

Im Interview mit der «Volksstimme» spricht Hector Herzig über das neue Logo, die Aufgaben des Gemeinderats und die Zukunft des Dorfs.



Mehr Gestalter denn Verwalter: Hector Herzig.

Bild Elmar Gächter

■ **«Volksstimme»: Herr Herzig, weshalb braucht Langenbruck nach zehn Jahren bereits wieder ein neues Logo?**

Hector Herzig: Der Gemeinderat hat sich an seiner jährlich stattfindenden Klausur bereits vor drei Jahren intensiv mit der Zukunft unseres Dorfes befasst. Eines der wesentlichsten Resultate dabei war, dass wir uns gestützt auf den drei Säulen Natur, Kultur und Sport sowie Geschichte und Tradition weiterentwickeln wollen. Wir wussten, dass die Hauptstrasse neu gestaltet und damit das Erscheinungsbild von Langenbruck nachhaltig verändert wird. Damit es aber nicht beim Visuellen allein bleibt, setzten wir uns das Ziel, die Veränderungen auch in das mentale Bewusstsein unserer Bevölkerung zu übertragen. Wir wollen Langenbruck wieder vermehrt zu einem Ort gestalten, wo man sich wohlfühlt und sich sportlich oder kulturell in einer wunderbaren Umgebung erholen kann. Dies ist der Grund, weshalb wir unseren Auftritt auch marketingmässig neu aufgleisen.

■ **Von welchen Gedanken liessen Sie sich bei der Wahl des neuen Logos leiten?**

Im Wissen, dass ein wirksames Logo prägnant, wiedererkennbar und vor allem unverwechselbar sein sollte, verzichten wir auf die

bisherige symbolisierte Berglandschaft, die beispielsweise auch ähnlich und mit gleichen Farben das Logo der Polizei Basellandschaft prägt. Stattdessen nehmen wir wieder unser Gemeindegewapp auf, halten an der bisherigen Schriftart fest, ersetzen jedoch den Slogan «einfach sympathisch» mit dem Claim «Top of Baselland».



LANGENBRUCK
Top of Baselland

■ **«Top of Baselland» tört ja sehr selbstbewusst.**

Es ist so, ich erlebe die Langenbrucker und Bärenwiler als sehr speziell und äusserst selbstbewusst. Dies mag nicht zuletzt geschichtlich in der grossen Vergangenheit des Pass- und Grenzdorfs begründet sein. Aus meiner Sicht müsste sich unsere Bevölkerung noch mehr im Klaren darüber sein, welch grosses Potenzial hier vorhanden ist und es noch aususchöpfen gilt. Auch wenn die Aussage im Moment etwas keck, ja geradezu ein bisschen frech tönt: Sie passt zu Langenbruck.

■ **Ist schon eine gewisse Aufbruchstimmung erkennbar?**

Ich spüre diese Aufbruchstimmung in der Tatsache, dass wir in den letzten fünf Jahren grosse Investitionen für die Zukunft tätigen

konnten. So sagten die Langenbrucker, die grundsätzlich sparsame Menschen sind, Ja zum Erwerb des ehemaligen Kinderheims und stimmten dem Kauf der «Revue» samt Umbau zu, beides Objekte, die vor allem auch dem Kultur- und Sozialleben zugutekommen. Mit dazu bei trägt auch der Kanton in Zusammenarbeit mit der Gemeinde mit der Renaturierung des Schöenthalbachs, der Sanierung der Schöenthalstrasse, der Neugestaltung der Hauptstrasse, des Dorf- und Pausenplatzes. Ich bin überzeugt, dass wir mit diesen Objekten den Pioniergeist, wie er zu Zeiten eines Oskar Bider herrschte, wieder entfachen können.

■ **Wie weit kann der Gemeinderat darauf Einfluss nehmen?**

Nehmen wir die Gastronomie als Beispiel. Wir können eine noch so gute Infrastruktur anbieten, wenn die Gäste zum Beispiel nach dem Besuch der Solarbabanlage kein Lokal finden, wo sie ihren Bedürfnissen entsprechend bewirtet werden, sehen wir sie vielleicht nie mehr wieder. Der Gemeinderat hat zwei Möglichkeiten. Er kann versuchen, die Wirte für Innovationen zu begeistern. Finden sich jedoch nicht schnell genug die nötigen Kunden ein, ist das Feuer schnell weg. Unsere Idee ist deshalb, durch Aktionen oder Auftritte Gäste hierher zu bringen. Wir in der Behörde

sehen uns dabei vor allem als Gestalter und nicht Verwalter. Ich denke, dass wir dies bei unseren letzten grossen Anlässen umsetzen konnten. Wer erinnert sich nicht an das grosse Bider-Fest, wo wir mit einem kleinen Budget in der ganzen Schweiz Beachtung fanden. Oder die Dino-Ausstellung, die wir dank schneller Bewilligung nach Langenbruck holten und die dem Veranstalter 40'000 Eintritte bescherte. All dies können wir allerdings nur, wenn unsere Bevölkerung dahintersteht und am Karren mitzieht.

■ **Wie sehen Sie persönlich die Zukunft Langenbrucks?**

Meine Vision ist, dass Langenbruck an die erfolgreichen Bider-Zeiten, ob Flieger oder Arzt, anknüpfen und den Namen als Kurort aufpolieren kann. Wir setzen dabei bewusst auf ein qualitatives Wachstum. Wenn überhaupt, soll das Dorf einwohnermässig nur noch bescheiden wachsen. Zuzüger, die Langenbruck vor allem auch von seiner schönen Lage als Wohnort schätzen, sind uns jedoch stets willkommen. Gefragt sind vor allem auch Kurzurlauber, die nach Langenbruck gehen, weil man dort hat einfach hingehen will. Es wäre schön, wenn unsere tolle Vergangenheit wieder aufleben könnte.

www.langenbruck.ch