

«Auch ein Standort New York ist denkbar»

Wirtschaft Die Designagentur Herger Imholz mit Hauptsitz an der Altdorfer Höfligasse heisst neu HI Schweiz AG. Mit dem Namenwechsel verbindet die Firma auch den Aufbau eines neuen Standbeins.

Markus Zwysig
markus.zwysig@urmerzeitung.ch

Die Firma Herger Imholz mit Hauptsitz in Altdorf und einem Satelliten in Zürich wurde zu HI Schweiz umbenannt und expandiert nach Luzern. Yves Herger, Inhaber und Creative Director, sowie CEO Mathias Bamert sagen, weshalb das Unternehmen diesen Schritt wagt.

Hat es in Uri zu viele Werbebüros, dass Sie nun die Kundenschaft ausserhalb des Kantons suchen müssen?

Yves Herger: Wir fühlen uns mit Uri und mit den hier gelebten Werten nach wie vor verbunden. Vor einigen Jahren haben wir den Schritt nach Zürich gemacht, weil unsere Firma immer mehr Kunden ausserhalb des Kantons betreut. Der Aufbau eines neuen Standorts in Luzern ist die logische Konsequenz dieser Entwicklung.

Geht es in diesem Tempo weiter, eröffnen Sie wohl bald einen weiteren Standort. Wo wird das sein?

Herger: Wo wir als nächstes ein neues Standbein aufbauen werden, ist noch nicht bekannt. Sicher ist aber, es werden weitere Standorte dazukommen. Wir ziehen keine Grenzen – weder in Uri noch in der Schweiz. Auch ein Standort in Hamburg oder New York ist denkbar.

Wie lange bleiben Sie dem Kanton Uri noch treu?

Herger: Der Kanton Uri wird unsere sichere Basis bleiben. Und: Erfahrungen, die wir ausserhalb des Kantons machen, wollen wir den Urnern weitergeben, damit sie diese auch nutzen können. Die nötige Ruhe und Inspiration finden wir in Altdorf. Die Dynamik von Zürich und Luzern brauchen wir aber ebenfalls. Es ist für uns wichtig, dass wir die verschiedenen Einflüsse von



Die HI-Führungsscrew von links: Beat Schuler (CFO), Yves Herger (Inhaber und Creative Director), Mathias Bamert (CEO) und Philipp Michel (Art Director, Leiter HI Luzern).
Bild: F. X. Brun (Altdorf, 21. Dezember 2016)

«Wir haben uns der Markenwelt verschrieben.»

Yves Herger
Inhaber HI Schweiz AG

Stadt und Land miteinander vereinen können.

Wird die Firma durch den neuen Standort Luzern auch personell wachsen?

Herger: Unsere Firma zählt momentan zwölf Mitarbeiter. Es ist unser Ziel, das Unternehmen auszubauen. Das darf aber nicht um jeden Preis geschehen. Das Ergebnis ist am besten, wenn wir alle kreativen Köpfe gemeinsam in einem Büro haben. Wir sind viel leistungsfähiger im Team. Dann müssen wir aber auch wieder ausschwärmen und die Kunden vor Ort besuchen.

Wenn Altdorf Ihre Basis bleibt, werden Urner bei einer

Stellenbesetzung bevorzugt?

Mathias Bamert: Wir besetzen unsere Stellen nicht in erster Linie nach geografischen Kriterien, sondern nach Fähigkeiten. Natürlich freuen wir uns auf Talente jeden Alters aus dem Kanton Uri. Wir wissen natürlich genau, dass es vor allem der Nachwuchs sehr schwer hat, hier eine Ausbildung zu machen.

Wie viele Lehrstellen bieten Sie an?

Bamert: Wir haben zwei Lehrlinge im grafischen Bereich und einen KV-Lehrling. Das ist ein hoher Anteil bei zwölf Mitarbeitern. Aber jung bleiben ist für unsere Firma wichtig. Wir müssen den Jungen zuhören, denn sie setzen

«Die Jungen setzen die Trends von morgen.»

Mathias Bamert
CEO HI Schweiz AG

heute die Trends von morgen, vor allem im digitalen Bereich.

Die Digitalisierung gewinnt immer mehr an Bedeutung. Welchen Stellenwert hat das Gedruckte überhaupt noch?

Bamert: Das Gedruckte hat für uns nach wie vor einen sehr grossen Stellenwert. Es ist aber schon so: Wir werden digitaler. Wir nutzen bewusst alle Bereiche, wenn wir eine Marke aufbauen und betreuen.

Herger Imholz heisst neu HI Schweiz AG. Verlieren Sie mit dem Namenswechsel nicht an Eigenständigkeit?

Bamert: Klar, wenn wir die Namen streichen, verlieren wir ein gewisses Mass an Identität. Die neue Bezeichnung HI Schweiz AG soll es aber auf den Punkt bringen. Auf der einen Seite gewinnt man Neutralität. HI ist Schärfe und Konzentration.

Herger: Die Digitalisierung führt auch zu einer Reizüberflutung. Da wirken wir mit der Bezeichnung HI Schweiz AG entgegen. Es ist eine selbstbewusste Grösse, ja auch eine Vision.

Bamert: Ich möchte noch ein Beispiel für unseren Wandel erwähnen: Den Zusatz Werbeagentur haben wir schon vor einem Jahr bewusst aus unserem Namen gestrichen. Wir sind nicht eine klassische Werbeagentur.

Was heisst das konkret?

Herger: Wir haben uns der Markenwelt verschrieben. Werbung ist eine Komponente davon. Wir machen nicht nur einfach eine Kampagne und dann ist es vorbei. Vielmehr setzen wir auf Nachhaltigkeit und überlassen es dem Kunden, wie weit er mit seiner Marke gehen will.

Hinweis
Mehr Infos zur Designagentur gibt es unter www.hi-schweiz.ch

Urner Zeitung

Herausgeberin: Luzerner Zeitung AG, Maihofstrasse 76, Luzern. Doris Russi Schurter, Präsidentin des Verwaltungsrates, leitung@lzmedien.ch.

Verlag: Jürg Weber, Geschäftsleiter; Ueli Kattenrieder, Lesemarkt; Stefan Bai, Werbemarkt.

Ombudsman: Andreas Z'Graggen, andreas.zgraggen@luzernerzeitung.ch.

Publizistische Leitung: Pascal Hollenstein (pho).

Redaktion Urner Zeitung: Redaktionsleiter: Bruno Arnold (bar); Stv. Redaktionsleiter: Florian Arnold (fz), Elias Bricker (eb); Carmen Epp (eca); Matthias Stadler (mst); Markus Zwysig (MZ); Philipp Zurfluh (pz, red. Mitarbeiter); Urs Hanhart (urh), Reporter.

Chefredaktion: Chefredaktor: Jérôme Martinu (jem). Stv. Chefredaktoren: Dominik Buholzer (bu, Leiter Zentralschweiz am Sonntag); Roman Schenkel (rom, Leiter überregionale Ressorts); Flurina Valsocchi (flu, Leiterin regionale Ressorts).

Redaktionsleitung: Robert Bachmann (bac, Leiter Online); Balz Bruder (bbr, Blattmacher/Autor); Sven Gallinelli (sg, Visueller Blattmacher); Andreas Ineichen (ain, Leiter Sport); Christian Peter Meier (cpm, Leiter Reporterpool); Lukas Nussbaumer (nus, Leiter Ressort Kanton); Arno Renggli (are, Leiter Gruppe Gesellschaft und Kultur).

Ressortleiter: Kari Kälin (kå, Leiter Politik); Robert Knobel (rk, Leiter Stadt/Region); René Leupi (le, Sportjournal); Hans Graber (hag, Leiter Piazza Wissen); Regina Grütter (reg, Apero/Agenda); Lene Horn (lh, Foto/Bild).

Adresse: Höfligasse 3, 6460 Altdorf.

Redaktion: Telefon 041 874 21 60, Fax 041 874 21 61, redaktion@urmerzeitung.ch.

Hauptredaktion: Telefon 041 429 51 51, Fax 041 429 51 81, redaktion@luzernerzeitung.ch.

Abonnemente und Zustelldienst: Telefon 041 871 10 20, Fax 041 429 53 83, leserservice@lzmedien.ch.

Billettverkauf: Telefon 041 874 21 60.

Technische Herstellung: LZ Print/Luzerner Zeitung AG, Maihofstr. 76, Postfach, 6002 Luzern, Tel. 041 429 52 52, Fax 041 429 52 89.

Anzeigen: NZZ Media Solutions AG, Höfligasse 3, 6460 Altdorf, Telefon 041 429 52 52, Fax 041 429 59 69, inserate@lzmedien.ch.

Abonnementspreis: 12 Monate für Fr. 449.–/6 Monate für Fr. 232.50, 12 Monate nur E-Paper Fr. 368.– (inkl. MWST).

Die irgendwie geartete Verwertung von in diesem Titel abgedruckten Anzeigen oder Teilen davon, insbesondere durch Einspeisung in einen Online-Dienst, durch dazu nicht autorisierte Dritte ist untersagt. Jeder Verstoß wird gerichtlich verfolgt.

Deutsche Sprache, schwere Sprache

Geschenkidee: Ein Duden zum Eigengebrauch

Schreiben ist eine Kunst für sich. Den einen liegt es im Blut, andere können gar nichts damit anfangen. So ist etwa der 14-jährige Kilian Arnold aus Springen ein Schreibtalent – er hat beim Klub der jungen Dichter 2016 mit einer Geschichte über zwei Hunde den dritten Platz belegt.

Aber es muss ja nicht gleich jeder ein Goethe sein. Auch ich habe bei der Lektüre meiner Artikel im Nachhinein wegen Fehlern schon laut aufschreien müssen (und hoffe natürlich, dass der Ihnen nun vorliegende Erguss keine Fehler enthält – das wäre unaushaltbar peinlich). So unterlief mir in einem meiner ersten Artikel für die «Urner Zeitung» doch tatsächlich ein «dass-/das-Lapsus». Die Redaktionskollegen lachten herzlich, für mich war es ein Ärgernis sondergleichen, denn ich werde auf der Redaktion augenzwinkernd auch «Grammatik-Nazi» genannt. Dies als

Hinweis darauf, dass ich es immer sehr genau nehme mit der deutschen Sprache – was durchaus zutrifft, wie ich jeweils mit geschwellter Brust hinzufüge. Kollegen können bei fahrlässiger Missachtung der Grammatikregeln schon mal zusammengestaucht werden.

Jetzt gibt es aber auch das Gegenteil: Leute, die ihre Muttersprache nicht gut auf Papier bringen können. Das verstehe ich. Jeder hat seine Stärken und Schwächen – ich zum Beispiel bin schon froh, wenn das Auto läuft, zum Automechaniker werde ich nie. Aber es gibt auch Leute, die sich keinen Deut um unsere Sprache scheren. Da fliegen einem Anglizismen um den Kopf, bei denen ich mich zwangsläufig fragen muss, ob wir hier eigentlich in Grossbritannien oder in der Schweiz sind (wieso «High-light»? Ein «Höhepunkt» tuts doch auch). Meistens sind die

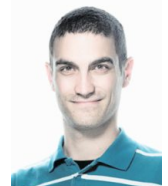
Anglizismen-«User» gaaanz wichtige Personen und gerne in der PR-Branche tätig. Ebenfalls schon manchen Nerv gekostet hat mich die «-nde-Plage», wie ich sie nenne. Also stumpfsinnige Formulierungen wie «Studierende» statt «Studenten», «Lernende» statt «Lehrlinge» oder «Mitarbeitende» statt «Mitarbeiter». Mein Liebling dabei ist der «Besuchende» anstelle des «Besuchers». Man will ja heute vor lauter Angst niemandem mehr auf die Füsse treten. Die korrekte Sprache wird dem politisch Korrekten geopfert. Diese Täter sitzen meist in überdotierten Kommunikationsabteilungen von Verwaltungen und Firmen.

Aber zurück zu eigentlichen Fehlern: Wenn man im Umgang mit der schriftlichen Sprache nicht so geübt ist, sehe ich grosszügig über Irrtümer hinweg. Das Verständnis hört aber bei Parlamentariern auf,

die kaum einen geraden Satz schreiben können. Man ist schliesslich vom Volk gewählt und bekleidet ein ehrenvolles Amt. Und wenn man einen Vorstoss einreicht, sollte dieser meiner Meinung nach nicht daherkommen, als ob man ihn nach acht «Stiär Biär» am Sonntagmorgen um vier Uhr geschrieben hätte. Wenn man es mit dem Deutsch aber trotzdem nicht so hat, sollte wenigstens jemand geplante Vorstösse gegenlesen, das würde schon einiges verbessern. Gerade kürzlich hatte ich das zweifelhafte Vergnügen, eine Interpellation eines Urner Landrats zu lesen – wir nennen als Ausnahme mal keine Namen. Falsche Kommasetzung war noch das kleinste Übel. Der Herr setzte sogar Punkte an den falschen Ort und unterbrach somit Sätze in der Mitte, was diese gänzlich unverständlich machte. Auch Fragezeichen wurden ignoriert. Ein Satz ging abgekürzt so:

«Wie viele Eigentumsübertragungen hatte das zuständige Amt in den letzten vier Jahren (...) bewilligt.» Kurz: Es war eine Tortur, diesen Vorstoss zu lesen.

Es gäbe noch weitere Amtskollegen, die sonderbare Kreationen erfinden. Als besondere Stilblüte dieser Satz: «Es ist als dringend und empfehlenswert, dass auf diesem Weg sich der Kanton Uri auch daran beteiligen soll.» Wie kann man als Parlamentarier derart nachlässig mit unserer Sprache umgehen? Als nächstes Weih-nachtsgeschenk empfehle ich einen Duden – für den Eigengebrauch.



Matthias Stadler
matthias.stadler@urmerzeitung.ch