

Aargauer Wirtschaft

Zeitschrift des Aargauischen Gewerbeverbands Nr. 11 / 15. November 2010



AZB
CH-4800 Zofingen
PP / Journal
Postcode 1

**Die Zielsetzungen
des Aargauischen
Gewerbeverbands**
Programm 2010–2014
In neun Punkten haben die Delegierten des Aargauischen Gewerbeverbands die Ziele für die nächsten Jahre festgelegt. Im Vordergrund stehen die Steuern, die Berufsbildung und der Strassenverkehr.
> Seite 14

AGV-Parole
Die Delegierten des Aargauischen Gewerbeverbands (AGV) haben an der Delegiertenversammlung vom 30. September 2010 in Zofingen folgende Parole für die nationale Abstimmung vom 28. November 2010 gefasst:
**Volksinitiative
«Für faire Steuern.
Stopp dem Miss-
brauch beim Steuer-
wettbewerb
(Steuergerechtig-
keits-Initiative)»**
NEIN
> Seite 19



Medienlandschaft Aargau in Bewegung Der Online- und Mobilebereich wird immer wichtiger, in den Medienhäusern und in der ganzen Gesellschaft. Gut gemachte Lokalzeitungen leben noch lange.
> SEITE 4



INSIDE
**Medienlandschaft
Aargau in
Bewegung**
> Seite 4



**Unter den
Weltbesten im
Zeitungsdruck**
> Seite 6



**Service public für
das Mittelland**
> Seite 9


Seit 25 Jahren auf
Erfolg programmiert
www.abacus.ch



Das Business-Programm
**BusPro ist Kunden-
und Lieferanteninfo,
Auftrag, Lager,
Buchhaltung, Lohn**
www.buspro.ch

**Win-win
statt Blabla.**
 **Zofinger Tagblatt AG**
Medien- und Printunternehmen
Zofinger Tagblatt AG
Henzmannstrasse 20
4800 Zofingen
Tel. 062 745 93 93
www.ztonline.ch

 **Ausgezeichnet**
 **Aargauische
Kantonalbank**
Das sichere Gefühl.
W W W . A G V . C H



Ausgezeichnet



«Der Gewinn des Aargauer Unternehmenspreises zeigt uns, dass wir mit vielem richtig liegen – auch mit der Wahl unserer Bank.»

Dr. Thomas Kirchofer,
Kurzentrums Rheinfelden

Geld ist Gefühlssache. Dabei zählen Nähe, Vertrauen und Sicherheit mehr als alles andere. Das kann nur bieten, wer auf solider Basis steht und die besonderen Bedürfnisse von Unternehmen kennt. Fragen Sie uns, denn KMUs verdienen innovative Leistungen, die neue Perspektiven eröffnen. akb.ch/unternehmenspreis

Das sichere Gefühl.



Aargauische
Kantonalbank

INHALT

7 «Die Botschaft», der Schlüssel zum Zurzibiet



8 Radio 32 – seit fast 20 Jahren die Nummer 1 zwischen Aarau, Solothurn und Bern!

11 Fehlende Konkurrenz im Ressort Aargau

14 Die Zielsetzungen des Aargauischen Gewerbeverbands Programm 2010–2014

16 Mit SUCCOR mehr Umsatz erzielen

23 100 Jahre Gewerbeverein Oftringen

24 Hagewo 2010 mit 40000 Besuchern ein voller Erfolg



26 Erfolgreich Lehrstellen besetzen

Thema im Dezember:
Gewerbeausstellungen

Thema im Januar:
Steuern

EIGENSTÄNDIGE AARGAUER MEDIENLANDSCHAFT ERHALTEN

Der Aargau liegt zwischen den Zentren Zürich, Basel, Bern und Luzern. Er hat in den gut 200 Jahren seines Bestehens seine politische und wirtschaftliche Eigenständigkeit wahren und stärken können. Die dramatischen Veränderungen in der Medienlandschaft gefährden aber die Eigenständigkeit der Aargauer Medien. Der Aufschwung der elektronischen Medien, das Aufkommen der Gratiszeitungen, der Rückgang der Inserate und das Ausbleiben der jungen Zeitungsabonnenten führen zu massiven Konzentrationen in dieser Branche.

In unserm Kanton aber führen wir eine andere Diskussion. Wir beklagen die Monopolstellung der Wanner-Gruppe mit den verschiedenen Ausgaben der «Aargauer Zeitung», dem Radio Argovia und dem TV-Sender TELE M1. Bei den gesellschaftlichen Zusammenkünften und den Stammtischrunden wird die minimale Berichterstattung über regionale und lokale Ereignisse kritisiert. Der monopolistische Einheitsbrei müsse möglichst rasch ein Ende haben. Alle politischen Parteien, Verbände und Gruppierungen fühlen sich in den Medien untervertreten und schlecht verstanden.

Ob dieser oft etwas engstirnigen Diskussion wird der mediale Zangenangriff des Zürcher Tages-Anzeigers über das Limmattal in den Berner Aargau und der Basler Zeitung ins untere und obere Fricktal übersehen. Wir Aargauerinnen und Aargauer haben alles Interesse, unsere eigenen Medien behalten zu können. Dazu gehören die stark verwurzelten Regional- und Lokalzeitungen genauso wie die Wanner-Gruppe. Wenn unsere Politik und unsere wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Ereignisse nur noch von Zürich und Basel aus gewürdigt werden, wird es mit unserer Eigenständigkeit schlecht bestellt sein. Auch wenn wir uns alle wünschen, dass die Medienarbeit wieder etwas sachlicher und weniger personenbezogen werden soll, stehen wir aus voller Überzeugung zu unsern Aargauer Medien!



Herbert H. Scholl

Geschäftsführer des Aargauischen Gewerbeverbands, Grossrat, Zofingen

► BEILAGE «AKB UNTERNEHMERPREIS»

IMPRESSUM Mitteilungsblatt für die Mitglieder des Aargauischen Gewerbeverbands

Herausgeber AGV Aargauischer Gewerbeverband, Postfach 1555, 4800 Zofingen, Telefon 062 746 20 40, Fax 062 746 20 41, E-Mail info@agv.ch **Redaktion** Herbert H. Scholl, Geschäftsführer AGV, Kurt Schmid, Präsident AGV, Peter Fröhlich, Stv.-Geschäftsführer AGV, Andreas Wagner, Verbandssekretär AGV, Dr. phil. I Paul Ehinger, Publizist **Beiträge** Rudolf Aegerter, Hans Baumann, Roland Baumgartner, Simone Braun, Bernhard Bürli, Thomas Denzel, Hans Fahrländer, Marc Friedli, Thomas Fürst, Cyrill Heimgartner, Walter Herzog, Renate Kaufmann, Christa Ledergerber Burger, Roland Oetlerli, Philipp Zimmermann **AGV Aargauischer Gewerbeverband** Auflage 11800 Ex. Erscheinungsort: Zofingen, Erscheinungsweise: 12-mal pro Jahr, Nachdruck unter Quellenangabe gestattet, Belegexemplare erbeten **Herstellung** Zofinger Tagblatt AG, ZT Print, Henzmannstrasse 20, 4800 Zofingen, Telefon 062 745 93 93, Fax 062 745 93 49, www.ztonline.ch **Anzeigenverwaltung** Inweb AG, Postfach, 8153 Rümlang, Telefon 044 818 03 07, Fax 044 818 03 08 www.inwebag.ch **Inserateschluss** am 15. des Vormonats **Adressänderungen** bitte direkt an den Herausgeber **Besuchen Sie uns auf dem Internet:** www.agv.ch



MEDIENLANDSCHAFT AARGAU IN BEWEGUNG

Die Medienlandschaft Aargau – reden wir zunächst von den gedruckten Produkten – hat im letzten Vierteljahrhundert ein paar Blüten verloren. Mitte der 80er-Jahre gab es hier noch fünf Tageszeitungen. Sie waren Parteiblätter oder im Umfeld einer Partei angesiedelt: Aargauer Tagblatt, Badener Tagblatt und Zofinger Tagblatt (alle FDP-nahe), Aargauer Volksblatt (CVP) und Freier Aargauer (SP). 1987 erschien der letzte Freie Aargauer, 1992 das letzte Volksblatt. 1996 schlossen sich Aargauer und Badener Tagblatt zur parteiunabhängigen Aargauer Zeitung (AZ) mit 118 000 Exemplaren Auflage zusammen. Damit schrumpfte die Zahl der Tageszeitungen von fünf auf zwei: die AZ und das Zofinger Tagblatt mit gut 14 000 Auflage.

So beginnen Mediengeschichten vielerorts: Zahl und Vielfalt nehmen ab. Doch Vorsicht: Diese Geschichten gelten vornehmlich für mittelgrosse Tageszeitungen. Die Medienlandschaft als Ganzes wird nicht arten- und gattungsricher, sondern im Gegenteil reicher. Auch in der Schweiz. Auch im Aargau.

Viele kleine Zeitungen

Reich ist der Aargau zum Beispiel nach wie vor an Lokalzeitungen. Einige von ihnen sind ebenfalls aus Fu-



Hans Fahrländer

Redaktor und Autor bei der
az Aargauer Zeitung



sionen hervorgegangen – aber heute ist ihre Situation zumeist stabil. Der Wohler Anzeiger mit dem Kopfblatt Bremgarter Bezirksanzeiger kommt auf eine Auflage von gut 13 000 Exemplaren. Zwischen 5 000 und 10 000 Auflage liegen die Neue Fricktaler Zeitung, Die Botschaft (Zurzibiet) und das Wynentaler Blatt. Auf 3 000 bis 5 000 Auflage kommen der Reussbote (Mellingen), der Freischütz (Muri), der Anzeiger von Kulm und der Anzeiger für das Oberfreiamt. Man abonniert diese Zeitungen, sie erscheinen zwei- bis dreimal pro Woche, haben eine kleine Redaktion, beschränken sich schwergewichtig auf das Geschehen in der Region und profitieren von der Treue der regionalen Inserenten. Daneben gibt es in sämtlichen Bezirken Anzeigenblätter, insgesamt über 20 an der Zahl, die meisten gratis, die meisten amtliches Publikationsorgan, die meisten mit Kleinstredaktion oder gar keiner, die meisten gestreut, das heisst ohne definierte Leserschaft. Was zu beweisen war: Die Aargauer Presselandschaft ist keineswegs verödet, sondern über Erwarten bunt.

«Gross» wird immer grösser

Zurück zu den Tageszeitungen. Im neuen Jahrtausend erwies sich eine Auflage von 120 000 als nicht mehr genügend zum Überleben in Unabhängigkeit. Deshalb schloss die AZ 2002 mit der Solothurner Zeitung, dem Oltner und dem Zofinger Tagblatt einen Kooperationsvertrag – es entstand die Mittelland Zeitung. Die regionalen Teile wurden von allen Blättern selbständig hergestellt, die überregionalen lieferte die AZ. Seit September 2010 gibt es die Mittelland Zeitung nicht mehr. Die AZ Medien AG hat inzwischen die Basellandschaftliche Zeitung und die Solothurner Zeitung mit ihren Kopfblättern erworben. Die neue Markenkammer heisst az, der Verbund umfasst sechs Tageszeitungen in fünf Kantonen: az Aargauer Zeitung, Basellandschaftliche Zeitung, az Limmattaler Zeitung, az Solothurner Zeitung, az Grenchner Tagblatt, az Langenthaler Tagblatt. Die Kooperation mit dem Oltner und dem Zofinger Tagblatt besteht aber nach wie vor. Die az-Gesamtausgabe ist mit 187 000 gedruckten Exemplaren und 394 000 Leserinnen und Lesern die

drittgrösste Tageszeitung der Schweiz (hinter Blick und Tages-Anzeiger).

2007 stiess ein neues, erfolgreiches Kind zur Familie: «Der Sonntag». Er ist mit einer Auflage von 170 000 Exemplaren die drittgrösste Sonntagszeitung der Schweiz. Neben der nationalen Ausgabe erscheint er in allen Regionen des az-Gebietes als siebte Ausgabe der regionalen Tageszeitungen.

Zum Unternehmen AZ Medien gehören im Weiteren rund ein Dutzend Anzeiger in fünf Kantonen, ein Dutzend Publikums- und Fachzeitschriften, ein Buchverlag und drei Druckereien.

Von der Erde in den Äther

Seit 1990 hat der Aargau mit Radio Argovia auch ein eigenes privates Lokalradio. Hauptinitiant war BT-Verleger Peter Wanner. Heute ist die AZ Medien AG Minderheitsaktionärin bei Argovia. Es ist nach den beiden Zürchern Radio 24 und Energy der drittgrösste Privatsender der Schweiz. Zur Radiolandschaft Aargau gehören auch der nichtkommerzielle Kanal K und das Regionaljournal Aargau-Solothurn von Radio DRS, das

jedoch nur in einzelnen «Fenstern» des Mutterkanals DRS sendet.

Im Aargau ist auch das zweiterfolgreichste Privatfernsehen der Schweiz (hinter Tele Züri) beheimatet. 1995 löste Tele M1 («Nummer 1 im Mittelland») den noch recht amateurhaft betriebenen, nur im Ostaargau empfangbaren Sender «Rüsler Television» ab. Inzwischen kann Tele M1 im ganzen Kanton Aargau und im ganzen Kanton Solothurn empfangen werden. Die AZ Medien sind ebenfalls an Tele M1 beteiligt, das Studio befindet sich in ihrem neuen Mediacenter in der Telli in Aarau.

Viele Medien sind heute vernetzt mit regionalen Online-Newsportalen, E-Paper, iPad und Mobileapplikationen. Überhaupt, wer heute von Medien-«Landschaften» redet, kommt um das jüngste Phänomen nicht herum: Die digitale Revolution hat die Medienlandschaft total verändert. Nicht nur Medienunternehmen, (fast) alle haben heute eine eigene Homepage. Mailen, doodlen, twittern, adden, googeln, gamen, sharen, bloggen – vor allem die junge Generation verbringt oft die ganze Arbeits- und die halbe Freizeit mit den neuen Medien, jeder wird sein eigener Journalist.

Gesprengte Kantonsgrenzen

An diesem Punkt der Erörterung drängen sich eine Feststellung und eine Frage auf. Zunächst die Feststellung: Eine kantonale «Medien-Landschaft» gibt es praktisch nicht mehr. Es gibt zwar hier erscheinende Tages- und Lokalzeitungen, einen regionalen Radio- und Fernsehsender – aber viele dieser Produkte überschreiten Kantonsgrenzen, ausserkantonale Produkte drängen in unseren Kanton, die Verzahnungen sind allgegenwärtig, auf den grösseren Bahnhöfen



stapeln sich am Morgen und am Abend Pendlerzeitungen aus Zürich. Noch vermehrt gilt dies für die neuen Medien: Sie halten sich überhaupt nicht mehr an geografische Grenzen. Es gab und gibt aargauische Politiker, die den Wegfall einer rein aargauischen Tageszeitung auf nationaler Ebene bedauern, weil «unsere» Zeitung jetzt die Stimme der Menschen von Grenchen über Liestal bis Dietikon ist. Die Antwort darauf lautet: Der Zwang zur Grösse, zu Zusammenschlüssen, zu Grenzüberschreitungen entspringt nicht dem Hang zum Grössenwahn. Es geht schlicht ums Überleben. Bereits in

den 90er-Jahren hiess es in der Branche, im Jahr 2010 gebe es in der Schweiz nur noch vier grosse Medienverlage. Es sind noch ein bisschen mehr, zum Glück für den Aargau. Es gibt hier, dank umsichtiger verlegerischer Leistung, noch ein eigenständiges Medienhaus, man wird nicht von Zürich aus kolonisiert.

Ein Monopolbetrieb?

Dies führt auf direktem Weg zur Frage: Ist die AZ Medien AG nicht zu mächtig, zu marktbeherrschend mit ihrer vielfältigen Produktpalette, mit Beteiligungen in allen Mediensparten? Auch im Grossen Rat war die «gefährdete aargauische Medienvielfalt» schon ein Thema. Nun, wenn Werbeströme in neuen Betten fließen – Radio, Fernsehen, Online –, muss ein Medienhaus versuchen, sich an diese neuen Ströme ebenfalls anzuschliessen. Sonst ist seine Ertragsbasis zu schmal. Vernachlässigt man dieses Geschäft, verdienen eben andere, ausserkantonale Player dieses Geld. Und man muss versuchen, im Konzert der grossen Tageszeitungen mitzuhalten, denn die mittelgrossen verschwinden oder werden übernommen. Wäre dem Aargau die

se Perspektive lieber? Die Konkurrenz im übersättigten Medienmarkt ist gnadenlos.

Noch ein paar Zukunftstrends

– Der Online- und Mobilebereich wird immer wichtiger, in den Medienhäusern und in der ganzen Gesellschaft.
– Gut gemachte Lokalzeitungen leben noch lange.
– Sonntagszeitungen entsprechen einem Bedürfnis, denn früher ging man am Sonntag in die Kirche, heute liest man Zeitungen.
– Am Zunehmen sind auch Special-Interest-Produkte für bestimmte Zielgruppen.
– Und die Tageszeitungen? Sie werden nicht untergehen. Aber sie müssen ihren Platz neu definieren. Früher waren sie für die Eliten da, dann für die Massen – und morgen? Sie werden ihre Berechtigung vor allem im regionalen Bereich und im Vertiefen und Hinterfragen von «News» finden. Die Frage des «richtigen» Trägers, Papier, Bildschirm oder Tablet, ist dabei von sekundärer Bedeutung – guter Journalismus ist trägerunabhängig!





ZOFINGER TAGBLATT AG – UNTER DEN WELTBESTEN IM ZEITUNGSDRUCK

Die Zofinger Tagblatt AG gehört zu den führenden Medien- und Printunternehmen im Aargau. Kommunikation ist hier wie andernorts ein zentrales Thema und wird durch unser Unternehmen mitgeprägt. Wir sind Herausgeberin des «Zofinger Tagblatts», das sich seit 1873 zur wichtigsten Zeitung im Westteil des Kantons Aargau entwickelt hat und diese Position bis heute hält.

Zum Angebot gehören auch die Wochenzeitungen «Der Landanzeiger» und «Wiggertaler», «Oberwiggertaler» und «Trienger Anzeiger», die das Suhrental und das Wiggertal lückenlos abdecken. Die Zofinger Tagblatt AG bietet mit regio-live.ch auch die beliebteste News- und Communityplattform für die Region Zofingen und Umgebung. Das Unternehmen wurde 1918 gegründet und beschäftigt heute rund 260 Personen. Die Medien der Zofinger Tagblatt AG leisten mit ihrer Berichterstattung einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung. Sie legen das Augenmerk auf die Ereignisse und Belange der Region Zofingen und Umgebung. Das ZT als eine der beiden Tageszeitungen im Kanton steht für eine weitere, eigenständige Stimme im Aargau. Der Bereich Online mit seiner Webfactory sorgt für die erfolgreiche Kommunikation im Internet. Unsere Spezialis-



Roland Oetterli
Direktor Zofinger Tagblatt AG

ten kümmern sich um professionelle Webauftritte, von der Konzeption über das Design und die Programmierung bis hin zu umfassenden Datenbanklösungen, E-Commerce-Systemen, E-Mail- und SMS-Services. Daneben hat das Unternehmen mit der Kundendruckerei ztprint ein weiteres wichtiges Standbein. Auf unserer MAN-Zeitungsdruckmaschine produzieren wir die eigenen Verlagsobjekte sowie diverse Tages- und Wochenzeitungen unserer Kunden. Im Akzidenzbereich drucken wir auf modernsten Anlagen qualitativ hochstehende Druckerzeugnisse vom Briefbogen bis zum Hochglanzprospekt. Zur ZT-Mediengruppe gehören ebenfalls die beiden Tochterfirmen Druckerei Suter AG in Oberentfelden und Keller Druck AG in Aarau. Dynamik, Innovationskraft und höchste Qualitätsstandards sind zentrale Erfolgsfaktoren für den wirtschaftlichen Erfolg. Unser Unternehmen steht für diese Werte. Drei Beispiele:

Zeitungsdruckerei der Zofinger Tagblatt AG gehört zu den Besten der Welt

Wir freuen uns sehr, dass wir mit unserem Flaggschiff «Zofinger Tagblatt» Mitglied im exklusiven «International Newspaper Color Quality Club» (INCQC 2010-2012) sind und damit die weltweit renommierteste Auszeichnung für Druckqualität im Zeitungsbereich errungen haben. Unsere Druckerei hat sich dem internationalen Wettbewerb erstmals gestellt und ist auf Anhieb in den Club aufgenommen worden. Insgesamt 109 verschiedene Zeitungstitel aus aller Welt haben es geschafft, die anspruchsvollen ISO-Normen hinsichtlich der Qualität der Druckobjekte einzuhalten. Wir sind stolz, dass unsere Druckerei zur internationalen Elite im Zeitungsdruk gehört. Im Quality Club befinden wir uns nun in so prominenter Gesellschaft wie bei-



spielsweise der Apple Daily (Hong Kong), der FAZ (Frankfurter Allgemeine Zeitung), NZZ und ähnlich renommierter Blätter.

Schweizer Premiere im Printmarkt

Für eine innovative Premiere sorgte unser Haus mit dem Ausgeh- und Trendmagazin «regio-live.ch», das Ende Oktober als erstes Schweizer Printmedium komplett in 3-D erschienen ist und eine riesige Beachtung im Leser- und Werbemarkt fand.

promi2cook: Das regionale Kochduell sorgt für Gesprächsstoff

Auch die erste Staffel der Kochsendung «promi2cook», die im Internet und Lokalfernsehen gesendet wurde, stiess auf ein überwältigendes Echo. In einer dreiteiligen TV-Sendung wurde das perfekte Kochduo, bestehend aus einem Prominenten und einem Hobbykoch aus der Region, gekürt. Auch im Frühjahr 2011 werden wieder die Kochlöffel geschwungen. Die

Vorbereitungen für die nächste Staffel sind bereits am Laufen. Unsere Zukunft schaffen wir uns selber, indem wir die Gegenwart gestalten und etwas bewegen. Wir wollen die eigene Position festigen und ausbauen, um so die Erfolgsgeschichte unseres Unternehmens weiterzuführen. Wir sind zuversichtlich, dieses Ziel mit unseren kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu erreichen.



«DIE BOTSCHAFT», DER SCHLÜSSEL ZUM ZURZIBIET

Wer im Bezirk Zurzach und Umgebung wissen will, was läuft, kommt an ihr kaum vorbei: «Die Botschaft», die Informationsquelle für Wirtschaft, Politik, Kultur, Sport und vieles mehr.

Hat meine Lieblingsfußballmannschaft gestern gewonnen? Kommt die Gemeindefusion zustande oder nicht? Und was gibts Neues beim Metzger um die Ecke? Die Antwort auf diese und viele weitere Fragen finden über 20 000 Leser in der Zeitung für den Bezirk Zurzach und angrenzende Gemeinden.

Nah beim Volk, nah beim Leser

«Die Botschaft» ist so nah am Volk, wie es nur eine Lokalzeitung sein kann. Ihre Redaktoren leben in der Region, sind fest mit ihr verwurzelt. Der Leser erfährt von ihnen dreimal pro Woche, was vor seiner Haustüre passiert. Er weiss Bescheid über die Dinge, die ihn direkt betreffen, und kann mitreden. «Die Botschaft» liefert aber nicht nur Gesprächsstoff rund um Politik, Wirtschaft, Kultur und Kommunales. In der Zeitung für das Zurzibiet ist auch Platz für das Vereinsgeschehen. So beschränkt sich die Berichterstattung nicht auf das Resultat beim Spiel der Lieblingsmannschaft. Wer will, kann einen ausführlichen Bericht über diese und andere Aktivitäten lesen.

Eine Zeitung, die verbindet

Einmal in den grossen Tageszeitungen erwähnt oder gar abgebildet zu werden, dürfte für viele ein Traum bleiben.



Bernhard Bürli
Verleger «Die Botschaft»

Bei der «Botschaft» stehen die Chancen dafür ungleich besser. Das Zurzibiet ist zwar verhältnismässig klein, trotzdem finden sich bei genauerem Hinsehen zahlreiche Persönlichkeiten, die etwas Spannendes erlebt oder etwas Besonderes geleistet haben. In der Zeitung erhalten sie Platz und Gehör. Selbst wer einfach nur da ist, taucht unter Umständen – etwa im Zusammenhang mit einer Veranstaltung – in der Zeitung auf. Und hat Frau Müller Herrn Meier erst mal in der Zeitung entdeckt, ist es bis zum nächsten Schwatz nicht mehr weit.

Der Mensch und seine Umgebung

Bei der «Botschaft» steht der Mensch im Mittelpunkt. So gratuliert sie auch zum hohen Geburtstag, zum Lehrabschluss oder zum Arbeitsjubiläum. Davon abgesehen ist immer wieder das eine oder andere Unternehmen selbst Gegenstand eines Artikels. Die Zeitung beschäftigt sich zudem mit dem Jahresverlauf in der Landwirtschaft, den Vorgängen in der Natur oder beispielsweise den neuesten Forschungsergebnissen aus dem Paul Scherrer Institut. Eingang in die Berichterstattung finden ebenso die Themenbereiche Energie und Gesundheit, zwei wirtschaftliche Schwerpunkte im Zurzibiet.

Der ideale Werbepartner für Handwerk und Gewerbe

«Die Botschaft» wird in rund 70 Prozent aller Haushalte ihres Einzugsgebiets geliefert und erreicht hier eine Abdeckung, die weit höher ist als jene aller anderen Zeitungen. Das macht «Die Botschaft» für Inserenten so interessant. Mit keinem anderen Medium erreichen sie ihre Kunden so zielgenau. Verbunden mit den deutlich günstigeren Inseratepreisen als bei den Tageszeitungen ist «Die Botschaft» der ideale Werbepartner für das Gewerbe.

Mit Zuversicht in die Zukunft

Die Botschaft der «Botschaft» war zur Zeit ihrer Gründung 1856 eine politische. Aus dem einst katholisch-



konservativen Blatt wurde eine völlig offene Lokalzeitung, die sämtliche politischen Strömungen berücksichtigt. Der traditionsreiche Name ist geblieben, der Inhalt ist mit dem Fortschritt der Zeit gegangen.

«Die Botschaft» wird bei der Bürli AG, Druck Kommunikation Medien, in Döttingen produziert. Da glaubt man fest an die Zukunft der Lokalzeitung und hat vor kurzem in eine

neue Zeitungsrotation investiert. Der Trend geht eindeutig in Richtung mehr Farbe, auch für Lokalzeitungen. Mit der neuen Druckmaschine können «Die Botschaft» und andere Publikationen schon bald durchgehend farbig hergestellt werden. So bleibt die Zeitung für das Zurzibiet mit dem nötigen Fachwissen, einem motivierten Team und der neuen Maschine auf der Höhe der Zeit.



RADIO 32 – SEIT FAST 20 JAHREN DIE NUMMER 1 ZWISCHEN AARAU, SOLOTHURN UND BERN!

Am 24. Februar 1991, exakt um 10.32 Uhr, ging Radio 32 erstmals auf Sendung. Einer der letzten weissen Flecken auf der Landkarte der Schweizer Regionalradios war damit verschwunden.

«Es war ein steiniger Weg», hält Radio-32-Geschäftsführer Thomas Denzel rückblickend fest. Bereits vor dem Sendestart war ein jahrelanger Kampf durch die Bürokratien der Behörden nötig, bis der Region zwischen Aarau und Bern überhaupt ein finanzierbares Regionalradio zugetraut wurde. Als der Sendestart am 24. Februar 1991 endlich erfolgen konnte, war Radio 32 nur ungenügend empfangbar. Erst 1997 bewilligte das Bundesamt für Kommunikation neue Sender in Solothurn und Olten, die den Empfang des Programms im ganzen Konzessionsgebiet ermöglichten. Der programmliche und personelle Ausbau erfolgte sukzessive Jahr für Jahr. 2009 erteilte der Bundesrat Radio 32 die Konzession für weitere zehn Jahre. Das bestehende Sendegebiet wurde nach Aarau und Bern Wankdorf erweitert. Bestand die erste Radio-32-Crew noch aus zehn Personen, so sind es heute rund 30 MitarbeiterInnen, die für die Programme von Radio 32 und Radio 32 Goldies tätig sind. Im nächsten Jahr wird Radio 32 sein 20-Jahr-Jubiläum feiern können. Aber auch in Zukunft will Radio 32



Thomas Denzel
Geschäftsführer Radio 32



seine Position weiter kontinuierlich ausbauen und die treue und stetig wachsende Hörerschaft täglich weiterhin bestens unterhalten und kompetent informieren.

Hörerzahlen verdoppelt

Von 1991 bis 2010 stieg die allgemeine Hörerschaft von Radio 32 auf über 150 000 Hörerinnen und Hörer, welche täglich den Mittellandsender hören. Und sie tun dies mit durchschnittlich 59,5 Minuten pro Tag sehr lange. Damit liegt Radio 32 weiterhin in der Spitzengruppe aller Regionalradios der Schweiz. Im Sendegebiet zwischen Aarau, Solothurn und Bern ist Radio 32 in der Zielgruppe der 15- bis 49-Jährigen klar das meistgehörte Radio. Der interessante Musikmix mit aktuellen Songs und den besten Radiohits der letzten 30 Jahre sowie die starken lokalen und regionalen News sorgen für Vielfalt und gute Durchhörbarkeit, wie die guten Resultate beweisen. Radio 32 Goldies, das zweite Programm von Radio 32, wird täglich von 26 900 Hörerinnen und Hörern im Kabelnetz konsumiert. Die Hördauer des Oldiesprogramms stieg auf 47,3 Minuten an.

Höchstes Umsatzergebnis

Im Gegensatz zu den öffentlich-rechtlichen DRS-Sendern finanziert sich Radio 32 nicht mit Gebührengeldern, sondern vollständig durch Werbe- und Sponsoringeinnahmen. Durch die hohe Akzeptanz und die guten Leistungswerte ist Radio 32 für die regionalen und nationalen Auftraggeber ein interessanter Werbeträger. Entsprechend konnte 2009 das bisher beste Umsatzergebnis seit Bestehen realisiert werden.

UKW-Frequenzen im Radio-32-Sendegebiet

Mittelland/Solothurn 92,2 Mhz
Olten/Zofingen 97,3 Mhz
Oberaargau/Jurasüdfuss 88,9 Mhz
Gäu 87,8 Mhz
Balsthal/Thal 90,3 Mhz
Welschenrohr 93,6 Mhz
Aarau 97,7 Mhz
und viele verschiedene Kabelfrequenzen!



JOST

**Elektroanlagen
Telematik
Automation**

Hier sind Sie richtig verbunden:

Jost Aarau AG, Jost Brugg AG, Jost Wohlen AG,
Jost Baden AG, Jost Frick AG, www.jost.ch

JOST verbindet...

TELE M1: SERVICE PUBLIC FÜR DAS MITTELLAND

Tele M1 ist in seinem Sendegebiet zu einem nicht mehr wegzudenkenden Teil der Medienlandschaft geworden. Nicht nur im Mittelland, sondern in den meisten Gebieten der Schweiz gehört Regional-TV mittlerweile zur publizistischen Medienvielfalt und zum kommerziellen Mediamix. Regionalfernsehen bietet Information und Service in einer Tiefe und Intensität, wie es kein anderer Anbieter von TV-Programmen kann. Parallel zur «idée suisse» der SRG ist in den letzten 15 Jahren durch die Regionalsender eine «idée régionale» entstanden. Die Verantwortlichen und Mitarbeitenden von Tele M1 sind stolz darauf, dass ihr Sender zu einem der wichtigsten Glieder in der Kette der Schweizer Regionalsender geworden ist.

172 000 Menschen aus dem Mittelland schauen im Durchschnitt jeden Abend die Programme von Tele M1. Über 70 000 Personen sehen täglich die Tele-M1-Nachrichtensendung «Aktuell» von der ersten bis zur letzten Sekunde (sämtliche Zuschauerzahlen aus Telecontrol, Durchschnittswerte Januar–September 2010). Dies ist die mit Abstand höchste Nachrichten-Einschaltquote aller konzessionierten Schweizer Regionalsender (TeleZüri sendet ohne Konzession)!



Marc Friedli

Geschäftsführer Tele M1 AG



Region im Mittelpunkt

Tele M1 wird weiterhin alles daran setzen, das Geschehen in der Region spannend, farbig und kompetent abzubilden. Dazu bedarf es einer klaren Konzentration der Mittel. Entsprechend wurde im laufenden Jahr vor allem in die Regionalität und Aktualität des Programms investiert: Seit Februar dieses Jahres ist Tele M1 technisch in der Lage, sein Programm in den Regionen Aargau und Solothurn-Oberaargau unterschiedlich zu gestalten. Gerade im Promotionsbereich bringt dieser exklusive Programmsplit eine einzigartige Nähe zum Publikum. Überdies wurde die Nachrichtensendung «Aktuell» am 24. September einem kompletten Facelifting unterzogen. Design, Dekor und Ablauf der Sendung wurden im grossen Stil überarbeitet. Das neue Erscheinungsbild mit dynamischem und schnörkellosem Design bringt eine nochmals gesteigerte Professionalität in die Informationssendungen und unterstreicht die hohen Ambitionen von Tele M1 in diesem Bereich. Im Rahmen dieser Neugestaltung wurden erstmals die neuen Möglichkeiten ausgeschöpft, welche die topmodernen Tele-M1-Studios bieten. Die neuen Studios im az Mediencenter in Aarau wurden erst vor wenigen Wochen in Betrieb genommen.

Publizistische Unabhängigkeit – trotz Gebührenanteil

Die Schweizer Regionalsender erbringen das Wesentliche dessen, was die SRG als Service public für die Schweiz definiert, ergänzend für ihre Regionen. Es ist zudem eine Tatsache, dass professionell gemachtes Fernsehen in der Schweiz weder auf nationaler noch auf sprachregionaler oder regionaler Ebene allein aus dem Markt finanziert werden kann. Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen der Revision des Radio- und TV-Gesetzes den regionalen TV-Sendern ein Anteil von 4% aus den TV-Empfangsgebühren zugesprochen.

Gebührensplitting

Seit 2009 erhält Tele M1 auf diesem Weg 2,3 Millionen Franken pro Jahr an Gebührengeldern. Die Kehrseite dieses wirtschaftlich bitternotigen und sachlich gerechtfertigten Gebührensplittings ist, dass der Staat eine gewisse Kontrollfunktion ausüben will und ausüben wird. Dies ist nicht unproblematisch, da die Medien unter anderem die Aufgabe haben, sich mit eben diesem Staat kritisch auseinanderzusetzen. Insofern ist es wichtig, dass die Unabhängigkeit der Sender unangetastet bleibt, trotz Gebührenanteil und trotz staatlichem Kontrollbegehren. Im Rahmen dieser Diskussion hat das

Bundesamt für Kommunikation vor wenigen Wochen eine Studie veröffentlicht, welche das Nachrichtenangebot der Regionalsender untersucht hat. Im Rahmen dieser Studie wird Tele M1 einerseits als aktuellster Regionalsender der Deutschschweiz bewertet.

«Human touch»-Themen

Andererseits liegt der Anteil an so genannten «human touch»-Themen bei Tele M1 wesentlich höher als bei den anderen Sendern. Ist dies eben gerade ein Zeichen der grossen Nähe von Tele M1 zu seinem Publikum? Wie viel «human touch» ist gut und richtig für einen Regionalsender? Wann überhaupt gehört ein Thema in die Kategorie «human touch» – und ab wann wird das gleiche Thema zu einer gesellschaftlich oder politisch relevanten Geschichte? Schon nur dieses Beispiel zeigt, in welchem Spannungsfeld sich die Regionalsender in den nächsten Jahren mit der Aufsichtsbehörde auseinandersetzen werden. Klar ist, dass massvolle Vorgaben notwendig sind. Andererseits wird es ein medienpolitisch relevantes Anliegen sein, die staatliche Kontrollwut in Grenzen zu halten und dafür zu sorgen, dass aufgrund übertriebener behördlicher Auflagen nicht plötzlich aus einem «Service public» ein «Service sans public» wird ...



RADIO ARGOVIA WILL AUCH IN ZUKUNFT NICHT VERTEIDIGER, SONDERN STÜRMER SEIN

ERFOLG HAT EINEN NAMEN: RADIO ARGOVIA!

«Aargau first» – dieser Slogan birgt das Geheimnis des Erfolges von Radio Argovia. Gerade erst 20 geworden, ist das Aargauer Lokalradio eines der grössten und erfolgreichsten Privatradios in der Schweiz. Und das soll auch in Zukunft so bleiben.

Ein Selbstläufer ist Radio Argovia nicht. Kein anderes Privatrado ist so von Konkurrenz «umzingelt» wie Argovia. Sämtliche Zürcher Radios strahlen qualitativ einwandfrei in das Sendegebiet von Radio Argovia ein und buhlen um Hörer und Werbegelder; von Westen, Süden und Norden – sogar aus dem benachbarten Ausland – wird Radio Argovia «bekämpft». Zusätzlich kommen noch die öffentlich-rechtlichen Radios hinzu: DRS1, DRS1 Regionaljournal AG/SO, DRS2, DRS3, DRS4 und VIRUS. Im Zeitalter der Digitalisierung (DAB, Internet etc.) wächst die Zahl der empfangbaren Radios im Aargau fast wöchentlich. Wie wenn das nicht genug wäre, wird das Aargauer Privatrado auch noch vom Radiopionier aus Zürich attackiert und steckt seit zwei Jahren in einem aufreibenden und kostspieligen Konzessionsverfahren. Doch



Roland Baumgartner
Geschäftsführer Radio Argovia



Studio von Radio Argovia

Radio Argovia hält diesen Widerwärtigkeiten stand. 220000 Hörerinnen und Hörer schalten täglich Radio Argovia ein, um sich zu unterhalten und sich zu informieren.

Radio Argovia für die «Argovianer»

Ausser Radio Argovia hat es kein anderes Medium geschafft, den Aargau zu einen.

Es gibt keine Badener, Aarauer, Fricktaler, Freiämter oder Zofinger – es gibt die «Argovianer» und sie leben im «Argovialand». Sie alle haben Radio Argovia stark und gross gemacht und tragen es mit Stolz mit. Immer wieder versucht der Aargau aus dem Schatten der Grossen herauszutreten, kämpft gegen Minderwertigkeitskomplexe und Vorurteile. Zu Unrecht: Der Aargau ist ein fantastischer Kanton mit wunderbaren Menschen und einer traumhaften Landschaft, einer starken und inno-

vativen Wirtschaft und, was immer wieder vergessen wird oder vielen nicht bewusst ist, der Kanton mit dem erfolgreichsten Privatrado der Schweiz!

Radio hat Zukunft

Hat das Radio überhaupt eine Zukunft? Eine Frage, die im rasenden Internetzeitalter hochaktuell ist. Was für eine Frage?! Radio hat Zukunft, da gibt es keinen Zweifel. Radio hat Gefühl, ist schnell und direkt. Radio schafft Nähe, wie es kein anderes Medium kann. Schon eher muss man sich fragen, wohin geht der Weg des Radios? Welche Veränderungen sind notwendig, um die Zukunft zu sichern. Die Radio-Argovia-Macher wissen es auch nicht abschliessend. Sie sind sich aber sicher, dass der eingeschlagene Weg «Aargau first» auch in Zukunft konsequent weitergegangen werden muss; Argovia muss noch tiefer in die Regionen. Die lokale Be-

richterstattung ist heute schon wichtig und sie wird noch matchentscheidender werden. Und in diesem Match will Radio Argovia eine wichtige Rolle spielen. Nicht Verteidiger, Aufbauer und Stürmer sind die Positionen des Argovia-Teams.

Hohes Niveau

Erfolgreich wird Radio Argovia auch in Zukunft sein. Weder die neuen Technologien noch veränderte Rahmenbedingungen und Nutzungsverhalten werden Radio Argovia daran hindern. Radio Argovia will die «Argovianer» immer auf hohem Niveau unterhalten und umfassend und kompetent informieren. Radio Argovia wird sich hüten, auf der seichten Welle mitzuschwimmen. Argovia will seine Hörerinnen und Hörer, aber auch seine vielen treuen Kunden und Partner, ernst nehmen. Für sie ist nur das Beste gut genug. Radio Argovia will das Beste sein!

Die «Aargauer Wirtschaft» ist nah am Puls.

Profitieren Sie mit einem Inserat. 044 818 03 07.

kasi.ch
Printed in Switzerland

PARETE.CH
SETZEN SIE AKZENTE

Das multifunktionelle Wandsystem der besonderen Art.

- ▣ Trennwand
- ▣ Ablagesystem
- ▣ Sichtschutz
- ▣ Schallschutz

Die intelligente Schweizer Innovation für Büro und Gewerbe.

P+S STETTEN AG
PROFIL- UND SCHWEISSTECHNIK

Wandsystem Parete
Vulkanstrasse 4
Postfach 79
5608 Stetten

Tel. +41 56 496 60 40
info@parete.ch

Architekt Schaffer

Richtig verzeichnet. Gross rauskommen.

Vom Adresseintrag übers Werbeinserat bis zum Onlinebanner – Schweizer Verzeichnisse lassen Ihr Unternehmen gross rauskommen. Werben Sie effizient auf local.ch, in den Gelben Seiten® und im Telefonbuch, denn in der Schweiz werden jährlich 300 Mio. Suchabfragen nach Firmen getätigt. Davon führen 75% zu Aufträgen. Mehr Infos auf www.verzeichnis-werbung.ch oder Telefon 0800 86 80 86.

verzeichnis-werbung.ch
Hier werden Sie gefunden.

FEHLENDE KONKURRENZ IM RESSORT AARGAU

Landauf und landab wird die Lage der Medien im Aargau teilweise kritisch diskutiert. Dabei manifestiert sich im bürgerlichen Lager zuweilen ein gewisses Malaise mit dem «Monopolblatt», der Aargauer Zeitung. Zu oberflächlich, zu boulevardesk, zu wenig konsistent komme die AZ daher. Was ihr in der Tat mangelt, ist manchmal das staatspolitische Sensorium und damit die Wahrnehmung einer staatsbürgerlichen Verantwortung. Es ist eben einfacher, seichte «Stories» über einen Teenager-Anlass zu publizieren, in der Absicht oder sogar in der Überzeugung, damit liesse sich die jugendliche Leserschaft ködern.

Und was häufig zu beobachten ist: Es wird ein «antizipierter Journalismus» gepflegt. Mit Interviews oder Vorschauen, womöglich von Mediendiensten oder PR-Agenturen übernommen, angereichert im besten Fall mit einigen Statements Betroffener, meint man, damit erübrige sich die Berichterstattung über den Anlass selber oder es genüge allenfalls ein Einspalter. Dieser Post-Festum-Journalismus ist zwar weniger anspruchsvoll und zeitsparend. Aber damit gehen zu oft wichtige Informationen verloren. Und schliesslich leidet die AZ an einer latenten «Krankheit» der Printmedien, wodurch häufig Raum verloren geht: an der «Kolumnitis».

Gute Lokalzeitungen, aber...

Vor allem ein Faktum fällt ins Gewicht: Die AZ ist die einzige Tageszeitung, welche einigermaßen umfassend über den Aargau berichtet. Allein, genügen durchschnittlich zwei Seiten täglich für den viertgrössten Kanton der Schweiz? Warum berichtet die AZ im Ressort Aargau so selten über kantonal relevante Themen aus den Regionen? Der Aargau ist ja ein Kanton der Regionen. In dieser Hinsicht genügt das Split-Modell der AZ nicht in allen Belangen. Da stellt sich die Frage, ob es denn eine Alternative zum Mediengiganten im Aargau gibt. Die einzige täglich erscheinende Kaufzeitung neben der AZ ist das Zofinger Tagblatt. Aber dieses übernimmt in selektiver Form den Mantel-

teil von der AZ und konzentriert sich auf das Regionale und Lokale. Das hat zur Folge, dass im Westaargau zu selten über die Grossregionen Baden/Wettingen oder sogar Aarau informiert wird. Ganz selten wird das kantonale Geschehen kommentiert. Daneben gibt es eine ganze Reihe von Wochenzeitungen, die einen erstaunlich guten Lokalteil pflegen, aber leider das kantonale Ressort ebenfalls stark vernachlässigen, etwa die Neue Fricktaler Zeitung, Die Botschaft, der Freischütz, der Wohlener Anzeiger/Bremgarter Bezirks-Anzeiger, das Wynentaler Blatt, der Allgemeine Anzeiger des Bezirks Zofingen, der Stadt-Anzeiger u. a.

Die Verzettelung im Lokalen

Dazu kommen noch zahlreiche Gratiswochenzeitungen. Von diesen wenig bekannt sind jene sechs Gazetten des Zehnder-Verlags Wil, die das Aargauer Mittelland von Osten nach Westen überziehen, allerdings ohne die nördlichen Bezirke. Sie weisen immerhin eine Auflage von über 80000 Exemplaren auf. Aber statt sich kantonalen Themen zu widmen, wo eine Nische und faktisch neben der AZ keine Konkurrenz besteht, verzetteln sie sich ebenfalls im Lokaljournalismus.

Es sieht also für die kantonale Information nicht optimal aus im Aargau. Es gibt zurzeit keine aargauische Zeitung, welche in zufriedenstellender Form das kantonale Geschehen abdeckt. Hier würde eine Konkurrenz gut tun. Wie wäre es mit einem kantonalen Pool der diversen Wochenzeitungen?



Dr. Paul Ehinger
ehemaliger Chefredaktor
des «Zofinger Tagblatts»



DAS «WYNENTALER BLATT»

Das «Wynentaler Blatt» ist die meistgelesene Zeitung im südlichen Aargau. Obwohl die Zeitung starke Konkurrenz aus dem Print- und dem Internetbereich hat, kann sie sich behaupten. Unterdessen im 153. Jahrgang.

Die Gründerzeit des «Wynentaler Blattes» war noch eine ziemlich abenteuerliche Zeit. Da war gerade elf Jahre vorher die Spanisch-Brötli-Bahn das erste Mal verkehrt, der Schweizer Franken war noch keine zehn Jahre alt und das Telefon und die Glühbirne waren noch gar nicht erfunden. Auch die Postkutsche verkehrte in unserer Region um 1858 noch nicht, von Autos ganz zu schweigen. Und in diese Zeit war das «Wynentaler Blatt» – damals noch unter dem Namen «Der Volksbote» – gegründet worden. Einfach war es nicht. In den folgenden Jahren wechselten elf Mal die Besitzer. Das Hauptproblem war natürlich immer das Finanzielle. Obwohl das Oberwynental damals als eine wirtschaftlich interessante Region galt – Reinach war immerhin viertgrösste Gemeinde des Kantons Aargau –, war die Herausgabe einer Zeitung damals alles andere als ein Honiglecken.

Vom Bleisatz zum Mac

Im Jahre 1910 konnte August Baumann die Druckerei mitsamt dem Zeitungsverlag erwerben und erst von da an entwickelte sich eine gewisse Konstanz. Im Laufe der Zeit kam ein neues Gebäude dazu, es wurde in die Technik investiert und journalistisch versuchte man gegen das 1884 gegründete «Echo vom



Hans Baumann
Verleger «Wynentaler Blatt»



Die Druckerei Baumann AG mit dem Verlag Wynentaler Blatt an der Zwingstrasse 6 in 5737 Menziken

Homberg» zu bestehen oder es eher zu bekämpfen. Schliesslich gelang es Manfred Baumann, der zweiten Baumann-Generation, das «Echo» zu erwerben. Es folgten in den 1960er- bis 1980er-Jahren hektische und vor allem aufstrebende Jahre. Der Inseratepool, der 1968 mit sechs weiteren Zeitungen beschlossen wurde, brachte viele, um nicht zu sagen sehr viele, Inserate in die Zeitung und dementsprechend Umsätze. Es wurde weiterhin in die nötige Technik investiert, was schliesslich in die heutige digitale Desktop-Welt mündete. In der Zwischenzeit wurde auch die Schöftler Zeitung «Euses Blättli», welche das Suhrental abdeckt, ins «Wynentaler Blatt» integriert.

Die Region des «Wynentaler Blatt» umfasst das Wynental, das Seetal, das Ruedertal, das Suhrental sowie die angrenzenden Luzerner Gemeinden des Michelsamts. Innerhalb dieser Region ist das Oberwynental mit den Zentrumsgemeinden Reinach-Menziken und Umgebung das Kerngebiet. Das WB ist in neun Gemeinden amtliches Publikationsblatt und erreicht zurzeit eine Auflage von 8400 Exemplaren, beglaubigt laut WEMF.

Internet hinterlässt Spuren

Unterdessen hat sich eine gewisse Stagnation oder besser ein gewisser technischer und medialer Umbruch breitgemacht. Seit den 1990er-Jahren ist das Internet dominanter geworden, was uns Zeitungen und auch Druckereibetrieben viel Substanz wegnimmt. Dass die weltweiten News sofort im Netz sind, hat uns lange nicht besonders gestört.

Unterdessen sind auch nationale und regionale Infos im Internet zu bestaunen. Auch Inserate – vor allem Rubrikinserate wie Immos, Stellen usw. – sind heute ein wichtiger Teil des Internets. Unterdessen ist die Computer- und Internetgeneration an den wichtigen Entscheidungspunkten angelangt, was vermehrt und laufend die Veränderung beschleunigt. Obwohl ein neues Medium noch nie ein altes verdrängt hat, muss man aber sehr wachsam sein. Die Zeitungen haben verschiedene neue Medien erlebt und überlebt. Aber so tiefgreifend wie das Internet hat sich noch nie ein neues Medium breitgemacht.

Printmedien sind begehrt

Das «Wynentaler Blatt» hat zwar in den letzten Jahren auch Abonnenten verloren, darf aber immer noch als die Nummer 1 unter den abonnierten Titeln im Verbreitungsgebiet des WB gezählt werden. Aber trotzdem ist eines klar. Regionale Nachrichten in gedruckter Form sind nach wie vor beliebt. Es sind viele gekommen und teilweise wieder gegangen: Gratiszeitungen, Gratisanzeiger, monatliche Infoheftli, jährliche Agendabüchli oder einfach Flyer mit irgendwelchen Infos. Alle versuchen es, sogar bis in die Ostschweiz verstreut liegen die Absender der oben genannten Produkte. So richtig etablieren konnten sich nur einzelne. Aber alle haben sie eines gemeinsam: Sie wollen an den regionalen Inseratemarkt. Und dabei untergraben und gefährden sie das lokale Publikationsorgan, die abonnierte Lokalzeitung, deren Aufgabe

es immerhin ist, seriös und umfassend über das Geschehen in der Region zu informieren. Diese Beobachtungen macht man auch in anderen Regionen der Schweiz.

Die Baumann AG ist auch eine Druckerei

Die Druckerei Baumann AG, Menziken, ist aber – wie der Name sagt – auch eine normale Druckerei. Hier werden alle Arten von Drucksachen hergestellt, ob im klassischen Offsetverfahren oder im modernen Digitaldruck. Sämtliche Daten und Programme können entgegengenommen und gelesen werden. Aber auch graphische Gestaltungen aller Drucksachen werden gerne bei uns im Hause ausgeführt. Vom einfachen Flyer über das Buch bis zum kompletten Mailing inkl. Personalisierung und Postversandfertig machen wird alles geboten.

Seit 1984 ist mit Hans Baumann die dritte Generation in der Druckerei Baumann AG am Werk. Damit ist die Fortführung des Verlags und der Druckerei nahtlos und konstant weitergegangen. Es wird auch in Zukunft weiterhin auf einen hohen technologischen Ausbau der technischen Einrichtung geachtet. Über 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind gegenwärtig in Druck und Verlag angestellt. Kompetente und faire journalistische Berichterstattungen und eine möglichst hohe Kundenzufriedenheit wollen wir auch in Zukunft beibehalten oder sogar verbessern. Nach über 150 Jahren möchten wir schliesslich die Tradition nicht brechen.

FASZINIERENDE MEDIENWELT: GLOBAL – NATIONAL – FRICKTAL

Die digitale Revolution verändert die Welt. Internet, E-Mail, iPhone, iPad, App, Facebook und vieles mehr erschliessen den Menschen neue Horizonte. Die neuen Medien eröffnen von Zuhause aus den medialen Zugang zur grossen weiten Welt. Welch ein Fortschritt für die Menschen, was für eine Herausforderung aber auch für die etablierten Unternehmen. Zeitungsverlage, welche seit Jahrzehnten für ihre Leser qualitativ hochstehende Informationen aufbereiten und publizieren, sehen ihr Geschäftsmodell zusammenbrechen. Junge Leser suchen vermehrt digitale Kanäle, welche Kurznews gratis anbieten, und Unternehmen verlagern einen Teil ihrer Werbegelder in neue Medien.

Die grossen Herausforderungen stellen sich den Medienunternehmen weltweit. Zwar wird in der Schweiz aktuell so viel Zeitung gelesen wie wohl nie zuvor (Gratiszeitungen sei Dank!), doch gerade im Zeitungsbereich ist ein enormer Konzentrationsprozess im Gange. Experten gehen davon aus, dass in der Schweiz mittelfristig nur noch ganz wenige, grosse Medienhäuser sowie auf ihre Region konzentrierte lokale Medienunternehmen überleben werden.



Walter Herzog

Verleger «Neue Fricktaler Zeitung»



Fokus auf das Fricktal

Die «Neue Fricktaler Zeitung» (NFZ) fokussiert sich zu 100% auf ihre Region, das Fricktal. Mit dem vor fünf Jahren erfolgten Zusammenschluss der zwei vor allem in den Bezirken Rheinfelden und Laufenburg verankerten Zeitungen «Fricktaler Zeitung» und «Fricktaler Bote» zur gemeinsamen «Neuen Fricktaler Zeitung» wurde ein grosser Schritt in die Zukunft getan. Wichtig zu wissen: Das Fricktal mit seinen 75000 Einwohnern ist eine sehr eigenständige Region mit einer eigenen Geschichte. Kaiserin Maria Theresia spielt noch heute eine besondere Rolle. Die Fricktaler fühlen sich in erster Linie nicht als Aargauer, sondern als Fricktaler und haben wirtschaftlich eine starke Bindung an den Wirtschaftsraum Nordwestschweiz.

Allmediastrategie

Ein Medienunternehmen muss den Puls der Region spüren. Die NFZ ist eine unabhängige und moderne Informationsplattform. Sie führt zwei vollwertige Redaktionen in Rheinfelden und Frick und ist daher sehr nahe bei den Bedürfnissen der Bürger.

Als abonnierte Zeitung erscheint sie drei Mal pro Woche und erreicht gemäss WEMF-Statistik in der Region die grösste Leserschaft. Einmal pro Woche erscheint sie in allen 37000 Haushaltungen des Fricktals und publiziert auch die amtlichen Mitteilungen der Gemeinden. Neben der Publikation der Zeitung verfolgt die NFZ eine konsequente Allmediastrategie. Lokale Informationen werden auch auf TV-Bildschirmen, welche an gut frequentierten Standorten platziert sind, ausgestrahlt. Ein aktueller Internetauftritt, eine iPhone-Applikation (NFZ) und Facebook- sowie Twitter-Tools runden die Onlinepräsenz in den neuen Medien ab.

Die Medienunternehmung Neue Fricktaler Zeitung, welche 1861 gegründet wurde, wird bereits in vierter Generation von der Familie Herzog geführt. Wie im Printmedium, welches folglich bereits seit bald 150 Jahren «schwarz auf weiss» gedruckt wird, gilt es auch bei den neuen Onlinemedien die Qualität der Informationen hoch zu halten, die Freiheit und Unabhängigkeit der Presse zu bewahren, den Bürgerinnen und Bürgern die bestmögliche Information

und der Industrie und dem Gewerbe eine optimale Werbepattform zu bieten.

Die Schweiz braucht Meinungsvielfalt und Pressefreiheit

Die Schweiz mit ihrer direkten Demokratie hat ein ausgezeichnetes politisches System. Alle wichtigen Entscheide, sowohl auf der Ebene des Bundes, der Kantone wie auch der Gemeinden, werden basisdemokratisch gefällt. Damit die Bürgerinnen und Bürger sich eine eigene Meinung bilden können, brauchen wir Meinungsvielfalt und Pressefreiheit. Diese staatspolitische Dimension der Medien darf nicht unterschätzt werden, geht es doch nicht einfach um irgendwelche Konsumprodukte, sondern um eines der wichtigsten Güter im politischen System überhaupt: um korrekte und vertrauenswürdige Informationen.

Die «Neue Fricktaler Zeitung» steht im Fricktal ein für korrekte, vertrauenswürdige und unabhängige Informationen – sowohl mit der gedruckten Zeitung als auch in den neuen Medien – gestern, heute und in der Zukunft.



DIE ZIELSETZUNGEN DES AARGAUISCHEN GEWERBEVERBANDS PROGRAMM 2010–2014

VORWORT DES PRÄSIDENTEN

Zielsetzungen des AGV 2010–2014

Ein aktiver Beitrag für einen prosperierenden Marktplatz Aargau

Der AGV will sich als Informationsplattform, als Dienstleistungszentrum, in der politischen Meinungsbildung, als Innovationskraft und zum direkten Nutzen der Verbandsmitglieder positionieren. Dazu suchen wir als grösster aargauischer Dachverband die Nähe zu den Berufs- und Branchenverbänden, zu den Gewerbevereinen und zu den Mitgliedfirmen.

Der Schweizerische Gewerbeverband (sgv) hat am Gewerkekongress 2010 die Strategie und die politischen Zielsetzungen 2010–2014 beschlossen. Diese Zielsetzungen geben unserem Vorstand, den Verantwortlichen in den Gewerbevereinen, in den Berufsverbänden und insbesondere unserer Geschäftsleitung die Schwerpunkte und Leitlinien ihrer Aktivitäten.

Der AGV ist ein Dienstleistungszentrum. Er hat aber insbesondere auch die politischen Interessen zu verfolgen. Basierend auf den politischen Zielsetzungen des SGV legen wir das politische Programm des Aargauischen Gewerbeverbands vor (s. unter «Wirtschaftspolitik»). Den Fokus legen wir – auf die Reduktion von Steuern und Abgaben, weil nur so die Staatsquote in Griff gehalten werden kann, – auf die duale Berufsbildung, weil sie das Erfolgsrezept für die ökonomische Stabilität ist, und – auf die Förderung des Strassenverkehrs, weil die wirtschaftliche Mobilität für unsere KMU eine entscheidende Grundvoraussetzung ist.

Der AGV will weiterhin einen aktiven Beitrag für einen prosperierenden Marktplatz Aargau leisten. Dazu pflegen wir eine offene Kommunikation. Wir laden Sie ein, die Zielsetzungen mitzutragen und umzusetzen.

Kurt Schmid, Präsident



POLITISCHES PROGRAMM DES AARGAUISCHEN GEWERBEVERBANDS 2010–2014

Grundhaltung

Der Aargauische Gewerbeverband – AGV – setzt sich für die Stärkung der selbständigen Unternehmen in Handwerk, Handel, Dienstleistungen und Industrie ein.

Wirtschaftspolitik

Der AGV tritt für ein günstiges Steuerklima, weniger Bürokratie, die Anerkennung der Gewinnerzielung, die

Unterstützung der Reservebildung und die Belohnung des Leistungsprinzips ein.

Steuerpolitik

Der AGV fordert eine Reduktion der Belastung der Unternehmen und privaten Haushalte mit Steuern und eine Stabilisierung der Gebühren. Die gesamten Einnahmen des Staates sind zu senken, damit vermehrt Prio-

ritäten gesetzt werden müssen und die Staatsquote zugunsten der freien Wirtschaft vermindert werden kann.

Sozial- und Gesundheitspolitik

Der AGV verlangt eine umfassende Stabilisierung der Sozialwerke und der Gesundheitskosten. In den einzelnen Sozialversicherungen sind Defizite ohne Mehreinnahmen zu vermeiden. Die Gesundheitskosten

sind zu begrenzen, indem Doppelspurigkeiten vermieden und ambulante Behandlungen stationären Aufenthalten wo immer möglich vorgezogen werden.

Berufsbildung

Der AGV setzt sich für die dauernde Erneuerung der Berufsbildung nach dem bewährten System der dualen Berufslehre ein.

Er fordert von der Volksschule, insbesondere der Real- und der Sekundarschule, und den Eltern, dass die Schulabgängerinnen und -abgänger über sichere Fachkompetenzen in den Kernfächern Lesen, Schreiben und Rechnen und über gefestigte Sozialkompetenzen in den Bereichen der Leistungsbereitschaft, der Disziplin und des Durchhaltewillens verfügen.

Er unterstützt die überbetrieblichen Kurse und arbeitet eng mit den gewerblich-industriellen und kaufmännischen Berufsfachschulen zusammen.

Er tritt für den Ausbau der Weiterbildungsmöglichkeiten, insbesondere für die Berufsmatur und die Fachhochschulen, ein, womit die Berufsbildung einen gleichen Stellenwert wie die Mittelschul- und die Universitätsbildung erhält. Er fordert von Bund und Kanton die gleiche finanzielle Unterstützung der verband-

lichen Weiterbildung wie der staatlichen Weiterbildungsmöglichkeiten.

Umwelt und Raumplanung

Der AGV fordert zweckmässige Richt- und Nutzungsplätze, die den Gemeinden einen grösstmöglichen Spielraum einräumen und die wirtschaftliche Entwicklung nicht behindern.

Verkehr

Der AGV setzt sich für die freie Wahl der Verkehrs- und Transportmittel ein. Dabei hat wegen der Wirtschaftsmobilität der Ausbau des Strassennetzes Priorität. Dieser hat nach massvollen und nicht perfektionistischen Standards zu erfolgen, damit die vorhandenen Mittel breitflächig eingesetzt werden können.



Energie

Der AGV tritt für eine ungehinderte Versorgung der aargauischen Wirtschaft zu günstigen Tarifen mit allen Energieträgern ein. Dazu gehört insbesondere auch die Kernenergie.

Bürgerfreundlicher Staat

Der AGV fordert einen bürgerfreundlichen Staat. Er setzt sich für eine miliztaugliche Gesetzgebung ein und bekämpft die wuchernde Vorschriftenflut.

**WAS IMMER SIE PLANEN - AUF
UNS KÖNNEN SIE SICH VERLASSEN.**



Wir organisieren Ihre Vorsorge genau nach Ihren Bedürfnissen – ausgewiesen kostengünstig, umfassend kompetent und langfristig sicher. Planen Sie mit uns, damit Sie sorgenfrei in die Zukunft blicken können. Verlangen Sie weitere Informationen!

ASGA Pensionskasse
Schaffhauserstrasse 358 | 8050 Zürich
T 044 317 60 50 | www.asga.ch

ASGA
pensionskasse



WER NICHT NETZWERKT, VERZICHTET FREIWILLIG AUF CHANCEN

MIT SUCCOR MEHR UMSATZ ERZIELEN

Oder: Wie Kleinunternehmern erfolgreich nach neuen Kunden angeln. SUCCOR GmbH unterstützt Handwerker, Dienstleister und Freiberufler aller Branchen im wirtschaftlichen Alltag erfolgreicher zu sein. Wie das geht? Mit zwei Internetplattformen, bei denen das Persönliche nicht zu kurz kommt.

SIMONE BRAUN

Unter Netzwerken versteht man gezieltes Beziehungsmanagement, um Erfahrungen und Marktinformationen auszutauschen und von anderen zu lernen, Synergien zu nutzen, um sich zu positionieren und miteinander Geschäfte zu machen – um nur einige Gründe zu nennen. Oft fällt es kleineren Unternehmen trotz enormem Potenzial für Innovation und qualitativ hochstehender Arbeit schwer, auf sich allein gestellt, einen grösseren Kundenstamm aufzubauen. Genau da kommt SUCCOR ins Spiel. **SUCCOR ist ein einzigartiges AKQUISEnetzwerk.** Eine Internetplattform (www.succor.ch), die Kleinunternehmen hilft, auf einfache Art nach Aufträgen zu fischen und damit Umsatz und Gewinn zu steigern. SUCCOR unterstützt Unternehm-



SUCCOR- und mySUCCOR-Plattform

men im Auf- und Ausbau des eigenen Netzwerks und bietet auch die Möglichkeit, sich bedarfsweise zu vernetzen und für grössere Aufträge mit anderen Handwerkern oder Dienstleistern in der operativen Leistung zu Arbeitsgemeinschaften (bzw. Konsortien) zu verbinden. Einzigartig ist auch das Tausch-Forum von SUCCOR. Da haben junge Unternehmen mit wenig Geld die Chance, ihre Firma durch gegenseitige Unterstützung aufzubauen. Das heisst, man bezahlt

Dienstleistungen nicht mit Geld, sondern mit einem Gegengeschäft. Beispielsweise macht Informatiker X eine Website und als Gegenleistung macht ihm der Grafiker eine Imagebrochure. Es gibt auf www.succor.ch Foren, wo man Gleichgesinnte suchen und finden kann, um sich damit den Arbeitsalltag zu erleichtern. Kleinunternehmen können ihrer Firma auf der SUCCOR-Plattform mit ihrem individuellen Firmenprofil ein Gesicht geben. Sie beschreiben ihr Tätigkeits-

Wollen Sie dabei sein?
SUCCOR ist ein junges Projekt, das erst noch seine Mitglieder braucht, um ideal funktionieren zu können. Das erste Standbein soll im Aargau aufgebaut werden. Glücklicherweise braucht es nicht viel, um dabei zu sein. Die Hauptmitgliedschaft ist kostenlos und es gibt zudem ein Spezialangebot für AGV-Mitglieder: Wer sich bis 30. Dezember 2010 anmeldet, erhält eine Premium-Mitgliedschaft im Wert von CHF 1200.– gratis. Melden Sie sich an unter www.succor.ch und schreiben Sie zusätzlich eine E-Mail an info@succor.ch mit der Bestätigung, dass sie Mitglied des AVG sind. Und dann können Sie loslegen und aktiv netzwerken.



Ihre Ansprechpartner bei SUCCOR: Simone Braun, Inhaberin/Geschäftsführerin, und Martin Bhend, Akquisition/Networking

feld, erfassen Referenz- und Empfehlungslisten und können das Ganze noch mit Fotos attraktiver gestalten. Aber das ist nur eine kleine Auswahl von Möglichkeiten. In den regionalen Sektionstreffen lernt man andere Mitglieder persönlich kennen, denn Geschäfte werden immer noch zwischen Menschen gemacht. Hier tauscht man Erfahrungen, Empfehlungen und Wissen aus und vergrössert stetig das eigene Netzwerk. Dadurch bleibt die eigene Unternehmung dauernd im Gespräch. Denn Empfehlungen und Mund-zu-Mund-Propaganda sind heute die stärkste Waffe in hart umkämpften Märkten. Ergänzend zur SUCCOR-Plattform gibt es den **MySuccor**-Marktplatz (www.mysuccor.ch). Hier haben Sie einen direkten Zugang zu neuen Aufträgen. Jedermann kann auf dieser Plattform eine Offertanfrage platzieren. Diese Anfrage wird dann an alle SUCCOR-Mitglieder der entsprechenden Branche versendet, welche dann Offerten stellen können. So gelangt man mühelos an neue potenzielle Kundenkreise. Auf der anderen Seite können Privatpersonen mit nur einer einzigen Anfrage mehrere Offerten einholen und sparen dadurch viel Zeit und Geld.

DIE DELEGIERTEN DES AARGAUISCHEN GEWERBEVERBANDS HABEN AN IHRER VERSAMMLUNG VOM 30. SEPTEMBER 2010 IN ZOFINGEN FOLGENDE RESOLUTION BESCHLOSSEN:

NUR AUS GUTEN LERNENDEN WERDEN GUTE MEISTER!

RESOLUTION DES AARGAUISCHEN GEWERBEVERBANDS ZUR STÄRKUNG DER VOLKSSCHULE UND DER BERUFLICHEN GRUND- UND WEITERBILDUNG

Für eine starke Volksschule

Die demografische Entwicklung und die zunehmende Konkurrenzierung der Berufslehre durch Mittelschulen erschweren die Nachwuchssicherung der meisten Branchen. Insbesondere die leistungsstärkeren Jugendlichen setzen vermehrt auf eine schulische Fortsetzung der Ausbildung trotz mindestens gleichwertigen Chancen mit einer beruflichen Grund- und Weiterbildung. Für viele handwerkliche Berufslehren interessieren sich zunehmend Jugendliche, die das Anforderungsprofil in den Basisschulfächern und den Sozialkompetenzen sehr knapp oder nicht erfüllen.

Direkte Berufslehren statt Brückenangebote

Die Aargauer Lehrbetriebe und ihre Branchen lehnen einen weiteren Ausbau von flankierenden Coachingmassnahmen ab. Sie wollen nicht Teil staatlicher Anschlusslösungsprogramme für Schulabgängerinnen und Schulabgänger sein. Sie fordern stattdessen eine Stärkung der Volksschule, insbesondere der Real- und Sekundarschule. Die Leistungs- und Berufsorientierung in der Real- und Sekundarschule muss verstärkt werden, damit möglichst alle Schulabgängerinnen und Schulabgänger am Schluss der obligatorischen Schulzeit das Anforderungsprofil für eine Berufslehre oder Attestausbildung erfüllen. Entsprechende Defizite sind frühzeitig zu erkennen und mit individuellen, aber obligatorischen Zusatzlektionen, eventuell auch während der Freizeit, zu beheben. Standardisierte Tests und Checks schaffen klare Vergleichsmöglichkeiten und damit eine leistungsfördernde Konkurrenzierung unter den Schulen. Die Brückenangebote, verschiedene Coa-



chingprojekte und die zunehmende Verschulung der Sekundarstufe 2 schaffen falsche und kostspielige Anreize und sind auf ein Minimum zu beschränken. Die eingesparten Gelder können für Zusatzlektionen an Real- und Sekundarschulen eingesetzt werden.

Führungs- und Fachpersonen für KMU

Die Aargauer Lehrbetriebe stehen auch in den Krisenzeiten zu ihrer sozialen Verantwortung und haben das Angebot an Lehrstellen nicht abgebaut und viele schulschwächere Lernende ausgebildet. Diese Lehrbetriebe sind aber nicht mehr länger bereit, die bewährte marktorientierte Nachwuchssicherung in eine staatliche Anschlusslösung für Schulschwächere zu transformieren. Denn auch die KMU benötigen für spätere Führungsaufgaben Persönlichkeiten mit Fachwissen und Kompetenzen, die nicht an vollschulischen Ausbildungslehrgängen vermittelt werden können. Es droht wegen einer falsch verstandenen Chancengleichheit ein Überfluss an akademisch Ausgebildeten ohne Fach- und Führungsqualitäten für kleine und mittlere Unter-

nehmen. Branchen ohne genügend qualifizierten Nachwuchs gefährden nicht nur sich selbst, sondern auch die wirtschaftliche Stabilität besonders in KMU-geprägten Kantonen wie dem Aargau. Auch die Ausbildungen zu Volksschullehrpersonen und Berufsberatenden sollten vermehrt geeigneten Berufsleuten offenstehen.

Für eine Stärkung der beruflichen Grund- und Weiterbildung

Die Aargauer Lehrbetriebe und ihre Branchen vermissen die Umsetzung des Bundesverfassungsartikels, wonach «Bund und Kantone sich bei der Erfüllung ihrer Aufgaben dafür einsetzen, dass allgemein bildende und berufsbezogene Bildungswege eine gleichwertige gesellschaftliche Anerkennung finden». Die gleichwertige finanzielle Unterstützung beider Bildungswege fehlt immer noch! Im Kanton Aargau müssen die Lehrbetriebe einen grossen Anteil der Kosten für die obligatorischen Überbetrieblichen Kurse selber bezahlen und Berufsleute, die eine verbandliche Berufsw Weiterbildung wählen, bezahlen diese Ausbildung grösstenteils

aus der eigenen Tasche. Die Studierenden an den Fachhochschulen und den Universitäten kommen im Vergleich zu den Kosten und dem Gegenwert lediglich für einen symbolischen Kostenbeitrag auf.

Berufliche Weiterbildung dient dem Volkswohl

Durch die zunehmende Akademisierung der Gesellschaft, unter anderem verstärkt durch das Bologna-Modell, kann nicht mehr davon ausgegangen werden, dass sich die Akademikerinnen und Akademiker primär für das allgemeine Volkswohl und die Berufsmeister nur für das eigene Wohl weitergebildet haben. Denn insbesondere Berufsleute mit absolvierten Meisterlehrgängen gründen oder übernehmen Betriebe und sichern somit Arbeits- und Ausbildungsplätze.

Konkrete Forderung: Fr. 2500.– pro Semester

Die Aargauer Lehrbetriebe und ihre Branchen fordern deshalb, dass der Kanton Aargau alle nationalen ÜK-Beitragspauschalen verdoppelt und im Weiteren alle verbandlichen Berufswweiterbildungslehrgänge, die zu anerkannten Diplomen, wie «Meister», führen, pro Semester mit Fr. 2500.– unterstützt, solange keine interkantonalen oder nationalen Vereinbarungen eine gleichwertige finanzielle Unterstützung garantieren. Im Weiteren soll der Kanton Aargau als einer der grössten Arbeitgeber vermehrt Fach- und Kaderstellen mit Bewerberinnen und Bewerbern mit verbandlichen Berufswweiterbildungen besetzen und entsprechend aus schreiben. Auf nationaler Ebene ist das Bologna-Modell so zu ergänzen, dass die berufliche Weiterbildung vollumfänglich integriert ist. So soll auch eine anerkannte verbandliche Berufsw Weiterbildung prüfungsfrei den Zugang zur entsprechenden Fachhochschule ermöglichen.



AGV UND AIHK UNTERSTÜTZEN REVISION DES STEUERGESETZES

Im Jahr 2006 wurde eine Steuergesetzrevision beschlossen und in den Folgejahren etappenweise in Kraft gesetzt, welche zu wesentlichen Entlastungen für natürliche und juristische Personen führte. Damit konnte der Aargau seine vormals schlechte Stellung im interkantonalen Steuerwettbewerb etwas verbessern. Der Aargauische Gewerbeverband (AGV) und die Aargauische Industrie- und Handelskammer (AIHK) nehmen erfreut zur Kenntnis, dass der Regierungsrat nun die damals angekündigte dritte Etappe der Steuergesetzrevision in die Vernehmlassung gibt. Wie seinerzeit versprochen, sollen mit dieser Revision

schwergewichtig der Mittelstand sowie die Familien entlastet werden. AGV und AIHK tragen dieses Vorhaben mit. Zu den Details der Vorlage werden wir zu gegebener Zeit Stellung nehmen.

Dritte und vierte Revisions-etappe rasch umsetzen

Die umliegenden Kantone sind seit der aargauischen Steuergesetzrevision 2006 nicht untätig geblieben. Damit wir uns im Steuerwettbewerb behaupten können, müssen wir unsere Steuerbelastung periodisch überprüfen und wo nötig anpassen. Dass das finanzpolitisch möglich ist, zeigen einerseits die Steuereingänge

und andererseits die Prognosen des Finanzdepartements für die künftigen Steuereinnahmen.

AGV und AIHK verlangen deshalb, dass neben der vorgeschlagenen Revision die Arbeiten für eine vierte Etappe, welche die juristischen Personen entlastet, unverzüglich begonnen werden. Als Übergangslösung bis zum Inkrafttreten dieser vierten Etappe ist auf den Zuschlag auf Gewinn- und Kapitalsteuern für die Speisung des Finanzausgleichsfonds zu verzichten. Wir wollen und müssen uns im Interesse des Standortes Aargau dem interkantonalen Steuerwettbewerb stellen und diesen erfolgreich bestehen. Wir können es uns nicht leisten,

bei der steuerlichen Belastung der juristischen Personen wieder ins hintere Mittelfeld abzurutschen. Wir müssen uns im Spitzenfeld behaupten können. Die Etappen 3 und 4 der Steuerentlastung sind aus Sicht von AGV und AIHK notwendig, um die Konkurrenzfähigkeit des Standortes Aargau zu erhalten. Sie sind finanziell verkräftbar. Es geht uns damit nicht um eine Senkung der Einnahmen des Kantons und der Gemeinden, sondern um eine Abschwächung des Wachstums. Die Erfahrungen mit umgesetzten Steuerentlastungen zeigen, dass bei einer dynamischen Betrachtung der Staat nicht weniger einnimmt, sondern mehr.



aargauische
berufsschau

lenzburg
6. – 11. 9. 2011

VORAVIS

AGV- NEUJAHRSAITÉRO

Wir hoffen, dass Sie auch 2011 wieder dabei sind. Der ungezwungene Neujahrspéro eröffnet die wunderbare Gelegenheit, mit Unternehmerinnen und Unternehmern aus dem ganzen Kanton auf das neue Geschäftsjahr 2011 anzustossen. Reservieren Sie sich folgenden Termin:

Datum: Mittwoch, 5. Januar 2011
Ort: Kultur & Kongresshaus Aarau
Zeit: 18.00–20.00 Uhr

Detaillierte Einladung in der nächsten «Aargauer Wirtschaft».



ÜBERPARTEILICHES KOMITEE «NEIN ZUR SP-STEUERINITIATIVE»
BEGRÜSST GEPLANTE STEUERGESETZREVISION UND WARNT VOR FOLGEN DER SP-INITIATIVE

SP-STEUERINITIATIVE SABOTIERT DIE NACHHALTIG ERFOLGREICHE STEUERPOLITIK DES AARGAUS

Die von Finanzdirektor Roland Brogli heute präsentierte Steuergesetzrevisionsvorlage geht den vom Aargau in den vergangenen Jahren eingeschlagenen Weg gezielter Steuerentlastungen weiter. Dank der strategischen Weitsichtigkeit in Steuerfragen ist der Kanton Aargau im nationalen Vergleich hinsichtlich Standortattraktivität Spitze. In einer entsprechenden CS-Studie im Frühjahr erreichte man Platz 3 hinter Zug und Zürich, im Bereich Firmenzuzüge seit 2006 ist der Aargau mit 340 Neuanmeldungen sogar Spitzenreiter. Nach der letzten Revision 2006, die deutliche Entlastungen für die Unternehmen und die hohen und tiefen Einkommen brachte, sind die Steuereinnahmen entgegen der Prognosen der Revisionsgegner nicht eingebrochen, sondern dank gesteigerter Standortattraktivität angestiegen. Die SP versucht nun mit ihrer sogenannten

«Steuergerechtigkeitsinitiative» diese Erfolge nachhaltig zu sabotieren und ein materielles Steuerdiktat einzurichten. Das überparteiliche Komitee «NEIN zur SP-Steuerinitiative» begrüsst den nächsten Reformschritt des Aargaus und betont die Wichtigkeit, die SP-Initiative am 28. November abzulehnen. Bei einer Annahme wären weitere Steuerentlastungen nicht möglich, vielmehr wären Steuererhöhungen unumgänglich. Darunter hätte im Speziellen der Mittelstand zu leiden.

Massive Steuerausfälle und ein einschneidender Abbau von Dienstleistungen des Kantons wurden von Gegnern der aargauischen Steuergesetzrevision vorausgesagt. Schauermärchen, wie bald klar wurde. Dank der Positionierung als attraktiver Standort stiegen die Steuereinnahmen im Aargau seit der Revision und nicht weniger als 340 Firmen verlegten ihre Niederlassung von anderen Kantonen in den



Aargau, womit unser Kanton die höchste Firmenzuwanderung der ganzen Schweiz aufweist. Die SP ignoriert all diese Tatsachen und versucht stattdessen, mit ihrer Initiative ein Steuerdiktat des Bundes einzurichten, das Erfolgsmodell Steuerföderalismus abzuschaffen und eine materielle Steuererhöhung herbeizuführen. Denn: eine Steuererhöhung nur für Einkommen über 250 000 Franken ist gar nicht möglich, denn damit kein zu starker Knick in der Steuerkurve darunter entsteht (also dass jemand, der 249 000 Franken verdient, nicht massiv weniger bezahlt als jemand mit 251 000 Franken), ist eine Anpassung der gesamten Steuerkurve notwendig, auch für mittlere Einkommen würden also die Steuern deutlich erhöht. Wenn zusätzlich wegen der geänderten Umstände reichere Steuerzahler ins Ausland abwandern, wird gleich nochmals der Mittelstand zur Kasse gebeten.

Steuerwettbewerb als Erfolgsgarant

Der Steuerwettbewerb unter den Kantonen bringt nicht nur Vorteile für den einzelnen, steuertechnisch attraktiven Kanton, sondern vor allem einen gesunden Wettbewerb, von dem alle profitieren. Die Schweiz hat sich als attraktiver Wohn- und Wirtschaftsstandort einen Namen gemacht, was zu nicht

unwesentlichen Teilen auf die interessanten Steuervoraussetzungen zurückzuführen ist. Kantone erhalten keinen Anreiz, Geld der Steuerzahler anzuhäufen, das sie gar nicht benötigen, sondern erheben nur so viel wie notwendig. Das kantonale überparteiliche Komitee «NEIN zur SP-Steuerinitiative» ist vom Nutzen des Steuerwettbewerbes gleichermassen überzeugt wie von der geplanten aargauischen Steuergesetzrevision. Auf keinen Fall kann zugelassen werden, dass mit der populistischen SP-Mogeliniziativa die Steuerautonomie der Kantone abgeschafft, die Steuern erhöht und der Mittelstand geschöpft werden.

Co-Präsidium Komitee:

Roland Brogli,
Finanzdirektor Kanton Aargau;
Thierry Burkart,
Grossrat, Präsident FDP Aargau;
Bernhard Guhl,
Grossrat, Präsident BDP Aargau;
Franz Hollinger,
Grossrat, Präsident CVP Aargau;
Daniel Knecht,
Präsident Aargauische Industrie- und Handelskammer;
Thomas Lüpold,
Grossrat, Präsident SVP Aargau;
Kurt Schmid,
Präsident Aargauischer Gewerbeverband

www.steuerinitiative-nein.ch

Bestens beraten auf allen Ebenen.

UTA
GRUPPE

Treuhand
Revisionen
Immobilien
Gemeindeberatung
Berufliche Vorsorge

www.uta.ch

Mit Unternehmen in den Bereichen Treuhand, Revisionen, Immobilien, Gemeindeberatung und berufliche Vorsorge ist die UTA GRUPPE breit abgestützt und bestens aufgestellt. So erreichen unsere Dienstleistungen zielgerecht und vor Ort unsere Kunden.



GEWERBEAUSSTELLUNGEN

Donnerstag, 14. April 2011 bis Sonntag, 17. April 2011
Gewerbeausstellung Handwerker- und Gewerbeverein Kulm

Freitag, 23. September 2011 bis Sonntag, 25. September 2011
Gewerbeausstellung Küttigen GEWERBE ZIRKUS

Donnerstag, 6. Oktober 2011 bis Sonntag, 9. Oktober 2011
Entfelder Gwärb-Mäss

Freitag, 7. Oktober 2011 bis Sonntag, 9. Oktober 2011
SCHEGA (Schenkenberger Gewerbeausstellung)

Freitag, 7. Oktober 2011 bis Sonntag, 9. Oktober 2011
EXPO11 in Frick – Gewerbe Region Frick

Freitag, 7. Oktober 2011 bis Sonntag, 9. Oktober 2011
«Muri hebt ab» Gewerbeausstellung

Freitag, 14. Oktober 2011 bis Sonntag, 16. Oktober 2011
Gewerbeausstellung Rapperswil (RUGA)

Freitag, 21. Oktober 2011 bis Sonntag, 23. Oktober 2011
Die Regiomesse ZOGA

Freitag, 18. November 2011 bis Sonntag, 20. November 2011
Lenzburger Gewerbeausstellung LEGA 11

Hinweise für unsere Mitglieder: Ist die Gewerbeausstellung Ihrer Organisation nicht aufgeführt? Dann melden Sie diese an unser Sekretariat (info@agv.ch) für kostenlose Einträge in der «Aargauer Wirtschaft» und im Internet. **Öffnungszeiten, Kontaktpersonen usw. unter www.agv.ch**

Gerne nimmt die Redaktion auch Berichte über Vorbereitungen und Durchführungen von Gewerbeausstellungen entgegen.

AGV-AGENDA / JAHRESPLANUNG

Wichtige Termine – bitte in Ihren Kalendern, Outlook etc. vormerken. Weitere Details (Einladungen) werden zur gegebenen Zeit auf www.agv.ch und in einer der nächsten Ausgaben der Mitgliederzeitung publiziert. Die Gewerbevereine und Berufsverbände werden gebeten, verschiedene Termine in ihren eigenen Jahresplanungen aufzunehmen und bei der Planung von eigenen Anlässen mitzubersichtigen.

JAHRESPLANUNG 2010

November

Sonntag 28.11. Volksabstimmungen

JAHRESPLANUNG 2011

Januar

Mittwoch 05.01. 18:00 Neujahrs-Apéro

Februar

Sonntag 13.02. Volksabstimmungen

April

Donnerstag 28.04. 15:00 Frühlings-Delegiertenversammlung
 17:00 Aargauer Wirtschaftstag mit
 Unternehmerpreisverleihung

Mai

Sonntag 15.05. Volksabstimmungen

September

Dienstag 06.09. Eröffnung Aargauische
 Berufsschau ab'11
 Mittwoch 07.09. 13:30 Offizieller Tag der Aargauischen
 Berufsschau ab'11
 18:00 Herbst-Delegiertenversammlung

Oktober

Sonntag 23.10. National- und Ständeratswahlen

November

Sonntag 27.11. Volksabstimmungen

BERUFSBILDNER-/LEHRMEISTERKURSE

KURSANGEBOTE FINDEN SIE UNTER **WWW.AGV.CH**

REGIONALES GEWERBE PUNKTET AUF DER GANZEN LINIE

Die Regionale Gewerbeausstellung in Kleindöttingen vom 14. bis 17. Oktober hat Tausende Besucher angezogen. Über 100 Aussteller präsentierten sich und zeigten, wie vielfältig das Angebot von Produkten und Dienstleistungen im Einzugsgebiet des Gewerbevereins Aaretal-Kirchspiel ist.

PHILIPP ZIMMERMANN

«Die Menschen, die hier waren, hatten nur Komplimente übrig.» Das sagt Urs Blum, der OK-Präsident der Rega 2010 als Fazit. Immer wieder sei ihm gegenüber bestätigt worden, dass die Rega «s Zäni» sei. S Zäni meint in Anlehnung auf das Motto der regionalen Leitungsschau «D Rega isch s Zäni», mit dem das OK gezielt auf das qualitativ hochwertige Schaffen der Region hinweisen wollte. Nebenbei stand die Zehn auch dafür, dass der Gewerbeverein Aaretal-Kirchspiel die Rega, im Rhythmus von vier Jahren, bereits zum zehnten Mal durchgeführt hat. Dies übrigens auch schon zum zehnten Mal auf dem Schulareal in Kleindöttingen, das zur Gemeinde Böttstein gehört.

Vielfältige Präsentationen

Die Rega wartete mit einem neuen Rundgang auf. Wer auf ihm blieb, verpasste keinen Aussteller. Der Andrang war insbesondere am Samstag und Sonntag gross. Die Gäste freuten sich,



Er zeigt, was punkto Oberflächenbehandlung beim Auto möglich ist.



Patrick Gosteli (Gemeindeammann Böttstein und Grossrat), Alex Hürzeler (Regierungsrat), Kurt Schmid (Präsident Aarg. Gewerbeverband), Urs Blum (OK-Präsident) und Urs Blumenthal (Präsident Gewerbeverein Aaretal-Kirchspiel) durchschneiden das Eröffnungsband.

das regionale Gewebe in seiner Vielfalt wieder unter die Lupe zu nehmen. Die Aussteller zeigten sich von ihrer besten Seite. Viele kleinere und mittlere Unternehmen nutzten die Möglichkeit, sich zu präsentieren, alte Kontakte aufzufrischen, neue zu knüpfen, auf die eigenen Produkte und Dienstleistungen hinzuweisen. Anklang fanden die kreativen und professionellen Auftritte der Aussteller ebenso wie etwa eine Autogrammstunde mit Skistar Ambrosi Hofmann, das Förster und Jäger auf Rega-Areal gebracht hatten, oder der Streichelzoo des Landwirtschaftlichen Zentrums Liebegg.

Zur Eröffnung war Regierungsrat Alex Hürzeler zu Gast. Er zeigte sich in seiner Rede überzeugt davon, dass eine Rega-Teilnahme ein Gewinn ist. Was sie bringe, sei nicht messbar. Doch das Gewerbe bleibe so in den Köpfen der Gäste präsent. «Setzen Sie ein Zeichen gegen die Anonymität des Internets», sagte er. Im Gespräch mit den Kunden könnten die Unternehmen zeigen, welche Produkte und Dienstleistungen sie anbieten. «Das ist beste Werbung, da kann noch so viel auf einer Homepage stehen.»

Attraktives Lehrlingsprojekt

Besondere Attraktion war das Lehrlingsprojekt: Rund 50 Lehrlinge von 16 Betrieben zeigten ihre handwerklichen Berufe im Lehrlingszelt. Die Rega-Gäste konnten ihnen bei der Arbeit zusehen. Die Lehrlinge zeigten sich motiviert und freuten sich, einmal vor so grossem Publikum ihr Können demonstrieren zu können. Sie erhielten viel positives Echo. Die Zimmermann- und Spengler-Lernenden erstellten einen Geräteschuppen für den Kindergarten von Leibstadt. Dieser wurde an der Präsentation der Arbeiten am Sonntagnachmittag symbolisch übergeben. Das Fazit hier-

zu: Auch die Lehrlinge haben sich die Zehn als Bestnote redlich verdient.

Kauflaune als Tüpfchen auf dem i

Ein positives Fazit zogen auch die Rega-Aussteller: Bei einer Umfrage bei diversen Ausstellern zeigte sich, dass das Rega-Publikum überraschenderweise in Kauflaune war. Beliebte waren beispielsweise Haushaltsgeräte, Kaffeemaschinen oder Matratzen. Ein Gartenbauunternehmen stellte erfreut fest, dass diverse Offertenanfragen eingegangen sind von Personen, die ausserhalb des eigentlichen Geschäftskreises, teilweise sogar im Kanton Zürich, wohnen.



Autogrammstunde Ambrosi Hofmann



DAS WORT DES PRÄSIDENTEN

WIR UNTERNEHMER MÜSSEN AN DIE URNE



Der Ausgang der SP-Steuerinitiative ist vage. Die Folgen einer Annahme wären für die ganze Schweiz verheerend. Unser dreistufiger Staatsaufbau (Gemeinde – Kanton – Bund) ist ein Erfolgsmodell, von dem auch die KMU profitieren und welches unserem KMU-Land am nächsten kommt. Mit Annahme der Initiative käme unser Staatssystem in grösste Schieflage. Wir Unternehmer müssen uns täglich der Konkurrenz stellen. Die Allgemeinheit will offenen Wettbewerb in der Privatwirtschaft. Schon kleinste Absprachen zwischen den Unternehmungen werden mit den Kartellbestimmungen geahndet.

Und nun kommt eine Initiative, die nach politischer Gleichmacherei schwärmt. Diesen Widerspruch gilt es zu verhindern.

Der Aargau ist ein gutes Beispiel, um die Wirkung einer offenen Steuerkonkurrenz zu zeigen. Unser Kanton muss sich immer wieder neu in der Schweiz behaupten – nicht nur im Steuerwettbewerb, sondern in allen Bereichen. Gemäss CS-Studie liegt der Aargau insgesamt auf Rang 3. Darauf dürfen wir stolz sein, aber gleichzeitig dürfen wir nicht nachlassen, die Anstrengungen fortzusetzen. Insbesondere gilt es, vorteilhafte Rahmenbedingungen für die Wirtschaft und gute

Wohnqualitäten zu fördern. Die Annahme der Initiative würde ein faktisches Verbot des Steuerwettbewerbes auslösen. Die Kantone würden als Steuerhoheiten in Lethargie verfallen. «Man» muss sich nicht mehr anstrengen. Bemühungen zur Beschränkung des Staates gingen verloren. Die Staatsquote würde wachsen und damit der Staat im Staat unkontrollierbar. Letztlich käme der Steuerzahler programmatisch vermehrt zur Kasse. Daran kann niemand interessiert sein. Gehen wir an die Urne, um der Gleichmacherei eine Abfuhr zu erteilen!

Kurt Schmid

NEUE MEISTER IN DER HAUSTECHNIK

Erfolgreiche Absolventen der Meisterprüfungen in der Haustechnikbranche feierten mit dem Aargauischen Haustechnik-Verband ihr Diplom.

RENATE KAUFMANN

Der Aargauische Haustechnik-Verband lud die aargauischen Absolventen von höheren Fachprüfungen zur Diplomfeier in die energietechnisch topmodernen Räume der Firma Walter Meier AG in Schwerzenbach ein. Sie stellt Komfort und Effizienz bei der Temperierung von Wohn-, Büro- und Gewerberäumen in den Mittelpunkt. Komfort, da die Menschen ein angenehmes Raumklima brauchen, Effizienz, da unsere Welt darauf angewiesen ist, dass wir schonend mit den beschränkten Ressourcen umgehen. In Anwesenheit des Vorstandes, der Obmänner



Der Aargauische Haustechnik-Verband ehrte die frischgebackenen Meister in der Haustechnik.

und der Gastgeber überreichte Beat Friedrich, Präsident AHTV, den Kandidaten in Anerkennung ihres Prüfungserfolges die goldene «AHTV-Balance» mit Gravur. Ein wichtiger Baustein für den weiteren Verlauf der persönlichen Karriere ist gelegt

und bildet das Rüstzeug, um führende Positionen zu übernehmen oder sich einen eigenen Betrieb aufzubauen. Dazu wünscht der AHTV allen Diplomanden viel Erfolg!

Die erfolgreichen Absolventen:

Lüscher Patrick, Wettingen eidg. dipl. Spenglermeister
Häfeli Jonathan, Wisen eidg. dipl. Sanitärmeister
Heggli Marco, Muri eidg. dipl. Sanitärmeister

100 JAHRE GEWERBEVEREIN OFTRINGEN

In Oftringen sei ein Gewerbeverein gegründet worden. Erster Präsident sei Malermeister Baumgartner gewesen, erster Aktuar Dr. Werner Hinnen von der gleichnamigen Bürstenfabrik. Auf diese Notiz ist Bruno Schläfli im Rahmen seiner Nachforschungen zur Geschichte des Oftringer Gewerbevereins im «Zofinger Tagblatt» vom 7. November 1910 gestossen.

THOMAS FÜRST

Als Präsident der Museumskommission ist er nicht nur mit der Geschichte seines Wohnorts sehr vertraut, als langjähriges Vorstandsmitglied des Oftringer Gewerbevereins kennt er auch die Geschichte des GVO wie nicht viele andere. Dort war er übrigens von 1961 bis 1973 Aktuar, damals übernahm er dieses Amt von seinem Vater Hans (Aktuar von 1955 bis 1961), seit 2000 bis zum heutigen Tag ist sein Sohn Hanspeter – sie dürfen dreimal raten – Aktuar des Gewerbevereins.

Ein Sparverein als Vorläufer

Bei seinen Nachforschungen hat Bruno Schläfli Erstaunliches entdeckt. Der heute jubilierende Gewerbeverein besitzt einen Vorläufer. Dieser bestand von 1866 bis 1886 und ist eigentlich ein Sparverein gewesen. Zehn Handwerker haben sich damals unter dem Präsidium des Mechanikers Jakob Widmer zusammengetan mit dem Zweck, durch wöchentliche Geldeinlagen gemeinsame Ersparnisse zinstragend anzulegen und Kredite an die Mitglieder zu verteilen. 1883 führten Unregelmässigkeiten in der Kasse zu einer Überprüfung und schliesslich zur Erkenntnis, dass der Kassier 2500 Franken – in dieser Zeit eine beträchtliche Summe – unterschlagen hat. Aus diesem Grund musste der Verein 1886 liquidiert werden.



Am Jubiläumsanlass des Gewerbevereins Oftringen vom 29. Mai freute sich AGV-Präsident Kurt Schmid sehr über das Treffen mit dem ehemaligen GVO-Präsidenten und AGV-Ehrenpräsidenten Ernst Gygax. (Foto: tf)

Für die Oftringer Bevölkerung ...

Über die Zeit von der Gründung des GVO 1910 bis 1951 konnte Bruno Schläfli nicht viel in Erfahrung bringen, da die ersten beiden Protokollbücher nicht auffindbar waren. 1952 wurde ein damals blutjunger Gewerblere Präsident des GVO – der heute 93-jährige Ernst Gygax, lange Zeit auch Präsident und Ehrenpräsident des AGV. Seiner Initiative war es zu verdanken, dass das Oftringer Gewerbe näher an seine Kundschaft heranrückte. 1952 erhielten die Kunden des Oftringer Gewerbes für einen bestimmten Einkaufsbetrag einen Reisebon, eine bestimmte An-

zahl Bons berechtigten zu einer Reise. Am 30. April 1952 fuhren schliesslich 272 Personen mit Bahn und Schiff nach Hertenstein zum «Zobig». 1960 – zum 50-Jahr-Jubiläum – initiierte der GVO den ersten Oftringer Altersausflug auf die Mosegg. 150 Personen, verteilt auf 50 Autos von Gewerbetreibenden, nahmen damals teil. Erst ab 1975 wurde der Altersausflug – die Autokolonne war allmählich zu gross geworden – mit Cars durchgeführt und die Organisation erfolgte durch die Gemeindeverwaltung. Seit 1997 stellt der Gewerbeverein die beliebten Weihnachtsbäume auf und zum 100-jährigen Jubiläum werden dank der Ak-

tion «Stärne für Oftrige» bestimmte Strassenzüge in Oftringen und Künzgoldingen mit Weihnachtssternen erleuchtet.

Herausforderungen annehmen

Der Gewerbeverein zählt heute – obwohl die Detaillisten unter dem Druck der Einkaufszentren praktisch verschwunden sind – gut 130 Mitglieder und organisiert alle drei Jahre eine stark beachtete Gewerbeausstellung, die dieses Jahr vom 6. bis 8. Oktober durchgeführt wurde und mit 90 Ausstellern auf einer Fläche von rund 3200 m² zu einem riesigen Erfolg wurde.

diga
möbel

Jetzt **Sonderangebote**
zum Zugreifen!

BÜRO-KOMPETENZ.

diga ist das Kompetenz-Zentrum für die KMU. Wir planen Ihr Büro, vom einfachen Schreibtisch bis zur komplexen Bürolandschaft.

3400 Burgdorf/Bern 8600 Dübendorf/Zürich 8854 Galgenen/SZ 9532 Rickenbach/Wil
8953 Dietikon/Zürich 6032 Emmen/Luzern 4614 Hägendorf/Olten

I d'diga muesch higa!

diga Infoservice: Telefon 055 450 55 55

www.diga.ch



HAGEWO 2010 – GEWERBEAUSSTELLUNG DES HANDWERKER- UND GEWERBEVEREINS WOHLN

HAGEWO 2010 MIT 40 000 BESUCHERN EIN VOLLER ERFOLG

Vom 7. bis 10. Oktober 2010 ging die Hagewo 2010 mit über 100 Ausstellern in Wohlen über die Bühne. Dies im wahrsten Sinne des Wortes, denn neben der offiziellen Gewerbeausstellung wurden eine Vielzahl von Attraktionen geboten. Fazit dieser vier Tage: Die Aussteller, Besucher, Vereine, Restaurant- und Barbetreiber, Sponsoren usw. und nicht zuletzt das gesamte Organisationskomitee waren mit der Ausstellung rundum zufrieden. Am Sonntagabend ging eine Ausstellung zu Ende, die als fröhlich und friedlich bezeichnet werden durfte und zur besten Hagewo aller Zeiten gekürt wurde.

CYRILL HEIMGARTNER

Dieser Beitrag des Handwerker- und Gewerbevereins in enorm wichtig

Pascale Bruderer, welche die Hagewo offiziell eröffnete, sprach an ihrer Eröffnungsrede von der Wichtigkeit der KMU für unsere Volkswirtschaft. Diese seien das Rückgrat der Schweizer – und auch der Aargauer – Wirt-

schaft. Für diesen Beitrag sowie insbesondere für den Beitrag im Rahmen der Berufsbildung richtete sie an das Gewerbe ein herzliches Dankeschön.

Regionale Leistungsschau mit über 100 Ausstellern

Die Besucher der Ausstellung konnten sich wie «Alice im Wunderland» vorfinden. Über 100 Aussteller präsentierten auf dem Messegelände ihre Produkte und Dienstleistungen in unterschiedlichster Aufmachung. Um die Kunden zu begeistern, scheuten die gut gelaunten Aussteller keinen Aufwand. Deren kreative Standideen – so konnte man meinen – seien grenzenlos. Die Modeschau «Fashion meets you» und die Produkteschau «Haare in Bewegung» begeisterten das Publikum. Eine super Leistungsschau öffnete sich dem Besucher.

Eine fröhliche Stimmung bis in die Morgenstunden

In den diversen Restaurants und Bars, den Festzelten und auf den Plätzen, überall waren lachende Gesichter anzutreffen. Die Musikbands auf den vier verschiedenen Bühnen fanden regen Zuspruch und die Künstler sorgen zusätzlich für eine



gute Stimmung. Für die Betreiber der Restaurants und Bars – vorwiegend Vereine aus Wohlen – wurden die Erwartungen übertroffen. So konnten die Vereinskassen aufge bessert werden. Auch die Unterstützung der Dorfvereine gehört, nebst dem gesellschaftlichen Aspekt, zum Erfolg einer Gewerbeausstellung.

Das OK und die vielen Helfenden haben perfekte Arbeit geleistet

Das 22-köpfige Organisationskomitee und die vielen Helfer haben vor und während der Ausstellung sehr

gute, professionelle Arbeit geleistet. Michel Wagner, OK-Präsident und Präsident des Handwerker- und Gewerbevereins Wohlen, zog nach der Hagewo Bilanz: «Es war perfekt. Wir haben es fertiggebracht, dass alles noch ein bisschen besser war als im Jahr 2005. Die Leute sind in Scharen gekommen. Ich habe nur begeisterte Besucher getroffen. Im Halbstundentakt durfte ich Komplimente entgegennehmen. Diese gebe ich gerne allen Helfenden und dem OK weiter.» Das Motto der diesjährigen Hagewo lautete: Begeisternde Begegnungen – begeistert hat die ganze Ausstellung.



Michel Wagner, OK-Präsident und Präsident des Handwerker- und Gewerbevereins Wohlen



EHRENDINGEN: GEWERBELUNCH

INFORMATIVES MITTAGSTREFFEN

Mindestens einmal im Jahr treffen sich die Mitglieder des Gewerbevereins Surbtal zum Mittagessen, meist im Engel Ehrendingen. Neben gutem Essen gibt es auch interessante Informationen zu bestimmten Themen.

CHRISTA LEDERGERBER BURGER

«Gut und richtig versichert lebt sichs besser.» Davon ist nicht nur Vereinspräsidentin Christa Ledergerber Burger überzeugt. Deshalb lud sie Vereinsmitglied und Versicherungsfachmann Franz Bertschi ein, am diesjährigen Treffen das Versicherungswesen näher zu beleuchten und den Kollegen die besten Varianten vorzustellen.



Fünf Dinge für die Sicherheit

Für einen Gewerbetreibenden kann eine gute Rückendeckung unter Umständen die Rettung seines Betriebes sein. Franz Bertschi ist seit 30 Jahren in diesem Metier tätig. Er führte die knapp 30 Personen kompetent und sachlich durch alle Sparten der Versicherungswelt und zeigte auch humorvoll an Beispielen auf, wie wichtig ein richtiger Versicherungsschutz für Arbeitgeber sein kann. «Es gibt fünf Dinge im Leben eines Menschen, welche ihm eine gewisse Sicherheit geben können: ein guter Arzt, ein gewiefter Rechtsanwalt, ein verlässlicher Treuhänder, eine ehrliche Bank und ein kompetenter Versicherungsberater», erklärte er schmunzelnd. Das Angebot an Versicherungsmöglichkeiten sei enorm, oft fehle die gesamtheitliche Betrachtung und für den Versicherungsnehmer sei der Durchblick oft schwierig. Deshalb lohne sich für jeden Betrieb ein Riskmanagement durch einen erfahrenen Broker. «Dieser macht erst mal eine Analyse mit dem Erfassen der Situation und der

Wünsche des Versicherungsnehmers. Die bestehenden Versicherungsverträge werden ausgewertet und auf den Betrieb abgestimmte Empfehlungen abgegeben, falls gewünscht umgesetzt und der Kunde dauerhaft als Partner betreut.»

Ansprechpartner in allen Belangen

Er zeigte weitere Vorteile eines Brokers auf: «Der Versicherungsnehmer ist unabhängig von einzelnen Gesellschaften, auf dem Versicherungsmarkt wird das beste Preis-Leistungs-Verhältnis eruiert. Er ist sein Ansprechpartner in allen Belangen, er garantiert tiefere Prämien bei optimaler Versicherungsdeckung, er verhindert Deckungslücken und -unterbrüche, er bietet Betreuung im Schadenfall und damit administrative Entlastung für den Betrieb.» Beim anschliessenden Lunch gab es dann aber doch noch andere Themen als Versicherungen zu diskutieren, bevor es für alle wieder zurück in den Betrieb ging.

cr/basel

Hier

das volle Programm.

Immer und überall mehr aus Ihrer Welt.

www.aargauerzeitung.ch Von A bis Z informiert.

Die «Aargauer Wirtschaft» ist nah am Puls.

Profitieren Sie mit einem Inserat. 044 818 03 07.



ERFOLGREICH LEHRSTELLEN BESETZEN

Für einige Betriebe und Branchen ist es schon heute schwierig, ihre Lehrstellen mit geeigneten Jugendlichen zu besetzen. Diese Situation wird sich in absehbarer Zeit eher noch verschärfen.

RUDOLF AEGERTER, LEITER LEHRSTELLENFÖRDERUNG, DEPARTEMENT BILDUNG, KULTUR UND SPORT (BKS)

Aus diesem Grund ist es wichtig, dass Jugendliche erfolgreich auf angebotene Lehrstellen aufmerksam gemacht werden. Eine optimale Nutzung der vielfältigen Möglichkeiten empfiehlt sich. Bewährt haben sich in der Vergangenheit folgende Wege, Jugendliche auf Lehrstellen und die eigene Unternehmung aufmerksam zu machen.

- Der **Lehrstellen-Nachweis (LENA)** ist eine kostenlose Internetplattform zur Ausschreibung von Lehrstellen, die sich schweizweit bewährt. Das LENA ist für die Jugendlichen die wichtigste Quelle, um sich über offene Lehrstellen zu informieren. Jeder Aargauer Lehrbetrieb hat die Möglichkeit, seine Lehrstellen selbst online unter www.ag.ch/lena zu verwalten. Fragen zum LENA können gestellt werden an lenna@ag.ch.
- Auch auf folgenden **Internetplattformen** können Lehrstellen kostenlos ausgeschrieben werden: www.lehrstellenboerse.ch und www.we-are-ready.ch. Jugendliche können hier auch Lehrstellensuche mit ihrem Dossier hinterlegen.
- Ausschreiben der Lehrstelle an der **Info-Tafel / am Schwarzen Brett** in der Firma, z.B. beim Empfang. So kann das persönliche Beziehungsnetz von Mitarbeiten-



den, Kunden und Besuchern wirksam genutzt werden.

- Mit **Infoveranstaltungen** zu den angebotenen Berufslehren und einem Angebot an mehrtägigen Schnupperlehren weckt man das Interesse von Jugendlichen am Betrieb und an den angebotenen Lehrstellen. Diese Veranstaltungen können im Internet im **Berufsinfokalendar** selbst ausgeschrieben und verwaltet werden (www.ag.berufsvorbereitung.ch/firma).
- Der direkte Kontakt mit **Oberstufenschulen resp. Lehrpersonen** in der Umgebung kann für beide Seiten wertvoll sein. Gerade weniger bekannte Berufe können so bei Jugendlichen und Lehrkräften bekannter gemacht werden.
- Durch eine Ausschreibung der freien Lehrstellen auf der **firmeneigenen Homepage** wird das Engagement für den Nachwuchs auch für Kunden und Interessierte sichtbar.

- Lehrstellen können teilweise auch auf der Homepage und/oder in Publikationen des **Branchenverbandes** ausgeschrieben werden.

Was es weiter zu beachten gilt

Der optimale Zeitpunkt zur Ausschreibung der Lehrstelle liegt maximal ein Jahr vor dem Beginn des Lehrverhältnisses. Für den Auswahlprozess steht so genügend Zeit zur Verfügung.

Falls wenig oder keine geeigneten Bewerbungen eintreffen, ist eine Überprüfung der Anforderungen angezeigt. Kontrollieren Sie, ob die an die Jugendlichen gestellten Anforderungen und Erwartungen richtig sind. Es ist zu bedenken, dass Jugendliche, die auf den ersten Blick (z.B. anhand von Zeugnisnoten) nicht überzeugen, andere Fähigkeiten aufweisen können und sich in der Praxis noch entwickeln werden. In diesem Fall kann es für Betriebe auch attraktiv sein, schulisch weni-

ger anspruchsvolle 2-jährige Lehren mit Berufsattest anzubieten. So kann vorwiegend praktisch begabten Jugendlichen mit kleinerem schulischen Rucksack der Einstieg in eine Lehre ermöglicht werden. Für gute Lernende ist nach erfolgreichem Abschluss der Übertritt in die 3- oder 4-jährige verkürzte Lehre möglich.

Wenn Lehrstellen im Frühjahr noch nicht vergeben sind, muss keine Panik aufkommen. Lehrverträge können noch bis zum Lehrbeginn Anfang August abgeschlossen werden. Nach Abschluss des Lehrvertrages ist die Ausschreibung der Lehrstelle (speziell im LENA und im Internet) wieder zu entfernen. So ersparen Sie sich unnötigen Aufwand, den weitere Bewerbungen mit sich bringen. Weitere Informationen zum Thema Auswahl von Lernenden finden Sie auch im Handbuch der betrieblichen Grundbildung (www.hb.berufsbildung.ch) oder unter www.ag.ch/berufsbildung.

Die «Aargauer Wirtschaft» ist nah am Puls.

Profitieren Sie mit einem Inserat. 044 818 03 07.

ZEHN FRAGEN AN ROGER BROGLE, INHABER DER FIRMA BROGLE DRUCK AG, GIPF-OBERRICK

ANSCHAFFUNG DER DRUCKMASCHINE HEIDELBERGER XL 75 WAR EIN HÖHEPUNKT

PAUL EHINGER

Aargauer Wirtschaft: Herr Brogle, wie kamen Sie zu Ihrem Beruf? War er Ihnen schon in die Wiege gelegt worden?

Roger Brogle: Ich bin im Familienbetrieb gross geworden und habe meinen Vater schon als kleiner Junge in die Druckereien begleitet. Es war für mich immer klar, dass ich die Druckerei einmal weiterführen werde. Das Unternehmertum hat viel mit der Lebensphilosophie zu tun. Man ist da, um etwas zu bewegen.

Welches war bis anhin der Höhepunkt Ihrer beruflichen Karriere?

Meine erste Grossinvestition. Die Preissituation auf dem Markt führt uns zu immer neuen Herausforderungen. Wir versuchen trotz Preisdruck, die Produktion mit Neuinvestitionen zu steigern. Dieses Jahr investierten wir in eine Heidelberg-XL-75-Druckmaschine, was uns erlaubt, kostengünstiger zu produzieren, und die uns in der Druckveredelung neue Möglichkeiten bietet. Die Evaluation einer solchen Grossinvestition benötigt viel Zeit und Erfahrung. Hat man die Unterschrift unter den Vertrag gesetzt, gibt es kein Zurück mehr.

Welches ist Ihr wichtigster Grundsatz bei der Führung Ihres Unternehmens?

Unser oberstes Ziel ist, die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen, die

aufgebauten Beziehungen zu stärken und unsere angeeigneten Erfahrungen richtig einzusetzen. Unsere Mitarbeiter spielen dabei eine wesentliche Rolle, nur wenn alle am gleichen Strick ziehen, kommt man weiter.

Wie verbringen Sie Ihre Freizeit?

Am liebsten mit meiner Familie, die Kinder heranwachsen sehen und den täglichen «Gwunder» erleben. Das ist schon etwas Schönes.

Welches ist der Verein oder der Club, in dem Sie am meisten Zeit verbringen?

Sich fit zu halten, ist etwas Wichtiges. In der Männerriege kann ich abschalten und auch nach dem Turnen noch die Kameradschaft pflegen.

Welches ist für Sie der beste Sportclub im Aargau?

Der erfolgreichste Sportclub ist sicher der FC Aarau. Ich hoffe, dass das neue Projekt Fussballstadion dem Verein hoffentlich wieder Flügel verleihen wird und der Aufstieg in die Super League wieder realisiert werden kann. Ansonsten sind es zwei Sportvereine im Fricktal, es ist der Fussball- und der Handballverein Frick. Die Brogle Druck AG ist auch Sponsor von diesen zwei Clubs.

Welche Zeitungen lesen Sie?

Die «Aargauer Zeitung» und natürlich den «Fricktalerboten».

Welches ist Ihr Aargauer Lieblingswein?

Unsere Weinbauern hier im Fricktal leisten eine gute Arbeit. Darum gön-

ne ich mir die Weine aus der Region, vor allem aus Wittnau, wo ich meine Wurzeln habe.

Welches ist für Sie der schönste Ort im Kanton Aargau?

Es ist doch immer am schönsten dort, wo man aufgewachsen ist, und so ist der schönste Ort für mich Wittnau. Wir pflegen gute alte Bräuche und haben eine wunderschöne intakte Natur.

Was unternehmen Sie für das Gedeihen des Aargauer Gewerbes?

Wir sind Mitglied im Fricker Gewerbeverein, wo nächstes Jahr im Oktober eine grosse Gewerbeausstellung stattfindet. Kommen Sie vorbei, es lohnt sich!

Roger Brogle, geboren 1968, verheiratet, 4 Kinder (alles Mädchen).

Die Brogle Druck AG ist im aargauischen Gipf-Oberfrick zu Hause.

Das Familienunternehmen wurde 1963 von den drei Brüdern Max, Paul und Manfred als Buchdruckerei gegründet. Heute leitet Roger Brogle mit Thomas Obrist das Unternehmen mit 20 Mitarbeitern in der zweiten Generation.

Die Brogle Druck AG ist heute eine moderne, mit neuester Technologie ausgerüstete Druckerei. Sie produziert Geschäftsdrucksachen, Werbendrucke, Etiketten, Bücher, Blocks. Sie hat sich auf Mailings spezialisiert. Ein Kreativteam berät die Kunden im Bereich der Drucksachengestaltung.



Mehr **Zeitgewinn**. Weniger **Pendenzberge**. Mehr **Übersicht**.

Training am Arbeitsplatz für Geschäftsführer und Inhaber

Verlangen Sie eine unverbindliche Präsentation.

Jungi & Partner | 4800 Zofingen | T 062 544 15 15 | lucie.jungi@jpartner.ch



WEM KANN ICH BEI DER NACHFOLGEREGELUNG VERTRAUEN?



Sie möchten Ihr Lebenswerk in die richtigen Hände legen und alle Möglichkeiten einer Firmenübergabe kennenlernen. Wir lösen das. Gemeinsam mit Ihnen gehen wir die verschiedenen Szenarien durch und sorgen dafür, dass die Stabübergabe reibungslos verläuft. Als führende Bank im Kanton Aargau ist es unser Anliegen, Sie auf Ihrem Weg kompetent zu begleiten. Kommen Sie mit uns ins Gespräch: Telefon 056 462 71 71 oder www.nab.ch/firma

WWW.NAB.CH

WIR LÖSEN DAS.

