

Aargauer Wirtschaft

Zeitschrift des Aargauischen Gewerbeverbands

Nr. 11 / 20. November 2013



Aargauischer Gewerbeverband

AZB
CH-4800 Zofingen
PP / Journal
Postcode 1

AGV-Parolen

Der Vorstand resp. die Delegiertenversammlung des Aargauischen Gewerbeverbands (AGV) haben für die Volksabstimmungen vom 24. November 2013 folgende Parolen beschlossen:

EIDGENÖSSISCHE VORLAGEN

Eidgenössische Volksinitiative «1:12 – Für gerechte Löhne»

NEIN

Volksinitiative vom 12. Juli 2011 «Familieninitiative: Steuerabzüge auch für Eltern, die ihre Kinder selber betreuen»

JA

Änderung vom 22. März 2013 des Bundesgesetzes über die Abgabe für die Benützung von Nationalstrassen (Nationalstrassenabgabegesetz, NSAG) (Preiserhöhung der Autobahnvignette von 40 auf 100 Franken)

NEIN

KANTONALE VORLAGE

Aargauische Volksinitiative «Bezahlbare Pflege für alle» vom 21. August 2012

NEIN



SOCIAL MEDIA FÜR KMU Der Mehrwert von Social Media für KMU liegt primär in der erhöhten Sichtbarkeit. Kundinnen und Kunden und Interessenten tauschen sich auf den Social-Media-Plattformen aus, diskutieren und empfehlen Produkte. Für Unternehmen ist es zentral, von diesen Gesprächen zu erfahren, hieraus zu lernen und gegebenenfalls diese Beiträge weiterzuverbreiten. Dies lässt sich bereits mit relativ geringem Aufwand realisieren.

» SEITE 4

INSIDE



Social Media für KMU

» Seite 4



Weniger ist bei portanatura.ch mehr

» Seite 8



XING – das erfolgreichste Business-Netzwerk im deutschsprachigen Raum

» Seite 10

ABACUS Business Software goes mobile

ABACUS business software

BusPro
Das Business-Programm

BusPro ist Kunden- und Lieferanteninfo, Auftrag, Lager, Buchhaltung, Lohn

www.buspro.ch

SuterKeller Druck AG
Medien- und Printunternehmen

Wir übernehmen Verantwortung und drucken klimaneutral

myclimate
neutral Drucksache

© myclimate – The Climate Protection Partnership

Höchstleistungen

rohr ag
Reinigung Hauswartung Unterhalt

Rohr AG Reinigungen, 5212 Hausen AG
Tel. 056 460 60 40, www.rohrag.ch

EIN FINANZPARTNER FÜR MEIN GESCHÄFT UND MICH?



Wir lösen das. | nab.ch


NEUE AARGAUER BANK



INHALT

- 6 Glossar
- 8 Weniger ist bei portanatura.ch mehr!
- 9 KMU in den Social Media
- 10 XING – das erfolgreichste Business-Netzwerk im deutschsprachigen Raum
- 12 Seit 1960 im Markt – seit 1997 im Netz
- 13 Von der Idee bis zur Umsetzung
- 17 Wenn Lehrmeister in die Schule gehen
- 18 Der Lastwagen – weltweit unverzichtbar
- 19 Zufriedene Aussteller und Besucher
- 20 Einladung Aargauer Bau- und Immobilienkongress 2013
- 21 genial. regional.
- 24 Die Qualifikation zählt, nicht das Alter

SOCIAL MEDIA: DER HYPE IST VORBEI – PROFESSIONALITÄT HÄLT EINZUG!

Social Media ist heute ein fester Bestandteil unserer Gesellschaft und unseres täglichen Lebens geworden. Es war immer schon ein Bedürfnis von uns Menschen, Informationen auszutauschen und zu teilen. Heute können wir schneller mehr Personen erreichen und Informationen verbreiten. Dieser Aspekt von Social Media kann sowohl Vorteile wie auch Nachteile haben.

Was ist Social Media?

Social Media sind Internetplattformen, auf denen Beziehungen zwischen Nutzern aufgebaut werden und kommuniziert wird. Die Kommunikation kann multimedial sein mit Fotos, Videos, Musik, Spielen. Die traditionellen Massenmedien wie Druck, Film, Radio, Fernsehen basieren auf medialem Monolog, während die Social Media einen medialen Dialog ermöglichen. Wir, die Nutzer, können aktiv an der Erstellung, Gestaltung und der Verbreitung von Inhalten partizipieren.

Unterschiedliche Social-Media-Plattformen

Bekannt sind Social Networks (Facebook), Business Networks (XING, LinkedIn), Blogs und Micro-Blogs (Twitter), Video- und Fotosharing (YouTube und Flickr), Wikis (Wikipedia), Messaging (msn).

Aus Marketingsicht lassen sich Social-Media-Plattformen aufgrund von Interaktivität zwischen Kunde und Unternehmen und des Potenzials zur Markenprofilierung kategorisieren (www.matthias-schubert.com). Während beispielsweise bei Fotosharing-Plattformen sowohl die Interaktivität wie auch die Markenprofilierung eher niedrig sind, sind diese bei Social- und Businessnetworks wie Facebook oder XING hoch.

Der Hype ist vorbei!

Mit dem gezielten Einsatz von Social Media kann eine höhere Kundenbindung erzielt werden. Allerdings reicht es für Unternehmen nicht, einfach mit Social Media «rumzuspielen». Der Einsatz muss Teil einer umfassenden Marketingstrategie sein. Der Auftritt auf Social-Media-Plattformen muss aktiv bewirtschaftet werden. Unternehmen müssen sich bewusst sein, dass die Nutzung von Social Media Zeit und Geld kostet, um Aktualität, Interaktion und Kontrolle zu gewährleisten.



Claudia Hoffmann-Burkart
Präsidentin Gewerbeverein Kelleramt,
Vorstandsmitglied Aargauischer
Gewerbeverband

IMPRESSUM Mitteilungsblatt für die Mitglieder des Aargauischen Gewerbeverbands

Herausgeber AGV Aargauischer Gewerbeverband, Gewerbehaus, Entfelderstrasse 19, Postfach, 5001 Aarau, 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** Renato Bolt, Claudia Hoffmann-Burkart, Prof. Martina Dalla Vecchia, Maria-Monika Ender, Christoph Flückiger, Oliver Graber, Robert P. Hilty, Karin Meier, Roland Minnig, Christoph Müller, Thomas Strütt, Hanspeter Thür, René Utiger **AGV Aargauischer Gewerbeverband** Auflage 11000
Ex. Erscheinungsort: Zofingen, Erscheinungsweise: 12-mal pro Jahr, Nachdruck unter Quellenangabe gestattet, Belegexemplare erbeten **Herstellung** Zofinger Tagblatt AG, 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 20. des Vormonats **Adressänderungen** bitte direkt an den Herausgeber **Besuchen Sie uns auf dem Internet:** www.agv.ch



SOCIAL MEDIA FÜR KMU

Der Mehrwert von Social Media für KMU liegt primär in der erhöhten Sichtbarkeit. Kundinnen und Kunden und Interessenten tauschen sich auf den Social-Media-Plattformen aus, diskutieren und empfehlen Produkte. Für Unternehmen ist es zentral, von diesen Gesprächen zu erfahren, hieraus zu lernen und gegebenenfalls diese Beiträge weiterzubreiten. Dies lässt sich bereits mit relativ geringem Aufwand realisieren.

Was macht die Faszination von Social Media aus? Die grosse Reichweite! In der Schweiz haben wir derzeit 3,4 Mio. Facebook-Nutzer. Und dies bei einer Einwohnerzahl von rund 8,1 Mio. Diese geben grösstenteils sehr bereitwillig wichtige Informationen von sich preis, die für Werbezwecke genutzt werden können. Aber auch auf den gängigen Business-Netzwerken erreicht man mittlerweile einen Grossteil der Zielgruppen. So sind bei XING, dem grössten deutschen Business-Netzwerk, rund 530 000 Mitglieder verzeichnet und bei LinkedIn, dem internationalen Business-Netzwerk, rund 650 000 Mitglieder angemeldet.

Ein Beispiel: Jeder Facebook-Nutzer hat im Schnitt 150 Freunde. Klickt er oder sie bei einer Info auf «Gefällt mir / Like», besteht die Möglichkeit, dass diese im Newsfeed der Freunde erscheint. Zusätzlich könnte man solche «likes» mit Werbemassnahmen begleiten, so dass die News sicher im Newsfeed der Freunde erscheinen. Die Werbebotschaft erreicht somit



Prof. Martina Dalla Vecchia *

innert kurzer Zeit eine enorme Anzahl von Adressaten in der gewünschten Zielgruppe.

Die grosse Reichweite von Social Media lässt die Augen von Marketingverantwortlichen leuchten! Allerdings ist zu beachten, dass nur ein kleiner Teil dieser potenziellen Kunden selbst aktiv ist. Expertinnen sprechen von der 90-9-1-Regel: 90% lesen und schauen, 9% sind wenig aktiv und 1% sind sehr aktiv. Bei den Letzteren spricht man von den Super-Usern. Diese gilt es zu finden und für das eigene Produkt zu begeistern. Denn sie haben in der Regel ein deutlich grösseres Netzwerk als der Durchschnitt und sind mit anderen Super-Usern vernetzt. Wird ein solcher Super-User zum Markenbotschafter für Ihr Produkt, kann es rasch zu einer grossen Verbreitung kommen. Dies wäre dann der Idealfall.

Stufenweises Vorgehen

Grösser wird der Nutzen, wenn man in die aktive Kommunikation mit den Kunden und Interessentinnen und Interessenten einsteigt. Allerdings sind dafür auch mehr Ressourcen notwendig. Es ist also empfehlenswert, in einem ersten Schritt die Sichtbarkeit der Firma, der Produkte und Dienstleistungen via Social Media voranzutreiben, erste Erfahrungen zu sammeln und erst dann über einen Ausbau der Aktivitäten zu entscheiden.

5-Punkte-Plan: Social-Media-Framework

Um die entsprechenden Medien sinnvoll zu nutzen zu können, ist es zentral, strukturiert vorzugehen. Ein bewährter Ansatz ist die Erstellung eines Social-Media-Frameworks. Es besteht aus folgenden 5 Elementen:

1. Social-Media-Strategie:
Was sind unsere Ziele? Wie sollen uns Kunden wahrnehmen?
2. Social-Media-Richtlinien (Policy)
Welchen Rahmen setzen wir uns und unseren Mitarbeitenden?

* Martina Dalla Vecchia ist Leiterin von Zertifikatslehrgängen und Dozentin für Internet Strategie, Business Networking und Online-Marketing an der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW in Basel.

Social Media Framework

- 1 Social Media Strategie
- 2 Social Media Policy
- 3 Social Media Konzept
- 4 Social Media Publikationsplan
- 5 Social Media Monitoring

3. Social-Media-Konzept

Welche Social-Media-Plattformen nutzen wir? Welche Themen wollen wir besetzen?

4. Social-Media-Publikationsplan

Was sagen wir wann und wo?

5. Social-Media-Monitoring

Was wird über uns wo gesagt?

Erreichen wir die gesetzten Ziele?

Die Entwicklung des Social-Media-Frameworks erfolgt häufig in drei Phasen. Im ersten Schritt wird eine Ist-Analyse durchgeführt. Hierbei gilt es, die eigene Onlinereputation und den -auftritt zu durchleuchten: Wo sind wir als Unternehmen aktiv? Wo sind unsere Mitarbeitenden aktiv? Wird bereits über unsere Produkte gesprochen? Darüber hinaus schaut man, ob und wo die Kunden aktiv sind. Weiter ist es sinnvoll, die Mitbewerberinnen zu beobachten und wenn möglich einen Benchmark zu definieren.

Auf der Basis dieser Analyse lassen sich die ersten drei Punkte des Social-Media-Frameworks definieren: Man beginnt mit der grundsätzlichen strategischen Ausrichtung. Gleichzeitig legt man fest, wie im Unternehmen mit Social Media umgegangen werden soll. Ideal ist es, die Mitarbeitenden in die Entwicklung der Social-Media-Richtlinien einzubinden. Es ist unerlässlich, klare Spielregeln zu definieren und somit Vorgaben für die Mitarbeitenden zu vermitteln, was vom Unternehmen erwartet respektive gewünscht wird. Grundsätzlich ist zu sagen, dass man Social-Media-Aktivitäten nicht «verordnen» sollte. Meist gibt es Mitarbeitende, die gerne «posten» und mit Leib und Seele dabei sind, während andere sich nicht gerne aktiv auf diesen Plattformen bewegen.

Diese unterschiedliche Verhaltensweisen sollte man akzeptieren und gleichgewichtig wertschätzen.

Im nächsten Schritt gilt es zu bestimmen, auf welchen Plattformen man aktiv sein möchte und mit welchen Themen man sich wo positionieren möchte. Facebook wurde bislang eher für den B2C-Bereich eingesetzt. Allerdings gilt es zu beachten, dass Personen, die in einem Unternehmen für den Einkauf zuständig sind, durchaus auch ein Facebook-Konto haben. Und immer häufiger wird für die Suche nicht nur Google benutzt, sondern auch die Suchfunktion in Facebook. Somit kann es für ein B2B-Unternehmen durchaus sinnvoll sein, auf Facebook präsent zu sein. Derzeit zeichnet sich ein Trend ab, dass Facebook für das Social Recruitment genutzt wird. Das heisst, die Unternehmen präsentieren sich hier als Arbeitgeber und schaffen Möglichkeiten, sich auch direkt über diese Seiten zu bewerben.

Das «Schweizer Taschenmesser»

Zentral ist weiterhin die eigene Website. Ideal ist es, wenn diese über einen Blog oder einen News-Bereich verfügt, auf dem aktuelle Meldungen publiziert werden. Alle Social-Media-Aktivitäten sollten darauf angelegt sein, Traffic auf die eigene Website zu bringen.

Bei der Auswahl der Plattformen kann man heute von folgendem Basis-Paket ausgehen:

1. Google+ (wichtig für das Ranking bei Google)
2. YouTube (soweit Videos vorhanden sind)
3. XING / Kununu (ggfs. bei internationalen Firmen LinkedIn)

4. Facebook
 5. Twitter (wenn man viele News hat und/oder Journalisten erreichen will)
 Je nach Branche kommen zudem Nischennetzwerke und spezielle Plattformen in Frage. Zum Beispiel:

- Pinterest.com – Eine sehr einfach zu bedienende Foto- und Video-Sharing-Plattform
- Researchgate.net – Ein Netzwerk für Personen im Forschungsbereich
- HRM.ch – Ein Netzwerk für Personen und Unternehmen im HR-Bereich
- DocCheck.com – Online-Plattform für Mediziner
- femdat.ch – Netzwerk für Business-Frauen

Auf allen Plattformen gilt es, gewinnende Profile zu veröffentlichen. Dabei sollten emotional ansprechende Bilder und Videos eingesetzt werden, um den gewünschten Auftritt zu unterstreichen.

Im letzten Schritt geht es dann um die Umsetzung. Hierfür wird ein detaillierter Publikationsplan erstellt. Dieser umfasst alle definierten Plattformen und legt fest, wer wann was veröffentlicht. Mittlerweile gibt es die Möglichkeit, die Beiträge über Tools bereits im Voraus fertigzustellen und deren Veröffentlichung zu terminieren. So kann gewährleistet werden, dass die gewünschte Intensität der neuen Beiträge auch in Hochsaisonzeiten beibehalten werden kann. Organisiert man zum Beispiel einen Messebesuch, dann bleibt in der Woche vor der Messe häufig keine Zeit mehr, hierzu noch Informationen zu veröffentlichen, da das Tagesgeschäft auf Hochtouren läuft. Sind aber bereits alle Beiträge geschrieben, können sich die Marketingverantwortlichen ganz auf die letzten Vorbereitungen für die Messe konzentrieren. An der Messe selbst sind sie dann wieder gefordert, mit aktuellen Beiträgen von der Messe zu punkten. Aber auch hier kann man sehr gut Texte vorbereiten oder Fotoideen konzipieren, die dann «nur noch» auf der Messe live umgesetzt werden müssen.

Teil des Konzeptes ist auch ein aktives Krisenmanagement. Das heisst, man überlegt sich genau, wie man mit Kommentaren und Feedbacks umgeht. Dies beginnt bei positiven Beiträgen, die man gezielt verstärkt und weiterleitet. Aber auch für frag-

würdige oder negative Kommentare legt man ein Vorgehen fest. So werden Unwahrheiten sachlich gehandelt und richtiggestellt. Negative Kommentare kann man durchaus auch einmal stehen lassen und schauen, ob die Community sich hier einschaltet und den Beitrag kommentiert. Darüber hinaus kann man bei Personen, die sich beschweren, auch versuchen, einen direkten Kontakt herzustellen, um das Problem ausserhalb von Social Media klären zu können. Das Vorgehen fasst man häufig in einem sogenannten Response Flow Chart zusammen, also einem Ablaufplan für eingehende Kommentare.

Last, but not least gilt es, die Aktivitäten und deren Wirkung zu überwachen (Monitoring). Als Minimum sollten KMU den kostenlosen Service von Google nutzen: Google Alerts. Hier können Sie Ihren Firmen- oder Markennamen eingeben und sich wöchentlich informieren lassen, ob dieser irgendwo im Internet genannt wurde. Neben dieser rudimentären Form des Monitorings gibt es Tools und Dienstleistungen, die dieses in sehr ausgefeilter Form ermöglichen. Diese Informationen können auch für die Ausrichtung im Suchmaschinenmarketing wertvoll sein und sollten unbedingt mit den Webverantwortlichen geteilt werden.

Social Media kann ein Unternehmen bei verschiedenen strategischen Ausrichtungen unterstützen. Wichtig: Es ist nicht gratis und es braucht ein strukturiertes Vorgehen!

An der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW wird ein Lehrgang angeboten, in dem die Teilnehmenden die Erstellung eines Social-

Inhaltsverzeichnis

Teil A IST-Analyse	3
1) Ausgangslage und Unternehmen	3
2) Vorgaben aus der Marketing- und Unternehmensstrategie	4
3) Social Media Radar: Internet-Präsenz von Congrex	5
4) Social Media Radar: Kundenaktivitäten	7
5) Social Media Radar: Konkurrenz	8
6) Social Media Radar: Benchmark	9
7) Keywords und Themenfelder	10
8) Digitale Zielgruppen: Personas	11
9) Customer Journey Analyse	13
10) Digitale Marktentwicklung	15
11) SWOT-Analyse	16
Teil B Das Social Media Framework	17
1. Social Media Strategie	18
a) Fragen zur Zielfindung	18
b) Social Object	19
c) Keywords	20
d) Aufbau- und Ablauforganisation	21
2. Social Media Policy	22
3. Social Media Konzept und Umsetzung	24
a) Corporate Blog (Unternehmensblog)	26
b) Twitter	26
c) Facebook	27
d) Google+	27
e) XING	28
f) LinkedIn	28
g) Youtube	29
h) Wikipedia	29
i) Pinterest	30
Teil C Umsetzung und Arbeitspapiere	31
4. Social Media Publikationsplan	32
5. Social Media Monitoring	34
a) Google Alerts	34
b) Google Analytics	35
c) Social Media KPI	36

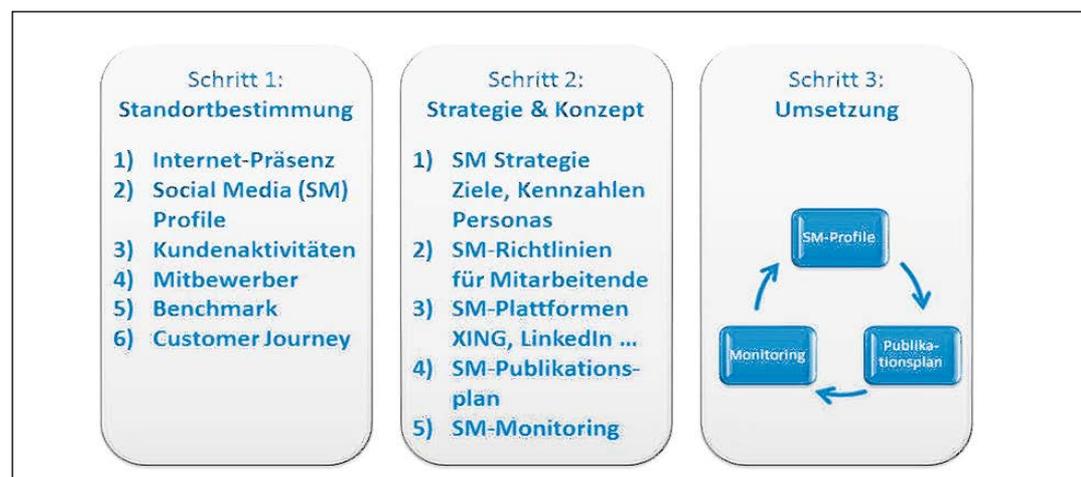
Social-Media-Framework-Beispiel Inhaltsverzeichnis

Media-Frameworks anhand eines Praxisbeispiels Schritt für Schritt lernen, Beiträge veröffentlichen und deren Wirkung messen. Denn effizientes Social-Media-Management ist – auch – Erfahrungssache!

Links

Studentische Arbeiten der FHNW
<http://www.hsw-basel.ch/iwi/praxisarbeiten.nsf>

CAS Social Media, Conversion Management & WebanalyseTools
www.fhnw.ch/wirtschaft/iwi/social-media



3-Phasen-Modell SMF



GLOSSAR

Kununu

Arbeitgeber-Bewertungsplattform und Stellenbörse, gehört seit 2013 zu XING. Hier können Mitarbeitende, Auszubildende und Bewerber ihre Erfahrungen mit einem Unternehmen offen darlegen und auf einer Skala von 1 bis 5 bewerten. Kriterien sind u. a. Vorgesetztenverhalten, Kollegenzusammenhalt, Kommunikation, Gleichberechtigung sowie Gehalt und Benefits.

Es entstehen immer mehr Plattformen, auf denen Mitarbeiter und ehemalige Mitarbeitende einen Arbeitgeber bewerten können. Da die Bewertungen anonym erfolgen, sind die Beurteilungen mit grosser Vorsicht zu geniessen. Nichtsdestotrotz tragen diese Plattformen zum Image als Arbeitgeber bei. Es ist daher wichtig, auch diese Plattform zu überwachen. Einige Firmen nutzen dies ganz gezielt und honorieren es, wenn sich Mitarbeiter hier offen äussern.

www.kununu.com

LinkedIn

Es handelt sich hierbei um ein international ausgerichtetes Business-Netzwerk. Businessmodell: Freemium (Gratisversion mit eingeschränkter Funktionalität, Premium-Version und Version für Stellenvermittler). Hier kann man sich, ähnlich wie bei XING, mit anderen Mitgliedern vernetzen, in Gruppen diskutieren und sich als Jobsuchender präsentieren.

www.linkedin.com

Nischennetzwerk

Neben den grossen bekannten Netzwerken wie Facebook, XING, LinkedIn oder Google+ gibt es viele weitere spezialisierte Netzwerke und Communities, die eigene Plattformen betreiben. Häufig sind diese geschlossen und knüpfen an eine Mitgliedschaft bestimmte Voraussetzungen. Bei Biomedexperts zum Beispiel muss man für eine Mitgliedschaft Autor eines Fachbeitrags in einer anerkannten Zeitschrift sein. Um bei hrm.ch Mitglied zu sein, muss man eine Position im Personalwesen innehaben etc. Diese Plattformen bieten häufig einen für die Zielgruppe ausgerichteten Mehrwert wie Arbeitsmaterial, Fachinformationen, Jobbörsen etc.

Pinterest

Plattform, um Bilder und Videos zu teilen. Der Dienst basiert auf der Idee einer virtuellen Pinnwand. Viele Menschen «pinnen» schöne Postkarten von Freunden oder Zeitungsausschnitte an eine Pinnwand oder an die Kühlschrantür. Statt an eine reale Pinnwand kann man bei Pinterest ein Bild an eine virtuelle Pinnwand pinnen. Die Pinnwände sind oft nach Themen sortiert. Neben dem Bild gibt es meistens auch eine kurze Beschreibung und einen Link (nicht selten zum Ort, wo man das Produkt kaufen kann). Auch hier kann man Mitgliedern folgen und deren Pinnwände weiterpinnen (empfehlen).

www.pinterest.com



Social Media

Social Media steht für die aktive Einbindung der Internetbenutzer in die Gestaltung der Online-Inhalte. Auf Social-Media-Plattformen können die Besucher einen Kommentar abgeben oder durch das Klicken von Symbolen ihre Einschätzung abgeben. Im Zentrum von Social Media steht das Teilen von Inhalten an die Gemeinschaft der Internetnutzer oder einen bestimmten Freundes- oder Bekanntenkreis. Somit kommt es zu einer direkten oder indirekten Empfehlung, welches für Unternehmen wiederum sehr interessant sein kann.

Social Recruitment / Rekrutierung

Die Netzwerke von Personen werden hierbei gezielt genutzt, um interessante Kandidaten auf eine Stelle hinzuweisen oder zu empfehlen. Quasi: Personalbeschaffung via Netzwerk. Dies ist besonders interessant, da bereits heute ein Grossteil der Personalvermittlungen auf Empfehlungen beruhen. Dank den Social-

Media-Plattformen kann diese Vermittlung nun noch schneller und einfacher erfolgen. Schon gibt es hierauf spezialisierte Plattformen, wie www.buddybroker.com oder www.recomy.com.

XING

Es handelt sich hierbei um ein primär deutschsprachig ausgerichtetes Business-Netzwerk. Businessmodell: Freemium, das heisst, es gibt eine Gratisversion mit eingeschränkter Funktionalität und eine kostenpflichtige Premium-Version mit allen Funktionalitäten sowie eine Version für Stellenvermittler. XING ist eine effiziente Form, Kontaktadressen zu verwalten, da die meisten Mitglieder ihre Kontaktdaten hier aktuell halten. Darüber hinaus kann man Unternehmensinformationen abonnieren und in Gruppen zu interessanten Themen diskutieren. Business-Netzwerke sind immer auch Stellenbörsen. Man kann mehr oder weniger offen kommunizieren, ob man einen neuen Job sucht.

di ga möbel **KMU** **Bürolösungen.**

Ihre Bedürfnisse, Ihre Firmengrösse, Ihre massgeschneiderte Bürolösung. Und das Beste daran: Sie erhalten hochwertige Qualitätsmöbel zu im Markt unerreichten Tiefpreisen.

1023 Crissier/VD	8854 Galgenen/SZ	4133 Pratteln/BL
8953 Dietikon/ZH	1700 Granges-Paccot/FR	9532 Rickenbach b. Wil/TG
8600 Dübendorf/ZH	4614 Hägendorf/SO	
6032 Emmen/LU	3421 Lyssach/BE	Info-Service: 055 450 55 55

I d' diga muesch higa!

Nutzen Sie unser Sofort-Lieferprogramm!

Mehr Büroideen und Infos unter:
www.diga.ch



Willkommen bei der Bank, die auch ein KMU ist.

Als lokale, unternehmerisch unabhängige Bank sind wir selbst ein KMU und kennen deshalb Ihre Herausforderungen bestens. Wir sind flexibel, engagieren uns für Ihre Ziele und sprechen Ihre Sprache. Gleichzeitig sind wir Teil der Raiffeisen Gruppe mit über 200 Firmenkundenberatern. Dadurch verfügen wir über ein weitreichendes Netzwerk und das Know-how, um Sie kompetent und zukunftsorientiert zu beraten. Vertrauen auch Sie – wie bereits jedes dritte KMU in der Schweiz – einem fairen und soliden Partner. Ganz gleich, ob es um Zahlungsverkehr, Liquidität, Investitionen oder Ihre Nachfolge geht. Vereinbaren Sie jetzt einen Beratungstermin.

www.raiffeisen.ch/kmu

Wir machen den Weg frei

RAIFFEISEN



WENIGER IST BEI portanatura.ch MEHR!

Die Bedienbarkeit (Usability) des Online-Shops portanatura.ch ist für uns der entscheidende Punkt bei der stetigen Weiterentwicklung. Die durchschnittliche Usability eines E-Shops gibt nur zwei von drei Benutzern die Möglichkeit, einen Bestellvorgang abzuschliessen. Das heisst, 66 von 100 Kunden können bestellen. Die restlichen 34 Kunden möchten dies eigentlich auch – schaffen es aber nicht!

Seit sieben Jahren sind wir online. In dieser Zeit hat sich die Webtechnologie rasant weiterentwickelt. Viele neuen Funktionen wurden möglich. Benutzeroberflächen können sehr vielfältig gestaltet werden und die Ausführungs-Geschwindigkeit der Programmiersprachen hat sich um ein Vielfaches erhöht. Nicht zuletzt sind auch die Bandbreiten der Nutzer gestiegen und Daten werden dadurch viel schneller vom und ins Internet übertragen. Die Folge aus dieser Entwicklung: Die Webapplikationen sind durch die vielen neu möglichen Funktionen deutlich komplizierter in der Bedienung geworden.

Funktionsflut

Für portanatura.ch gilt der Grundsatz: «Das Auffinden eines Produktes muss so einfach wie möglich sein!» Ein gefundenes Produkt wird detailliert mit guten Bildern und informativem Text präsentiert, so dass sich der Kunde ein umfassendes Bild machen kann. Ziel ist es, dass er in seinem Kaufwillen gestärkt wird. Möchte der Kunde das Produkt dann wirklich kaufen, muss es so einfach wie möglich sein, das Produkt in den Warenkorb zu legen. Bei vielen Produktseiten liegt die Aufmerksamkeit aber nicht auf den Produktinformationen und dem «Kaufen»-Knopf, sondern auf all den anderen Möglichkeiten: Der Kunde kann das Produkt liken, twittern, teilen, kommentieren, bewerten, auf eine Merkliste setzen, zu den Favoriten hinzufügen, es mit anderen Produkten vergleichen, reservieren, ausdrucken, per E-Mail weiterversenden...



Christoph Müller

Mitinhhaber, Verantwortlicher Online-Shop portanatura, Zofingen

Der Benutzer wird geradezu überschwemmt mit Funktionen. Die unzähligen Möglichkeiten führen dazu, dass viele Benutzer die Übersicht verlieren. Es ist um einiges einfacher, die richtige Funktion und den richtigen Knopf zu finden, wenn sich nur zwei oder drei Funktionen anbieten. Bei einer Auswahl von 20 Funktionen fällt es schwer, die richtige zu finden. Im schlechtesten Fall gelingt es dem Kunden nicht, das gewünschte Produkt zu bestellen. Dies obwohl der gewünschte Artikel im Onlineshop zu einem guten Preis angeboten wird. Dieses Problem ist weit verbreitet. Nicht selten wird ein Onlineshop auch verlassen, weil es für den potenziellen Kunden zu zeitaufwändig ist, alle Funktionen, die ihm angeboten werden, durchzusehen und zu verstehen. Auch in diesem Fall entgeht dem Shop-Betreiber wieder Umsatz.

Wetrüsten bei den Funktionen
Die Benutzerfreundlichkeit hat in den letzten Jahren zwar in vielen Bereichen zugenommen. Ein grosser Teil dieser Errungenschaft ging aber wieder durch das Mehr an Funktionen verloren. Für uns ist die zentrale Frage immer der Nutzen für den Kunden und nicht, welche Funktionen ein anderer Online-Shop hat. Gerade im



Ladentheke

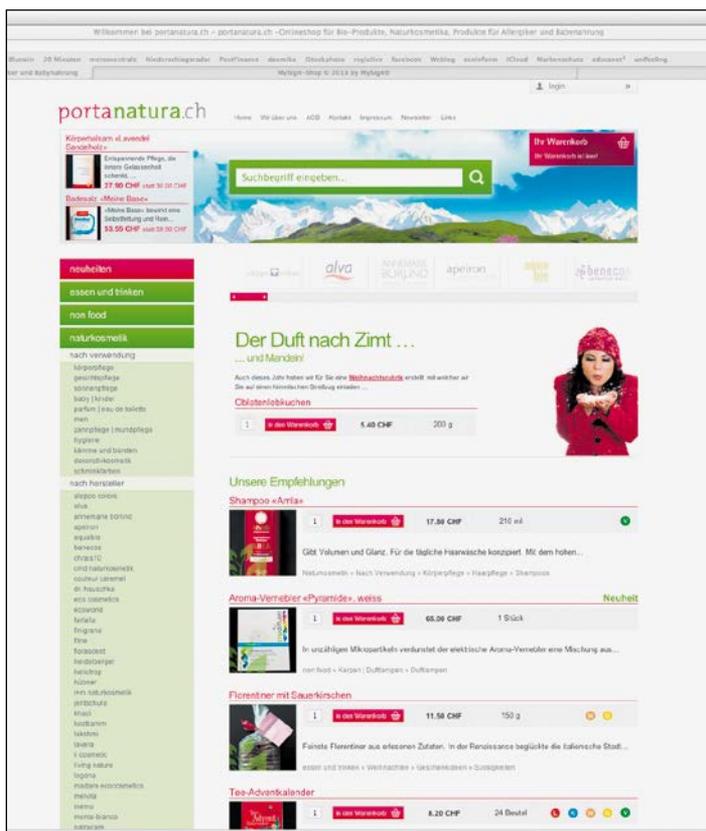
E-Commerce findet förmlich ein Wetrüsten statt – aber ohne uns. Würde eine Metzgerei den Kunden beim Ausschauen des Fleisches Kaffee anbieten, nur weil der Autohändler damit Erfolg hat? Wohl kaum. Und

trotzdem, im Moment findet genau dieses Verhalten im E-Commerce statt.

Die Versuchung ist gross

Natürlich ist es verlockend, bei einer Erneuerung des Onlineshops viele aktuelle Funktionen zu integrieren. Schliesslich ist das die Gelegenheit, besser zu werden als die Konkurrenz. Nicht immer bietet man dem Kunden durch diese Funktionen aber auch eine bessere Dienstleistung. Besser ist die Dienstleistung für den Kunden im E-Commerce nur dann, wenn er auf schnellerem Weg sein gewünschtes Produkt findet und dieses mit so wenig Aufwand wie möglich bestellen kann. Beim letzten Update von portanatura.ch haben wir uns ausschliesslich auf die Verbesserung der Usability beschränkt – mit grossem Erfolg. Die Umsatzzahlen stiegen bereits im Folgemonat um über 10%!

portanatura.ch



Benutzerfreundlicher Online-Shop auf portanatura.ch

KMU IN DEN SOCIAL MEDIA

Social Media gehören heute zum Alltag und dienen nicht nur dem vergnüglichen Austausch von Freizeitinformationen, sondern durchaus auch geschäftlichen Interessen. Allerdings ist es ratsam, eine gewisse Vorsicht walten zu lassen.

Social-Media-Plattformen gewinnen als Kommunikationskanäle sicher auch für KMU stetig an Bedeutung. So lässt es sich nicht vermeiden, dass sich die eigenen Mitarbeitenden in solchen Netzwerken tummeln. Zudem eröffnen diese Medien auch neue Möglichkeiten für Unternehmen, im Internet präsent zu sein, spezifische Zielgruppen anzusprechen und den Austausch mit ihren Kundinnen, Kunden und Stakeholdern zu pflegen.

Aber aufgepasst – die schöne neue Welt birgt auch Gefahren. Unternehmen müssen nicht nur mit den eigenen Daten sorgsam umgehen, sondern auch mit denen der User.

Neue Kommunikationswelt

Zu den sozialen Netzwerken zählen vorab die bekannten Plattformen Facebook, LinkedIn oder XING, aber auch Webseiten, die den Austausch und das Teilen von Inhalten ermöglichen, wie etwa YouTube, Wikipedia

oder Twitter. Auch Blogs, Chats und Foren gehören zu dieser interaktiven Welt.

Die technologischen Entwicklungen der letzten zwei Jahrzehnte haben die Kommunikation einschneidend verändert und werden dies auch weiterhin tun. Heute wird mit mobilen Geräten rund um die Uhr und von praktisch überall her auf das Internet zugegriffen. Das hat zur Konsequenz, dass Informationen und Postings zu jeder Tageszeit auf Interesse stossen und sich dank Social Media und den «like-» und «share-»Funktionen auch in Windeseile verbreiten können. Das kann äusserst positive Werbeeffekte haben, aber man verliert damit auch die Kontrolle über die eigenen Daten und Inhalte.

Datenschutzaspekte

Um Kollateralschäden bei der Nutzung sozialer Medien zu vermeiden, müssen ein paar Punkte beachtet werden. Zunächst besteht auch hier die Gefahr, schädliche Software wie etwa Viren oder Spionageprogramme einzufangen. Es lohnt sich also, im eigenen virtuellen «Freundeskreis» genau hinzuschauen und die Datenschutzeinstellungen des Kontos zu prüfen.

Vorsicht ist geboten bei der Qualität der Informationen, die man online stellt. Seien Sie sich bewusst, dass

Ihre Accounts potenziell weltweit einsehbar sind und Informationen daraus beim Löschen nicht unbedingt entfernt werden, sondern immer wieder auftauchen können. Denn das Internet kennt kein Vergessen! Zudem nehmen sich bestimmte soziale Netzwerke heraus, über gepostete Inhalte frei zu verfügen – auch kommerziell – oder Gruppen zu löschen, die sie als unpassend erachten – organisieren Sie also nie wichtige geschäftliche Angelegenheiten nur auf Social Media.

Haben Sie auf Ihrer eigenen Webseite so genannte Social Plug-Ins, also bspw. den Like-Button von Facebook, eingebunden, so erhält das soziale Netzwerk Angaben über jeden Ihrer Besucher. Das können Sie verhindern, indem Sie die so genannte Zwei-Klick-Methode wählen, bei der User den Like-Button erst aktivieren müssen, bevor sie ihn anklicken können.

Posten Sie Daten über andere, bspw. MitarbeiterInnen oder KundInnen, holen Sie deren Einverständnis ein. Gerade auch Fotos mit erkennbaren Personen bergen im Zeitalter immer subtilerer Gesichtserkennungssoftware ein beträchtliches Risiko der Persönlichkeitsverletzung. Sie sind verantwortlich für die Inhalte, die Sie in Ihren Accounts publizieren, und können auch dafür zur Rechenschaft

gezogen werden. In diesem Sinne ist es auch ratsam, mit Ihren Angestellten abzumachen, keine unautorisierten Aussagen in Ihrem Namen zu tätigen. Bestehen Sie überdies darauf, dass der Zugriff auf die Profile und Accounts Ihrer Firma gut geschützt ist – mit starken und regelmässig erneuerten Passwörtern und entsprechendem Schutz mobiler Endgeräte.

Behalten Sie im Hinterkopf: Aussagen auf Facebook, Twitter oder anderen sozialen Netzwerkseiten sind öffentlicher als ein Spruch am Stammtisch. Schriftlich festgehalten und für immer online, hat schon mancher die Konsequenzen von Schnellschüssen zu spüren bekommen.



Hanspeter Thür

Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter

JOST Elektroanlagen
Telematik
Automation

**Herbstlich willkommen
im Aargau.**

Hier sind Sie richtig verbunden: Jost Aarau AG, Jost Brugg AG,
Jost Wohlen AG, Jost Baden AG, Jost Frick AG.

Ihre Partner für Elektrotechnik.

www.jost.ch

JOST verbindet...

HIGHTECH
ZENTRUM
AARGAU



Die Drehscheibe für innovative
Unternehmen im Aargau.

Hightech Zentrum Aargau AG

Badenerstrasse 13 | 5200 Brugg | Tel. 056 560 50 50
info@hightechzentrum.ch | www.hightechzentrum.ch



XING – DAS ERFOLGREICHSTE BUSINESS-NETZWERK IM DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM

XING ist das soziale Netzwerk für berufliche Kontakte. Mehr als 13 Millionen Mitglieder nutzen die Internet-Plattform weltweit für Geschäft, Job und Karriere, davon über 6,5 Millionen im deutschsprachigen Raum, ca. 570 000 in der Schweiz.

Auf XING vernetzen sich Berufstätige aller Branchen, suchen und finden Jobs, Mitarbeiter, Aufträge, Kooperationspartner, fachlichen Rat oder Geschäftsideen. Mitglieder tauschen sich online in über 50 000 Fachgruppen aus und treffen sich persönlich auf XING Events. Betreiber der Plattform ist die XING AG. Die Plattform ist bereits in der Standardeinstellung komplett SSL-verschlüsselt. Das Unternehmen wurde 2003 in Hamburg gegründet, ist seit 2006 börsennotiert und seit September 2011 im TecDAX gelistet. Im Dezember 2010 hat XING die in München ansässige amiano AG übernommen, Europas führenden Anbieter von Online-Eventmanagement und -Ticketing.

Führend in Social Recruiting

Mit dem Kauf von kununu, der marktführenden Plattform für Arbeitgeberbewertungen im deutschsprachigen Raum, hat XING seine Position als Marktführer im Bereich Social Recruiting weiter gestärkt. Wenn



Robert P. Hilty
Offizieller XING-Trainer Schweiz



Personal-Manager auf Internet-Plattformen nach geeigneten Kandidaten suchen, dann nutzen sie mit Abstand am häufigsten XING. Dies ergab eine aktuelle, repräsentative Forsa-Umfrage, die im August unter 101 Personaldienstleistern durchgeführt worden war. Demnach greifen 62% der Befragten auf XING zurück, während der Zweitgenannte – eine klassische Jobbörse – nur von 15% genannt wurde. Das nächste berufliche Netzwerk erzielte nur 3% der Stimmen. XING kommt somit viermal häufiger zum Einsatz als das nächste Tool und zwanzig Mal häufiger als das nächste berufliche Online-Netzwerk.

XING Talentmanager

Zur Messe «Zukunft Personal» hatte XING Mitte September eine neue Version des XING Talentmanagers (XTM) vorgestellt. Das Tool bietet Personaldienstleistern eine erweiterte Suche, spezielle Suchfilter und praktische Werkzeuge zur Verwaltung von Kandidatenprofilen. Der Clou: Der Personaldienstleister lädt einfach die Stellenausschreibung im Word- oder PDF-Format in den XTM hoch, woraufhin das System diese direkt detailliert ausliest und dann automatisch passende Kandidaten vorschlägt. Das Active Sourcing wird über XING damit für Unternehmen noch komfortabler.

Regional vernetzen

In der Schweiz ist XING seit 2004 aktiv. Die XING Community Schweiz ist in elf Ambassador-Gruppen aufgeteilt. Die Gruppen organisieren regionale Veranstaltungen, um die virtuelle Welt mit der realen Welt zu verbinden. An diesen Anlässen ist Netzwerken das Hauptthema, wobei der Grundsatz «Das Persönliche



zählt, Geschäftliches ergibt sich» die Maxime ist. Im Aargau ist die Gruppe «Aarau-Argovialand» (www.xing.com/go/group/4182.fac94f/362674) aktiv. Man trifft sich immer am 27. des Monats, die Anlässe werden auf der Gruppenseite ausgeschrieben.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.xing.com oder beim XING Ambassador & Regional Manager Robert P. Hilty (h@rph.ch).



Spezialangebot für AGV-Mitglieder und Leser der «Aargauer Wirtschaft»

Um XING optimal nutzen zu können und daraus auch Mehrwert zu generieren werden regelmässig Schulungen angeboten. Unter www.xing-seminare.ch/hilty sind die öffentlichen Seminare ausgeschrieben. Für die AGV-Mitglieder und die Leser werden sechs Spezialseminare angeboten:

«XING nutzen & Mehrwert generieren» Kosten CHF 199.– (anstatt CHF 390.–) pro Person.

Kursort: Seminarraum City-Tower, Delfterstrasse-Süd 12, 5004 Aarau

Kursdaten: Fr. 6. 12. 2013 13.30–17.30 Uhr
Sa. 14. 12. 2013 08.00–12.00 Uhr
Mo. 16. 12. 2013 13.30–17.30 Uhr

Mi. 8. 1. 2014 13.30–17.30 Uhr
Fr. 17. 1. 2014 13.30–17.30 Uhr
Sa. 25. 1. 2014 08.00–12.00 Uhr

Anmeldung: www.amiano.com/NIEOWQR

DIE ENTWICKLUNGSHILFE IN DER SACKGASSE

Schon seit langem, ja sogar schon immer wurde über die Entwicklungshilfe kontrovers diskutiert. Aber kaum jemand hatte den Mut zur grundsätzlichen Hinterfragung. Zu schnell waren die Befürworter bereit mit Diffamierungen à la Hinterwäldlertum, Xenophobie oder gar Rassismus, ja der Begriff ist für viele politisch inkorrekt; für sie heisst es beschönigend «Entwicklungszusammenarbeit».

Typisch für die Reaktionen in der Öffentlichkeit war die Titelseite der Mainstream-Zeitung mit dem neuerdings hochtrabenden Namen «Schweiz am Sonntag» vom 6. Oktober 2013: «Europas Schande». Also Moralin und Betroffenheitsjournalismus pur. Keine Ansätze zu einer kritischen Reflexion. Auch andere Medien verfielen in die ähnliche Tonlage. Nur die «Weltwoche» war einmal mehr die Ausnahme. Unterdessen haben aber auch andere Medien gemerkt, dass eine kritische Sonde, die im Volke schon lange virulent vorhanden ist, mehr als angebracht ist. Seit der Tragödie vor Lampedusa hat die Bereitschaft zur Hilfe an Drittweltländer an Akzeptanz nicht etwa zugenommen, sondern sie hat im Gegenteil abgenommen.

Folge der Kolonialisierung

Kurz ein Blick auf die Herkunft der Entwicklungshilfe. Sie entstand aus Schuldgefühlen heraus. Nachdem viele europäische Staaten im imperialistischen Zeitalter Territorien in Amerika, Asien und Afrika kolonialisierten, meinten sie nach der Entkolonialisierung ihren ehemaligen Untertanen, die sie freilich – und dies sei nicht verschwiegen – nicht immer sehr freundlich behandelt hatten, helfen zu müssen. Diese Unterstützung hat etwa in Asien oder Lateinamerika in der Tat positive Wirkungen gezeitigt. Doch meistens fanden die Staaten dieser Kontinente aus eigener Kraft ihren Weg, man denke etwa an die BRIC-Staaten, aber auch an Südkorea oder Peru, wo der Schreibende selber drei Jahre wohnte. Die Schwellenlän-

der sind jedenfalls nicht mehr auf Entwicklungshilfe angewiesen.

Problemkontinent Afrika

Problemkontinent war und bleibt Afrika inklusive eines Grossteils der islamischen Sphäre (Afghanistan!). Es würde zu weit führen alle Gründe anzuführen, weshalb deren Staaten den geringsten Entwicklungsgrad aufweisen. Eine der wichtigsten Ursache liegt darin, dass sie Stammesgesellschaften geblieben sind. Die Briten oder Franzosen hätten es besser unterlassen, über diese tribalen Strukturen nationalstaatliche Gebilde zu stülpen. Denn nicht nur entstanden unnatürliche, konfliktträchtige Grenzen, sondern vor allem nichtdemokratisch-korrupte Systeme. Die Bemühungen, diesen Gesellschaften abendländische Werte, wie die liberalen Freiheitsrechte gepaart mit Verantwortung oder die calvinistische Arbeitsethik, beizubringen, waren erfolglos. Sie sind trotz Milliarden kaum imstande, diese fremden Werte zu verinnerlichen, ja nicht einmal die koloniale Erbschaft vor allem bei der Infrastruktur zu verwalten.

Es regieren immer noch die «Häuptlinge» mit ihren Clans, auch wenn Bilder nach Demokratie aussehen, etwa wenn die Schwarzen ihren Wahlzettel in eine Urne werfen. Fatal wirkte sich in diesem Prozess aus, dass sich die Unabhängigkeitsbewegungen in der Epoche des Kalten Krieges ausbreiteten. Sie übernahmen meistens den planwirtschaftlichen Sozialismus. So wurde die eigenständige und sofern überhaupt vorhandene Initiative früh abgewürgt. Die neuen Klassen regierten autoritär-diktatorisch – bis in die Gegenwart.

Was kann getan werden?

Hin und wieder verfällt man in alte Denkkategorien im Sinne einer Rückkehr zu einer kolonialistischen Politik. Einige Bataillone in die Krisengebiete senden, um Remedur zu schaffen, um die korrupten Diktaturen zu stürzen, um Ruhe und Ordnung her-

zustellen, um marktwirtschaftliche Normen und damit einen funktionierenden Arbeitsmarkt sowie sukzessive demokratische Elemente einzuführen. Doch das geht nicht. Für die westliche Welt traumatisch wirkte sich die niederschmetternde Erfahrung in Somalia von 1993 aus, als US-Einheiten zusammen mit der UNO zu helfen suchten, aber eine nachhaltige und demütigende Niederlage erlitten. Seither gilt Somalia als typisches Beispiel eines «gescheiterten Staates». Nicht zuletzt aus solchen Erfahrungen haben die abendländischen Demokratien Angst vor menschlichen Verlusten. Die Weltordnung erlaubt solche Interventionen nicht – ganz abgesehen davon, dass auch in den westlichen Staaten nicht alles Gold ist, was glänzt, bzw. ihnen mehr und mehr das Geld ausgeht.

Aber klar ist auch: Mit Geld bzw. mit Entwicklungshilfe ist den Ländern in Afrika nicht zu helfen. Also das Gegenteil: den Hahnen zudrehen, keine Entwicklungshilfe mehr oder zumindest an strikte Vorgaben knüpfen. Zumindest müsste die Entwicklungshilfe, auch in unserem Land, diese Möglichkeit vermehrt in ihre Strategie miteinbeziehen. Wobei wir uns im Klaren sein müssen, dass dann bei der «Drittwelt-Industrie» und damit bei der Linken das grosse Geheul einsetzen würde mitsamt den oben erwähnten Diskreditierungen. Es ist allerdings erstaunlich, dass schon seit langem solche Forderungen auch von Afrikanern selber vorgebracht werden. Vielleicht werden ihre warnenden Stimmen in der gegenwärtigen Krise ernster genommen.

Millionen Afrikaner in Europa?

Ein weiterer Aspekt müsste den entwicklungshelfenden Gutmenschen unter die Nase gerieben werden. Wieviele Millionen Afrikaner kann denn Europa bzw. die Schweiz aufnehmen? In der Schweiz diskutieren wir über die restriktive Ecomop-Initiative, die der Bundesrat zur Ablehnung empfiehlt. Aber dann gibt es

Menschen und Organisationen, die unsere Grenze für alle diese Wirtschaftsflüchtlinge weit öffnen wollen. Wo bleibt da die Vernunft? Humanismus in Ehren – aber der Staat hat auch gesellschaftspolitische Zielsetzungen. Wo das Gleichgewicht massiv gestört wird, entstehen auch problematische Spannungen, die leicht in Konflikte einmünden. Weder die Schweiz noch Europa können sich in ihren meistens schon heute überbevölkerten Ländern solche Konflikte leisten.

Korruption bekämpfen

Die Entwicklungshilfe befindet sich in einer Sackgasse. Neue Strategien sind gesucht. Eine davon ist der finanzielle Abbau von Hilfsgeldern. Nur jene Staaten sollen honoriert werden, welche gewillt sind, das Schlepperunwesen und die Korruption zu bekämpfen, das Bildungssystem auszubauen, inklusive duales Berufsbildungssystem. Aber eben: Ohne Erziehung und ohne Mentalitätsveränderungen geht das nicht. Und in dieser Beziehung kann die Schweiz, kann Europa Afrika kaum aus dem Keller holen. Muss der Kontinent nolens volens die Entwicklung Europas im 18./19. Jahrhundert mit allen Konsequenzen durchmachen?



Dr. Paul Ehinger

ehemaliger Chefredaktor
des «Zofinger Tagblatts»



SEIT 1960 IM MARKT – SEIT 1997 IM NETZ

Die Entwicklung im Automobilbau verläuft rasant. Die Flückiger AG in Oftringen beschäftigt sich seit 1960 ausschliesslich mit der Instandsetzung von beschädigten Automobilen. Bereits vor 16 Jahren wurde die Bedeutung des Internets erkannt und ein virtueller Auftritt mit blechschaden.ch realisiert. Mit der neuesten iPhone-App «Schadenhilfe» ist die Flückiger AG auch unterwegs für ihre Kunden da.



Das Gebäude der Flückiger AG in Oftringen

Innovationen im Automobilbau machen die individuelle Mobilität ökologischer und sicherer – und zwar für die Insassen gleichermaßen wie für die anderen Verkehrsteilnehmer. Verbunden mit diesen Verbesserungen ist eine rasante technologische Entwicklung. Neue Materialien und neue Verbindungstechnologien müssen auch bei der Instandsetzung berücksichtigt werden. Elektronische Komponenten werden kontrolliert und justiert. Für einen Premium-Instandsetzungsbetrieb wie die Flückiger AG ist es selbstverständlich, dass die neuesten Entwicklungen der Automobilhersteller berücksichtigt werden. Das Ziel der Flückiger AG ist die kompromisslose Einhaltung der Herstellervorschriften.

Das Internet ergänzt die klassische Werbung perfekt

Seit 1997 ist die Flückiger AG im Internet präsent. Der virtuelle Auftritt



Christoph Flückiger

Geschäftsführer Flückiger AG,
Oftringen

ergänzt seitdem die klassischen Werbemedien. Der Schadenmarkt ist sehr heterogen. Für Automobilisten ist es schwierig, den idealen Betrieb für die Instandsetzung zu finden. Dank dem Internet sind wir in der Lage, uns interessierten Kunden perfekt präsentieren zu können. Unsere Hauptdomain blechschaden.ch ist für uns die wichtigste Adresse. Um eine zielgerichtete Kommunikation sicherzustellen, betreiben wir jedoch noch weitere Internetdomänen wie zum Beispiel: alukarosserie.ch, bleibensiefrei.ch, gutachten.ch, hagelschaden.ch usw. Anspruchsvolle Automobilisten legen grossen Wert auf ein gepflegtes Fahrzeug. Mit unserem Angebot Autospa (autospa.ch) bieten wir die perfekte Lackpflege an. Ab Frühjahr bis ca. Ende September übersteigt die Nachfrage unsere Kapazitäten. Seit einigen Jahren ist es möglich, die gewünschten Positionen im Internet auszuwählen und frühzeitig online zu buchen.

Mobile Applikationen helfen unterwegs

Bereits vor drei Jahren lancierten wir unsere erste iPhone-App. Diese ist im Apple-Store unter «Schadenhilfe» zu finden. Einerseits enthält die App Tipps für die erste Hilfe und die entsprechenden Notfallnummern zur Direktwahl. Diese können bei Reisen in den EU-Raum einfach umgestellt

werden. Soeben wurde die komplett neue Version Schadenhilfe 2.0 in den Store gestellt. Die Schadenprotokollierung und die Meldung gehen nun sehr einfach. Die Applikation leitet den User menügeführt durch die Protokollierung. Ort und Zeit werden automatisch erfasst und die Meldung geht als PDF direkt zu uns. Zudem wurde ein nützlicher Parkassistent integriert. Damit findet man sein Auto auch in der Stadt oder auf dem Grossparkplatz problemlos wieder. Ist die Parkzeit, wie beispielsweise in der blauen Zone, beschränkt, meldet die App, wann sie abgelaufen ist. Ideal ergänzt wird unser Auftritt mit Facebook und insbesondere dem Videoportal YouTube. So ist auch unsere neueste Publireportage auf YouTube zu finden und direkt mit unserer Website verlinkt.

Qualitätssicherung dank Onlineapplikation optimiert

Die guten Erfahrungen mit den neuen Medien nutzt die Flückiger AG auch intern. 1997 wurde ein bran-

chenspezifisches Qualitätsmanagementsystem erarbeitet und eingeführt. Im Laufe der kontinuierlichen Prozessoptimierung unterliegt dieses QM-System einer regelmässigen

Anpassung. Das Problem der meisten QM-Handbücher ist, dass die wichtigen Informationen in Ordnern abgelegt werden. Vor einiger Zeit haben wir deshalb auf ein elektronisches System umgestellt. Alle Infos sind so auf jedem PC auch in der Werkstatt vorhanden und immer aktuell. Checklisten sind überall verfügbar und auch auf Smartphones problemlos lesbar. Da die Flückiger AG alle Webseiten intern erstellt und aktualisiert, können Anpassungen jederzeit einfach vorgenommen werden.



Blick in die Werkstatt

VON DER IDEE BIS ZUR UMSETZUNG

Zofinger Tagblatt AG – Crossmediale Kommunikationslösungen aus einer Hand

Wir entwickeln und erstellen Ihre Werbemittel und transportieren diese in un-

seren Medien zu Ihrem Zielpublikum. Ob Inserat, Broschüre, Website oder Radio-Spot: Jedes dieser Werbemittel stellt Kontakte zu Ihren neuen oder bisherigen Kunden dar. Zeitungen, Broschüren, News-Sites oder Radio sind die Kanäle, welche Ihre Werbe-

mittel und deren Botschaften an die avisierte Zielgruppe transportieren. Sie mit unseren Dienstleistungen und Medien ins beste Licht zu rücken, ist unser oberstes Ziel!

Wir bieten Ihnen einen Komplettservice für Drucksachen und Weblösungen aller Art. Dabei können Sie auf eine breite Palette von Dienstleistungen zugreifen: Von der Gestaltung über das Webdesign bis zur Programmierung und vom Layout über den Druck bis zur Auslieferung erledigen wir alle Schritte aus einer Hand.

Für Ihre Werbung finden wir die besten Kommunikationslösungen – von der einfachen Anzeigenkampagne bis hin zum crossmedialen Werbekonzept.

Die Präsenz in mehreren Medien schafft Mehrfachkontakte und erhöht die Werbewirkung. Inhalte können gezielt auf das Umfeld und die Kommunikationseignung der einzelnen Medien abgestimmt werden. Aufgrund der unterschiedlichen Mediennutzung begleitet crossmediale Werbung das Publikum durch den Tag und erreicht es an verschiedenen Orten (zu Hause, unterwegs, bei der Arbeit). Die Werbung wird über ver-

schiedene Sinne wahrgenommen und dadurch die Botschaft in den Köpfen besser verankert.

Gerne sind wir Ihnen behilflich und beraten Sie in einem persönlichen Gespräch.



Die Zofinger Tagblatt AG ist Ihr Ansprechpartner für crossmediale Kommunikationslösungen aus einer Hand.



zt Zofinger Tagblatt AG
Medien- und Printunternehmen



Renato Bolt
Leiter Verkauf Print,
Mitglied der Geschäftsleitung



**«Wollen Sie mehr Region?
Radio Inside können Sie mit einem
DAB+ Digitalradio empfangen.»**

Zeit, den Sender zu wechseln.

Wir sind da, wo Sie zu Hause sind.
Hören Sie uns über DAB+, Swisscom TV, Web & App.
www.radioinside.ch | Ein Unternehmen der Zofinger-Tagblatt-Gruppe.





Einladung zum

10. NEUJAHRSPÉRO

**Mittwoch, 08. Januar 2014, 18.00 Uhr
in Aarau, Kultur- & Kongresshaus**

Der Aargauische Gewerbeverband lädt Sie herzlich zum traditionellen Neujahrs-APéro ein. Das AGV-Team freut sich jetzt schon, Sie am 08. Januar 2014 begrüßen zu dürfen!

Online-Anmeldung unter www.agv.ch > Termine/Veranstaltungen > Wichtige AGV-Termine



In Zusammenarbeit mit der NEUEN AARGAUER BANK AG

BERUFSBILDNER(INNEN)-KURSE 2014 DES AARGAUISCHEN GEWERBEVERBANDS

Die Daten für die Berufsbildner(innen)-Kurse 2014 des AGV finden Sie unter www.agv.ch. Basierend auf dem erfolgreichen Konzept können sich Interessierte auch in diesem Jahr an praxisorientierten Kursen des Aargauischen Gewerbeverbands zum Berufsbildner, zur Berufsbildnerin (früher Lehrmeister/-in) weiterbilden. Der Kursort ist an der Herzogstrasse 1 in Aarau (Nähe Bahnhof und Parkhäuser.)

Rückfragen und Anmeldung an:

Aargauischer Gewerbeverband, Frau Heidi Humbel, Gewerbehaus, Entfelderstrasse 19, Postfach, 5001 Aarau, Telefon 062 746 20 40, E-Mail: h.humbel@agv.ch oder unter www.agv.ch



Kurskosten gesenkt!
Neu: CHF 590.-
+ Rabatt von CHF 100.-
für Mitglieder des
Aargauischen Gewerbe-
verbands

NEUE KURSDATEN 2014

17. 02. 2014 – 25. 02. 2014 Berufsbildnerkurs BBK 1/2014	15. 09. 2014 – 23. 09. 2014 Berufsbildnerkurs BBK 4/2014
26. 05. 2014 – 04. 06. 2014 Berufsbildnerkurs BBK 2/2014	20. 10. 2014 – 28. 10. 2014 Berufsbildnerkurs BBK 5/2014
18. 08. 2014 – 28. 08. 2014 Berufsbildnerkurs BBK 3/2014	24. 11. 2014 – 02. 12. 2014 Berufsbildnerkurs BBK 6/2014

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 ihre eigene Jahresplanung aufzunehmen und bei der Planung von eigenen Anlässen mitzubersichtigen.

JAHRESPLANUNG 2013

November

Sonntag 24.11. Eidg./kantonale Volksabstimmung

JAHRESPLANUNG 2014

Januar

Mittwoch 8.1. Neujahrs-Àpéro 2014

Februar

Sonntag 9.2. Eidg./kantonale Volksabstimmung

Dienstag 11.2. 4. Aargauer Berufsbildungstag

April

Donnerstag 24.4. Frühlings-Delegiertenversammlung

Mai

Sonntag 18.5. Eidg./kantonale Volksabstimmung

Juni

Dienstag 24.6. Jahresmotto-Event

September

Sonntag 21.9. Eidg./kantonale Volksabstimmung

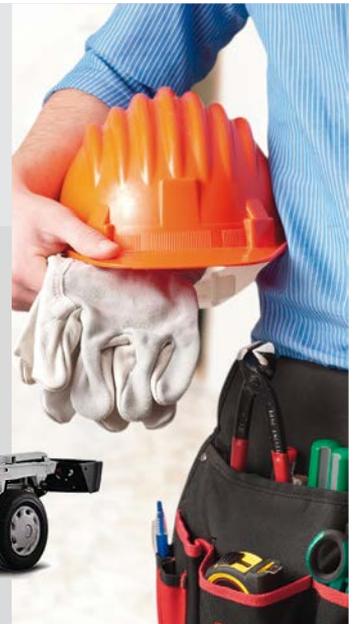
Oktober

Donnerstag 16.10. Herbst-Delegiertenversammlung

November

Sonntag 30.11. Eidg./kantonale Volksabstimmung

PIAGGIO PORTER ALLE MODELLE AUCH ALS 4x4 VARIANTE ERHÄLTlich



Jetzt neu auch mit **CNG-Motorisierung***
Preis ab CHF 17'800.- exkl. MwSt.

Profitieren Sie von Top-Preisen auf allen 2013-Modellen!

* Compressed Natural Gas / Erdgas



Emil Frey AG, Autocenter Safenwil

Emil-Frey-Strasse, 5745 Safenwil, Telefon 062 788 88 88, www.emil-frey.ch/safenwil

Ihr Fachmann
seit 1924.



REVISION DES DEKRETS ÜBER DIE AARGAUISCHE PENSIONSKASSE

Revision des Dekrets über die Aargauische Pensionenkasse (APK; Geschäft Nr. GR.13.152):

Die Vorschläge der vorberathenden Kommission verdienen grösstenteils Unterstützung.

Im Hinblick auf die zwingend notwendigen Anpassungen des technischen Zinses und des Umwandlungssatzes der APK schlug der Regierungsrat eine zusätzliche Abfederung mit einer Revision des Pensionskassendekrets vor. Der Aargauische Gewerbeverband, die Aargauische Stiftung für Freiheit und Verantwortung in Politik und Wirtschaft und die Aargauische Industrie- und Handelskammer lehnten die Mehrzahl der regierungsrätlichen Vorschläge ab. Die Kommission Allgemeine Ver-

waltung schloss sich dieser Haltung in wesentlichen Punkten an:

1. Die Erhöhung des Sparbeitrags um 1,5 Prozent soll durch die Arbeitnehmenden finanziert werden und nicht mehrheitlich zu Lasten des Kantons wie vom Regierungsrat vorgeschlagen. Dadurch reduziert sich der Kantonsanteil an den gesamten Beiträgen von 60 auf 56,4 Prozent. Das ist aus unserer Sicht zu begrüssen.
2. Die vom Regierungsrat vorgeschlagene Senkung des Eintrittsalters in die Sparversicherung auf 20 Jahre wird von der Kommission unterstützt. Das deckt sich mit unserer Haltung.
3. Auf die Abschaffung der Beitragsreduktion für Personen, die von der Besitzstandswahrung 2008 profitieren, will die Kommission

dagegen wie die Regierung verzichten. Aus Sicht der drei oben genannten Organisationen ist das mit Blick auf die resultierenden Mehrkosten von 1,9 Millionen Franken für den Kanton abzulehnen.

4. Die Wahl der Arbeitgeber-Vertreter im Vorstand der APK soll gemäss Kommissionsantrag durch den Grossen Rat und nicht mehr durch den Regierungsrat erfolgen. Wir unterstützen diesen Antrag der Kommission.

Der Aargauische Gewerbeverband, die Aargauische Stiftung für Freiheit und Verantwortung in Politik und Wirtschaft und die Aargauische Industrie- und Handelskammer setzen sich für eine solide finanzierte und finanziell auch längerfristig tragbare Pensionenkasse für die Staatsange-

stellten ein. Sie unterstützen deshalb grösstenteils die Anträge der Kommission an das Plenum des Grossen Rats. Damit wird ein Schritt in die richtige Richtung gemacht.

Wir kommen auch in Zukunft nicht darum herum, Eckwerte der APK wie Leistungsniveau, Aufteilung der Beiträge zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmern, Verzinsung der Sparguthaben periodisch kritisch zu hinterfragen. Die zunehmende Lebenserwartung und das nachhaltig tiefe Zinsniveau führen beim Beitragsprimat zwangsläufig zu sinkenden Renten der Versicherten. Den Steuerzahlern dürfen keine weiteren Belastungen für Abfederungsmassnahmen zugemutet werden. Sie haben ihren Beitrag im Rahmen der Umstellung vom Leistungsprimat auf das Beitragsprimat bereits erbracht.



AARGAUISCHE STIFTUNG



FÜR FREIHEIT
UND VERANTWORTUNG
IN POLITIK
UND WIRTSCHAFT



VORGEZOGENER KREDITANTRAG

AGV FÜR RASCHE REALISIERUNG DER VERBINDUNGSSPANGE BUCHS NORD

AGV. Die Geschäftsleitung des Aargauischen Gewerbeverbands erachtet die Verbindungsspanne Buchs Nord wegen der geplanten Entwicklungen im Gebiet «Torfeld Süd» und der Entlastung des Aarauer Kreuz-

platzes nach wie vor als dringend. Sie stimmt deshalb dem neuen Grosskredit für einen einmaligen Nettoaufwand von Fr. 8384000.– zu. Damit können Mehrkosten von rund drei Millionen Franken vermie-

den werden, da der Baubeginn spätestens Ende März 2014 zu erfolgen hat. Die AGV-Geschäftsleitung erwartet aber, dass der vom Einwohnerrat der Stadt Aarau bereits beschlossene Gemeindebeitrag von

Fr. 3286000.– nach der Erledigung der hängigen Beschwerdeverfahren bezahlt wird.

Der Aargauische Gewerbeverband kämpft für bessere Rahmenbedingungen.

GEWERBE-UND INDUSTRIEVEREIN WÜRENLINGEN

WENN LEHRMEISTER IN DIE SCHULE GEHEN

Im Rahmen der Lehrlingsförderung geht der Gewerbe- und Industrieverein Würenlingen schon seit einigen Jahren direkt ins Schulzimmer.

KARIN MEIER

Lesen wir, was Dominik Hellrigl und Jérôme Fiechter im Namen der 4. Real zu sagen haben: «Die Lehrstellensuche beinhaltet auch Telefon- und Bewerbungsgespräche und damit viele Fragen: Was soll ich sagen? Wie kann ich fragen? Wie verhalte ich mich? Welchen Eindruck mache ich auf mein Gegenüber?»

Für all diese Fragen kamen die Lehrmeister André Zoppi von der Palla & Partner AG, Böttstein, sowie Christian Meier von der Werner Meier Haustechnik AG, Würenlingen, in

unser Klassenzimmer. Das Telefongespräch war unsere erste Herausforderung. Nicht, dass wir nicht telefonieren können – aber der Unterschied vom persönlichen Geplauder zum Gespräch mit dem Lehrmeister ist doch sehr gross! Nach einer ersten Übungsphase wurden die Telefongespräche dann innerhalb der Klasse und zusammen mit den Lehrmeistern geführt, wobei die Schulkollegen als Kritiker – was war gut oder was könnte man besser machen – auftraten.

Vorbereitung ist die halbe Miete

Der zweite Teil bestand aus dem Bewerbungsgespräch. Dafür mussten wir zuerst Fragen notieren: Solche, die wir selbst stellen wollen, und andere, die wir vermutlich gestellt erhalten werden. Auch diese Bewerbungsgespräche wurden von den



Christian Meier im Bewerbungsgespräch mit Patrick

Lehrmeistern so authentisch wie möglich mit jeweils einem einzelnen Schüler geführt; immer unter der Beobachtung und anschliessendem Kommentar der Schulkollegen. Die Arbeit hat sich gelohnt! Es waren zwei sehr interessante und lehrreiche Lektionen!

Die Schülerinnen und Schüler der 4. Real und der 4. Sek. sagen den Herren André Zoppi und Christian Meier nochmals ganz herzlichen Dank für die Zeit, die sie eingesetzt haben.

MEGURA AG WERBEAGENTUR ASW AUS WETTINGEN

10-JÄHRIGES JUBILÄUM

Alles begann im Herbst 2003, als René Utiger, heute Präsident des Gewerbevereins Aaretal-Kirchspiel, mit seiner frisch gegründeten Werbeagentur Megura die ersten Aufträge entgegennehmen durfte.

RENÉ UTIGER

Heute, zehn Jahre später, ist bei der Megura AG Werbeagentur ASW ganz vieles beim Alten geblieben: Immer noch und immer mehr gehört die Agentur zu den Lokalmatadoren, wenn es darum geht, regional und national tätige KMU in Kommunikationsfragen aller Art zu beraten. Unverändert sind auch das Engagement und der Enthusiasmus, denn noch heute entfachen selbst kleine Kommuni-

kationsaufgaben bei den Mitarbeitenden ein grosses Feuer. Nach wie vor setzt die Agentur erfolgreich auf ungekünstelte Kreativität und klare Botschaften und beweist tagtäglich, dass auch komplexe Kommunikationsaufgaben auf unkomplizierte Art gelöst werden können.

Stehen geblieben ist die Werbeagentur dennoch nicht – im Gegenteil: Die Fähigkeiten und Erfahrungen sind um einiges grösser geworden, denn die Agentur ist mittlerweile auf ein zehnköpfiges Team aus verschiedenen Kommunikationsspezialisten angewachsen, die sich mit ihren Fachkompetenzen, Talenten und menschlichen Qualitäten perfekt ergänzen. Und natürlich ist auch die Anzahl Kunden bzw. Stammkunden stetig gestiegen. Zu ihnen gehören neben traditionellen Familienbetrieben aus der Region auch national



Das Team der Megura AG Werbeagentur ASW

tätige KMU und solche, die es werden wollen. Ob es dabei um die einmalige Gestaltung eines Flyers oder um die Erarbeitung einer langfristig ausgelegten Kommunikationsstrategie geht: Bei Megura ist man und frau stets mit Leidenschaft bei der Sache und immer bestrebt, dem

hauseigenen Slogan Rechnung zu tragen: Megura – Für frische Kommunikation.



ASTAG-CHAUFFEURTAG 2013

DER LASTWAGEN – WELTWEIT UNVERZICHTBAR

Neulich versammelten sich knapp 100 Lastwagenchauffeure im Tägi, Wettingen, zum bereits traditionellen Chauffeurtag der ASTAG Aargau in Zusammenarbeit mit Les Routiers Suisses, Aargau. Sie erfuhren Interessantes von Lastwageneinsätzen vom Kosovo über Guinea, die moderne Armee bis zur elektrifizierten Zukunft.

ANDREAS WAGNER

Stefanie Heimgartner, Grossrätin und Motorfahrer – das Militär macht keinen Unterschied nach Geschlecht –, eröffnete die Vortragsreihe mit spannenden autobiographischen Ausführungen über die Swisscoy im Kosovo. Nach der Einführung über die Rekrutierung, das Vorbereitungscamp in Stans und einem Überblick über die Swisscoy im Kosovo wusste Heimgartner von so manchem interessanten Transportauftrag zu berichten. Container, Piranhas, Bagger, ganze Campaufbauten, aber auch der Armeezauberer oder Besucherdelegationen müssen im oder auch in den Kosovo transportiert werden.

Tobias Wülser erzählte im Anschluss von seiner Weltumrundung durch Wüstensand und Eiseskälte mit dem Zerotracer, einem perfekt aerodynamischen, vollelektrischen Kabinen-

motorrad. Die so gewonnenen Erkenntnisse über den Elektroantrieb fliessen nun in den ersten Vollelektron-LKW – den E-Force. Dieser ist für Feldschlösschen bereits mit Reichweiten von 200 bis 300 km erfolgreich im Einsatz.

Hilfsgüterkonvoi nach Guinea

Noch etwas schlechtere Pisten als im Kosovo und auf der Weltumrundung fand Markus Meier mit einem Hilfsgüterkonvoi nach Guinea vor. Das aus privater Initiative entstandene Projekt «guinea2012» führte im Oktober 2012 zu einem fünf LKW und einen Sprinter starken, mit Hilfsgütern voll beladenen Konvoi in das westafrikanische Land. In 14 Tagen fuhren die Abenteurer durch Europa, Marokko, Westsahara, Mauretanien und den Senegal nach Guinea. Rücksichtslos passierende Kamelherden, motorradgrosse Schlaglöcher, arabische Strassenschilder, vermintes Niemandsland, Schlammrinnen, einheimisches Essen und die afrikanische



Ziegentransport auf mauretanisch

Bürokratie boten dabei so manche Hürde. Beeindruckend waren dabei Benzinanker-Tankstellen oder der afrikanische Reparatur- und Ersatzteilservice, vor allem aber die so ganz anderen Ladungssicherungsmethoden. Überhohe und -breite Ladungen sind normal, sowohl auf LKWs wie auch auf PWs wird alles, was geht, aufs Dach gepackt – so beispielsweise auch die Ladehelfer oder lebende Ziegen.

Zeitgemässe Ausbildung in einer Milizarmee

Als vierter Referent konnte Hauptadjutant Thomas Berger die bedeuten-



Markus Meier zeigt das Ziel des Hilfsgüterkonvois.



Nachbarschaftshilfe im Kosovo – Bergung eines deutschen Fahrzeuges durch Swisscoy-Truppen

de Motorfahrerausbildung in der Armee beleuchten. Diese wird vermehrt so gestaltet, dass sie auch zivil nutzbar ist, was absolut einer modernen Milizarmee entspricht. Jetzt müssen diese gut ausgebildeten Motorfahrer lediglich noch vermehrt den Weg ins Transportgewerbe finden. Mitorganisator und Armeefahrer, Adj. Uof Heiri Dorer, drehte den Spieß um und rief die Teilnehmer abschliessend auf, ihre zivil ausgebildeten Lastwagenführer vermehrt dazu anzuhalten, in der Armee ihr Handwerk zu perfektionieren.

Traditionell wird der Anlass von Nationalrat Ueli Giezendanner abgeschlossen. Gewohnt wortgewaltig plädierte dieser u. a. für eine saubere und transparente Finanzierung der

Verkehrsinfrastruktur, bevor der Strassenbenützer erneut zur Kasse gebeten wird.

Präsident Ulrich Gloor führte souverän durch den Anlass, lobte zu Beginn die Zusammenarbeit mit dem Sozialpartner Routiers Aargau und wies zum Ende auf die CZV-Kurse sowie den Intensivlehrgang des TruckLearningCenters hin. Zusammenarbeit und Bildung sind in der Tat die Grundsteine für eine erfolgreiche Zukunft eines weltweit unverzichtbaren Transportgewerbes.



Afrikanische Ladungssicherung

ASTAG+

SEETAL-EXPO 2013

ZUFRIEDENE AUSSTELLER UND BESUCHER

Schon wieder Geschichte ist die Seetal-Expo 2013. Über 70 Aussteller hatten sich daran beteiligt und 18570 Besucher zählte sie.

THOMAS STRÜTT

Bei der Eröffnungsfeier richtete Gemeindeammann Heinz Bürki denn auch sein Augenmerk auf die Plattform der Seetal-Expo, welche Anbieter mit Kunden ins Gespräch kommen liess. OK-Präsidentin Irène Dössegger erwähnte die ausgestellte Vielfalt, bei der jeder



OK Seetal-Expo 2013. Von links nach rechts: Irène Dössegger, Beat Dössegger, Thomas Strütt, Sascha Neukom, Silvio Steiner, Paul Lüscher und Jeanette Häusermann. Es fehlen Werner Stulz und Urs Schinkopf.

Besucher etwas Interessantes finden konnte. Die guten Wünsche des aargauischen Gewerbeverbandes überbrachte Erich Renfer, welcher in seiner Rede festhielt, dass es ohne Gewerbe der Gemeinde und der Öffentlichkeit nicht so gut gehen würde. Der Anlass bot einen eindrücklichen Querschnitt durch das Gewerbe und das Handwerk in Seon und über das Seetal hinaus.

Sie
verkaufen
Autos.
Wir zündende
Ideen.



Für frische Kommunikation

megura

2003
10 Jahre
2013

Megura AG Werbeagentur ASW | 5430 Wettingen
Telefon 056 269 00 00 | www.megura.ch



«Die 1:12 Initiative
gefährdet die AHV
und führt zu höheren
Steuern für alle.»

Sylvia Flückiger
Nationalrätin und Unter-
nehmerin, Schöffland

www.1-12-nein.ch

**NEIN
ZU 1:12**

+ FÜR EINE STARKE SCHWEIZ MIT ZUKUNFT.



AARGAUER BAU- UND IMMOBILIENKONGRESS 2013

Am 26. November 2013 treffen sich Exponenten der Bauwirtschaft zum 3. Aargauer Bau- und Immobilienkongress. Im Namen der Aargauischen Kantonalbank und «bauenaargau», der Dachorganisation der Aargauischen Bauwirtschaft, laden wir Sie herzlich dazu ein.

Wer baut, entscheidet sich langfristig und denkt nicht nur an heute. Die Bautätigkeit in einer Volkswirtschaft ist somit neben einem wichtigen Konjunkturindikator auch ein Gradmesser für das Vertrauen in die Zukunft. Bauen ist ein starkes Bekenntnis zu einem Standort und zur Gesellschaft.

Am 3. Aargauer Bau- und Immobilienkongress beleuchten kompetente und bekannte Referenten die Entwicklungen in der Baubranche und erläutern ihre Einschätzungen zur aktuellen Situation. Neben der Präsentation neuer Trends erhalten Sie Impulse für die Bauplanung des kommenden Jahres und verfügen am Anlass über eine Plattform zur Netzwerkpflge.

René Chopard, Mitglied der Geschäftsleitung der Aargauischen Kantonalbank, und Richard Meyer, Präsident von «bauenaargau», freuen sich, Sie am **Dienstag, 26. November 2013**, im Kultur & Kongresshaus in Aarau zu begrüssen.

Wir versprechen Ihnen interessante Stunden und freuen uns auf eine Begegnung beim anschliessenden Apéro.

Programm

16.00 Uhr Eintreffen der Gäste

16.30 Uhr Begrüssung

René Chopard, Mitglied der Geschäftsleitung Aargauische Kantonalbank
Richard Meyer, Präsident
«bauenaargau»

16.40 Uhr Grusswort der Aargauer Regierung

Regierungsrat Alex Hürzeler, Vorsteher
Departement Bildung, Kultur und Sport (BKS)

16.45 Uhr Prognose der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Marcel Koller, Chefökonom der Aargauischen Kantonalbank

17.00 Uhr Immobilienmärkte im angespannten wirtschaftlichen Umfeld – mit Fokus Aargau

Alain Chaney, Leiter Valuation & Portfolio Management bei IAZI AG Zürich

17.30 Uhr Das aktuelle Marktumfeld aus Sicht einer Generalunternehmung

Hans Setz, VR-Delegierter der
Gross Generalunternehmung AG
in Brugg

Aargauer Bau- und Immobilienkongress 2013



Gerne laden wir Sie wie folgt ein:

Thema: Aargauer Bau- und Immobilienkongress 2013
Datum: Dienstag, 26. November 2013
Ort: Kultur & Kongresshaus Aarau,
Schlossplatz 9, 5000 Aarau
Zeit: 16.00 Uhr
Anmeldung: per E-Mail an rayana.roth@akb.ch
Die Platzzahl ist beschränkt. Anmeldungen berücksichtigen wir in der Reihenfolge des Eingangs.

bauenaargau



**Aargauische
Kantonalbank**

17.50 Uhr Die Herausforderung: Wie kann der Immobilienanteil im Gleichschritt mit dem Vermögen wachsen?

Susanne Jäger, Geschäftsführerin
Aargauische Pensionskasse (APK)

18.10 Uhr Podiumsdiskussion zur Lage im Bau- und Immobiliengewerbe

Leitung: Ursula Diebold, Leiterin Kommunikation der Aargauischen Kantonalbank

18.40 Uhr Abschlussworte

René Chopard, Mitglied der
Geschäftsleitung Aargauische
Kantonalbank

18.45 Uhr Apéro riche

ca. 20.30 Uhr Ende der
Veranstaltung

PENSIONSASSE: KURZ NACHGEFRAGT

WIE WIKT SICH ARBEITSLOSIGKEIT AUF MEINE BERUFLICHE VORSORGE AUS?

Roland Minnig: Wenn Sie arbeitslos werden, treten Sie aus der Vorsorgeeinrichtung Ihres ehemaligen Arbeitgebers aus. Ihr Altersguthaben wird als Freizügigkeitsleistung in eine Freizügigkeitspolice oder ein Freizügigkeitskonto einbezahlt.

Für die Risiken Tod und Invalidität bleiben Sie noch während eines Monats nach dem Ende des Arbeitsverhältnisses bei der ehemaligen Vorsorgeeinrichtung versichert. Anschliessend wird der Vorsorgeschutz für Tod und Invalidität bei der Stiftung Auffangeinrichtung BVG fortgeführt. Die Hälfte der Beiträge wird Ihnen vom Taggeld abgezogen, die andere Hälfte übernimmt die Arbeitslosenversicherung.

Während der Arbeitslosigkeit werden keine Altersguthaben geleistet. Das Sparen für das Alter setzt erst wieder ein, wenn Sie einen neuen Arbeitgeber gefunden haben. Falls die erforderlichen privaten Mittel dafür vorhanden sind, können Sie die entstandene Lücke durch Einkäufe wieder auffüllen.



Roland Minnig
Unternehmensberater
ASGA Pensionskasse

GEWERBEAUSSTELLUNG MUTSCHELLEN 10.–13. APRIL 2014

genial. regional.

Das OK der Gewerbeausstellung mega14 präsentiert ein halbes Jahr vor Eröffnung ein vielfältiges Programm. Unter dem mega14-Motto «genial. regional.» kommen die Muotathaler Wetterschmöcker mit der Gastregion Stoos auf den Mutschellen. Die Bands Schtärneföifi, Pelicans, ChueLee sind weitere Highlights an der mega14. Mit rund 120 Ausstellern ist die Ausstellung bereits gut gebucht.

Zum siebten Mal findet vom 10. bis 13. April 2014 die Gewerbeausstellung der Region Mutschellen statt. «genial. regional.», so lautet das Motto der mega14. Geniales, Überraschendes präsentiert das OK anlässlich der Medienkonferenz ein halbes Jahr vor Eröffnung des Grossanlasses. Das vielfältige kostenlose Rahmen- und Eventprogramm wird 2014 nach Ostern viele Besucher auf den Mutschellen locken.

Gastregion Stoos und erlebniswelt.ch urchig, regional

Mit der Gastregion Stoos und dem Muotathal kommen die Muotathaler Wetterschmöcker auf den Mutschel-

len. Eine urchige Stubete, Trychler, Events mit Huskys sowie ein Stand mit Infos und Produkten bringen die Region Stoos näher.

Schtärneföifi und weitere geniale Events

Während im Eventzelt eher Rock/Pop gespielt wird, dürfen sich die Anhänger der Folklore auf die musikalischen Überraschungen in der Aula freuen. Für das Eventzelt konnte bereits die Volksrock-Band ChueLee sowie die im Stil Rock'n'roll und 60er Jahre spielende Band Pelicans gewonnen werden. In der Aula spielt das Duo Alpenpower aus dem Entlebuch. Die Band Schtärneföifi wird Jung und Alt begeistern. Die Harmonie Berikon und der Musicalverein präsentieren das lokale musikalische

Schaffen. Auch für die Kleinsten ist mit einem Gumpischloss, Kinderhüttedienst und weiteren Attraktionen gesorgt. Mit der Forst-, Jagd- und Landwirtschaft ist im Beriker Wald erstmals eine Aussenstation der mega14 mit einer Vielzahl von Überraschungen in Planung. Zehn Beizlis werden an der mega14 durch Vereine der Region geführt. Sieben Verpflegungsstände garantieren das leibliche Wohl der Ausstellungsbesucher.

Retour zum Preis für einfach mit BDWM und Postauto

Um die erwarteten rund 50 000 Besucher an die mega14 zu bringen, darf das OK auf die Zusammenarbeit mit dem öffentlichen Verkehr zählen. BDWM und PostAuto planen zusätz-

liche Fahrten während der Ausstellung. Zudem reisen Besucher während der gesamten mega14-Zeit auf den Linien der A-Welle Zonen 532/572/573/574 retour zum Preis für einfach.

Breiter Mix an Ausstellern

Mit 120 angemeldeten Ausstellern ist die mega14 ein halbes Jahr vor Eröffnung gut auf Kurs. Dank der Umgestaltung des Areals rund um die Kreisschule Mutschellen ist die Ausstellerfläche einiges grösser als bei der letzten mega. Der Ausstellermix ist bunt durchmischt und reicht von Architekten und Bauunternehmern über Gemeinden und Galeristen bis hin zum Spital.



Bestens beraten auf allen Ebenen.

UTA GRUPPE

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

www.uta.ch

UTA TREUHAND

UTA REVISIONEN

UTA IMMOBILIEN

UTA COMUNOVA

UTA SAMMELSTIFTUNG

HIGHTECH
ZENTRUM
AARGAU



**EXPO NANO:
5. Dezember – 21. Februar**

Interaktive Ausstellung zu den verschiedenen Anwendungsgebieten der Nanotechnologie.

Mehr Informationen/Öffnungszeiten:
www.hightechzentrum.ch/exponano

Hightech Zentrum Aargau AG

Badenerstrasse 13 | 5200 Brugg | Tel. 056 560 50 50



NEUANSCHAFFUNG CNC-MASCHINEN PICOMAX «56 TOP»

SWISSMECHANIC AARGAU INVESTIERT WEITER IN DIE ZUKUNFT

Im Rahmen des Ausbildungsprojektes «CNC-Training» der Projektpartner Heidenhain AG, Fehlmann AG und Swissmechanic Sektion Aargau lud Swissmechanic am 6. November 2013 zur Einweihung der neuen CNC-Maschinen in das Kurszentrum an der Berufsschule Lenzburg ein und zahlreiche Gäste folgten der Einladung.



Markus Kohler Bildungsbobmann Swissmechanic Aargau mit Jürg Solenthaler Fehlmann AG Verkaufsleiter Schweiz

OLIVER GRABER

Christian Märki, Co-Präsident der Swissmechanic Sektion Aargau, begrüßte die Anwesenden zum Anlass. Im Anschluss an die kurze Begrüssung konnten sich die anwesenden Gäste bei einem Rundgang durch das Kurszentrum einen Überblick über die topmoderne

Infrastruktur verschaffen und sich davon überzeugen, dass die Kursbesucher die Ausbildung auf dem neuesten Stand der Technik absolvieren dürfen. Beim Rundgang waren auch gleich die neu angeschafften CNC-

Maschinen Picomax «56 TOP» in Aktion zu sehen. Der abschliessende Apéro riche gab dann den Besuchern noch genügend

Zeit, um sich in gemütlicher Atmosphäre fachlich wie auch privat auszutauschen.



Instruktor Peter Wernli bei seiner Ansprache in der üK Werkstatt Lenzburg

GEWERBEAUSSTELLUNGEN

Freitag, 4. April 2014 bis Sonntag, 6. April 2014

Gewerbeausstellung Beinwil am See GAB14

Donnerstag, 10. April 2014 bis Sonntag, 13. April 2014

Gewerbeausstellung Kulm und Region, Oberkulm

Donnerstag, 10. April 2014 bis Sonntag, 13. April 2014

Gewerbeausstellung mega14, Berikon

Freitag, 25. April 2014 bis Sonntag, 27. April 2014

Gewerbeausstellung 2014, Möriken-Wildegg

Freitag, 23. Mai 2014 bis Sonntag, 25. Mai 2014

Gewerbearena Herznach 2014

Freitag, 3. Oktober 2014 bis Sonntag, 5. Oktober 2014

SIGA – Sinsler Gewerbeausstellung 2014

Freitag, 3. Oktober 2014 bis Sonntag, 5. Oktober 2014

EXPO14 – Gewerbe Region Frick-Laufenburg

Donnerstag, 9. Oktober 2014 bis Sonntag, 12. Oktober 2014

Gewerbeausstellung REGA 2014, Kleindöttingen

Freitag, 10. Oktober 2014 bis Sonntag, 12. Oktober 2014

Eigenschau – die Gewerbeausstellung im Eigenamt

Freitag, 24. Oktober 2014 bis Sonntag, 26. Oktober 2014

Gewerbeausstellung LEGA 14, Lenzburg

Donnerstag, 30. April 2015 bis Sonntag, 3. Mai 2015

comexpo – GWERBI BADEN WETTINGEN, Trafo Baden

Donnerstag, 1. Oktober 2015 bis Sonntag, 4. Oktober 2015

Gewerbeausstellung 2015, Fislisbach

Öffnungszeiten, Kontaktpersonen usw. unter www.agv.ch

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.

Gerne nimmt die Redaktion auch Berichte über Vorbereitung und Durchführung von Gewerbeausstellungen entgegen.

VSCI-PODIUMSDISKUSSION BURNOUT RÜTTELTE AUF

Am Donnerstag, 7. November 2013, führte die Sektion Aargau des VSCI (Schweizerischer Carrosserieverband) in Oberentfelden die Podiumsdiskussion «Burnout» durch. Rund 200 Gäste erhielten einen eindrücklichen Einblick in eine Krankheit, die immer mehr Menschen betrifft.

CHRIS REGEZ

Moderator Marcel Hähni von Radio SRF1 schaffte es, den Podiumsteilnehmern viele wertvolle Informationen zu entlocken. Eine akut betroffene Patientin schilderte eindrücklich, wie sie ins Burnout hineingeriet, wie sie sich zurzeit fühlt und welches ihre Zukunftspläne sind. Die Fachleute, Dr. med. Dieter Kissling, ifa Baden, und Dr. med. Hans-Jürg Pfisterer, Spezialarzt FMH für Psychiatrie und Psychotherapie, machten die Gäste auf Anzeichen einer möglichen Burnout-Erkrankung aufmerksam.

Ernst zu nehmende Zeichen

Andauernde Schlafstörungen, Lustlosigkeit, fehlender Antrieb, sinkende Toleranz sowie Alkohol- und Suchtprobleme sind deutliche Zeichen. Klare Botschaften des Körpers, welche die Betroffenen meistens nicht wahrnehmen oder wahrhaben wollen, bis es zu spät ist. Wer dauernd im Hamsterrad rennt, seine eigenen Bedürfnisse zurückstellt, mit Perfektionismus permanent seine eigenen Leistungsgrenzen überschreitet und soziale Kontakte abbaut, ist gefährdet.

Jeden kann es treffen

Nach der Diskussion war allen klar, dass Burnout eine schlimme Erkrankung ist und dass es jeden und jede treffen kann. In den meisten Fällen ist sie heilbar – doch nur die wenigsten finden ohne professionelle Hilfe zurück in den Alltag. Durch kompetente Beratung ist eine Wiedereingliederung im Berufsleben möglich.

Viele entscheiden sich dann, einen neuen beruflichen Weg zu gehen.

Rechtzeitig vorbeugen

Gute Mittel, um einer Burnout-Erkrankung vorzubeugen, sind genügend Erholung, Ruhepausen, die Pflege von sozialen Kontakten und die Minimierung von Belastungen. Wer in der Arbeit immer absolut perfekt sein will, sollte Lösungen suchen, wie er seinen Job mit weniger Aufwand und weniger Arbeitsstunden erledigen kann.

Unternehmer müssen rechtzeitig reagieren

Podiumsgast Nationalrat Ueli Giezendanner hat seine eigenen Rezepte, wie er es schon gar nicht erst zu Anzeichen eines Burnouts kommen lässt. Er macht Spaziergänge im Wald und sucht rechtzeitig den Rat von Spezialisten. Für ihn als Unternehmer ist es wichtig, dass Firmenchefs erste Anzeichen bei Mitarbeitern direkt ansprechen, damit diese nicht an einem Burnout erkranken.



Felix Wyss eröffnet den Abend.

VSCI Sektion Aargau hat eindrücklichen Anlass durchgeführt

Präsident Felix Wyss war mit dem Abend mehr als zufrieden: «Ich bin stolz, dass so viele Berufskollegen, Experten und weitere Gäste an diesem Event teilgenommen haben, um sich zu informieren, von den Beispielen zu lernen und eventuell Anpassungen an ihrem eigenen Leben vor-

zunehmen.» Der Präsident dankte allen Sponsoren und Partnern, die diesen eindrücklichen Abend in den Räumlichkeiten der Gräub Autocenter AG in Oberentfelden ermöglicht hatten. Beim abschliessenden Apéro richte beantworteten die Podiumsteilnehmer individuelle Fragen der Gäste.



Kurt Schmid
Präsident
Aargauischer
Gewerbeverband



«Mit der Ablehnung der Preiserhöhung setzen wir ein Zeichen, dass die Strassenfinanzierung neu und grundlegend überdacht werden muss.»



Mogelpackung

NEIN

**zur 100-Franken-Vignette
am 24. November 2013**

Aargauisches Komitee
«NEIN zur Vignetten-Mogelpackung»
c/o ACS Mitte, Tellstrasse 55, 5000 Aarau
ag.mogelpackung-vignette.ch



DIE KAMPAGNE «POTENZIAL 50PLUS» SENSIBILISIERT ARBEITGEBENDE UND DIE ÖFFENTLICHKEIT FÜR STELLENSUCHEDE 50PLUS

DIE QUALIFIKATION ZÄHLT, NICHT DAS ALTER

Rosa Manic hat Mut. Ende Oktober lächelte die Stellensuchende von Plakaten mit dem Text «Rosa, 26». Unter der 26 steht klein «Jahre Berufserfahrung». Die Kampagne «Potenzial 50plus» des Kantons Aargau macht die Öffentlichkeit und Arbeitgebende auf das grosse Potenzial von älteren Stellensuchenden aufmerksam. Diese sind zwar nicht öfters arbeitslos als jüngere, aber meist länger: Über 50-Jährige fanden 2012 nach durchschnittlich 379 Tagen eine Arbeit, 25- bis 49-Jährige nach 238 Tagen und 15- bis 24-Jährige nach 141 Tagen.

MARIA-MONIKA ENDER

Seit Anfang Juli ist Rosa Manic auf Stellensuche. Ihre Arbeit als ehemalige Filialeiterin eines

Lebensmittelgeschäfts hat sie verloren, weil eine Operation am Fuss Komplikationen mit sich brachte. Sie fiel mehrere Wochen aus und erhielt die Kündigung. «Das war bitter für mich, da ich meine Arbeit geliebt und viel Einsatz gezeigt habe», sagt sie. Bis jetzt konnte sich die 52-Jährige bei keinem Unternehmen vorstellen. «Ich bewerbe mich als Filialeiterin, aber auch als Verkäuferin und Produktionsmitarbeiterin», sagt Rosa Manic. Sie will unbedingt arbeiten. Es deprimiert sie, ohne Aufgabe zu Hause zu sitzen.

Als ihre RAV-Personalberaterin sie anfragte, ob sie bei der Kampagne «Potenzial 50plus» mitmachen möchte, hat sie sofort zugesagt. «Ich mache das nicht nur für mich, sondern auch für alle anderen älteren Stellensuchenden.» Mehr als 3600 über 50-Jährige sind im Aargau in der gleichen Situation wie Rosa Manic. Obwohl sie im besten Alter sind und meist qualifizierte Arbeit



Plakat von Rosa Manic; sie will sich mit Herzblut für eine Stelle einsetzen.

leisten können, brauchen viele sehr lange, bis sie eine Stelle finden. Dabei wurden die meisten Vorurteile gegenüber Älteren, wie zum Beispiel mangelnde Flexibilität oder fehlende Motivation, längst wissenschaftlich entkräftet. Stellensuchende über

50 Jahre sind meist in einer stabilen Lebenssituation, bringen viel Erfahrung, Fachwissen und ein breites Netzwerk mit.

Rosa Manic hofft, bald wieder als Filialeiterin oder Verkäuferin arbeiten zu können, unter Leuten zu sein – und etwas bewirken zu können. Auch mit älteren Menschen würde sie gern arbeiten. Sie sagt: «Ich möchte mich unbedingt wieder mit Herzblut für eine Arbeit einsetzen.»

Was Rosa Manic und weitere ausgezeichnete, ältere Stellensuchende zu bieten haben, erfahren Sie unter der Telefonnummer 0800 49 50 51 oder auf www.potenzial50plus.ch.

Möchten Sie, dass eine Fachperson zum Thema «Potenzial 50plus» an Ihrem Anlass referiert? Melden Sie sich unter awa@ag.ch.

«Stellensuchende 50plus sollen mehr Chancen haben»

Regierungsrat Urs Hofmann über «Potenzial 50plus»



Arbeitswelt Aargau: Urs Hofmann, warum macht der Aargau eine Kampagne für Stellensuchende 50plus?

Urs Hofmann: Für die über 50-Jährigen ist es schwieriger als für Jüngere, eine Stelle zu finden. Sie sind in der Regel erheblich länger arbeitslos. Auch gut Qualifizierte haben Mühe. Überall wird zwar davon gesprochen, dass wir die Älteren brauchen, die Realität für die Betroffenen ist jedoch oft eine andere.

Was sind die Ziele der Kampagne?

Wir wollen den Arbeitgebenden das Potenzial der über 50-Jährigen bewusst machen. Möglichst viele sollen dies erkennen und ältere Frauen und

Männer einstellen. Denn für Unternehmen sind altersgemischte Teams von Vorteil. Kooperationspartner für unsere Kampagne kommen von der Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite. Auch der Aargauische Gewerbeverband unterstützt unser Anliegen.

Wann ist die Kampagne für Sie erfolgreich?

Wenn Stellensuchende 50plus mehr Chancen auf dem Arbeitsmarkt haben. Das lässt sich nach der Kampagne natürlich nicht hieb- und stichfest belegen. Aber wenn die Dauer der Arbeitslosigkeit der Älteren sinkt, ist das ein grosser Erfolg. Wenn nur zehn Personen aufgrund der Kampagne einige Monate früher in den Arbeitsmarkt eintreten können, hat sich die Kampagne finanziell ausbezahlt. Schön wäre es, wenn möglichst viele Arbeitgeber denken würden: «Ja, ich probiere es, jetzt schaue ich mir auch einen Bewerber oder eine Bewerberin über 50 genauer an und gebe ihm oder ihr eine Chance.»

DAS WORT DES PRÄSIDENTEN

WIE WEITER GEGEN DIE LINKE NEIDGESELLSCHAFT?



Mittlerweile haben wir alle drei Monate ein Abstimmungspaket mit gewichtigen Auswirkungen auf die Unternehmenslandschaft. Kaum ist das eine entschieden, kommt die nächste Welle. Die Vorlagen

kommen zuhauf aus dem linken Politlager. Hinter ihrem Strickmuster steht immer die Ausweitung der Sozialisierung, sprich die Gleichmacherei. Die Neidgeellschaft wird gezielt gezüchtet. Die Geschichte und die unzähligen aktuellen Beispiele beweisen augenfällig, dass dies automatisch zum Untergang führt. Die linken Politiker, oft ohne ausgewiesenen Berufserfolg, bekommen von den Medien jedesmal ausgezeichnete Darstellungsplattformen. Man muss ihnen zugestehen, dass sie die Medienbühne geschickt nutzen. Bei vielen Betriebsinhabern spüre ich, dass sie vom ewigen Kampf gegen die neuen Vorlagen ermüden. Aber auch viele bürgerliche Politiker sind von

der Abstimmungsflut überdeckt und sind froh, wenn sie sich heraushalten können.

Aus diesen Sätzen klingt Frust. Doch Frust und Lethargie sind schlechte Rezepte. Eine starke Unternehmenslandschaft ist die Grundvoraussetzung für den Wohlstand. Das wissen eigentliche alle haargenau. Die bevorstehende 1:12-Initiative wird ein guter Gradmesser der Vernunft. Was können und müssen die Unternehmen künftig tun? Bestimmt müssen wir vermehrt gegen die schwarzen Schafe im gesamten Unternehmenskreis ankämpfen. Es kann nicht sein, dass etwa 50 Unternehmer der Schweiz die «restlichen» 300 000 Unternehmer ungerecht-

fertigt ins Kreuzfeuer ziehen. Damit die Linken an Plattformen verlieren, sollten die Unternehmen nur und geschlossen in solchen Medien inserieren oder Werbezeiten kaufen, die ausgesprochen unternehmensfreundlich sind. Der Journalismus würde dies zwar verdammen und die «eingeschränkte» Meinungsbildung rügen. Aber bevor er kein Geld mehr bekommt, wäre er womöglich bereit, doch den wirtschaftsfreundlichen Kurs gewichtiger zu unterstützen. Für einen solchen Boykott ist die Zeit noch nicht reif. Wir steuern aber in diese Richtung!

Kurt Schmid

BLITZLICHTER



- Bereits zum fünften Mal führte **Paul Stalder**, AGV-Vorstandsmitglied, in der Trotte Villigen den Martini-Treff durch. Er konnte 200 Personen zum interessanten Programm mit dem Thema «Landwirtschaft – Die Bauern als Unternehmer: Was wir von ihnen lernen können» begrüssen. Nach Referaten von Regierungsrat Roland Brogli und Bauern-Präsident Markus Ritter diskutierten Konsumentenschützerin Sara Stalder und Meisterlandwirt Renzo Blumenthal mit den Referenten insbesondere über das äusserst erfolgreiche Lobbying der Bauern und deren politische Durchschlagskraft. Umrahmt wurde die Veranstaltung von Hackbrettvirtuose Nicolas Senn. Die Veranstaltung wurde von zahlreichen Sponsoren finanziert! Sie darf andern Bezirken sehr zur Nachahmung empfohlen werden.
- Als eloquenter und überzeugender Redner erwies sich in der Villiger Trotte der Präsident des Schweizerischen Bauernverbands, **Markus Ritter**. Der Landwirt und Wirtschaftsingenieur pries nicht nur die Vorteile der schweizerischen Landwirtschaft und deren Produkte, sondern zeigte auch auf Fragen des Moderators Verständnis für die Anliegen des Gewerbes. Erfreulich differenziert wies er auf die unterschiedlichen Arbeitsvorschriften und Kontrollintervalle zwischen Landwirtschaft und Gewerbe hin und plädierte für gleich lange Spiesse für die beiden Berufsgruppen. Sie sollen sich unter gleichen Bedingungen vermehrt ergänzen. Er entpuppte sich als klarer Anhänger freier Märkte, auf denen sich nur innovative Unternehmerinnen und Unternehmer behaupten können. Sein Auftritt schuf viel Goodwill für die Landwirtschaft.
- Nur äusserst knapp brachte der Vorsteher des Finanzdepartements, **Regierungsrat Roland Brogli**, seine Pensionskassenvorlage durch den Grosse Rat. Das bisherige Verhältnis der Prämienzahlungen von Arbeitgeber und Arbeitnehmer von 60:40 % wurde mit lediglich drei Stimmen Unterschied und die Wahl der Arbeitgebervertreter in den Vorstand der Aargauischen Pensionskasse gar nur mit einer Stimme Unterschied beschlossen. Leider fehlten bei der SVP drei und bei der FDP ein Grossratsmitglied. Bei vollständiger Fraktionsstärke hätte das Prämienverhältnis 56,4:43,6 % betragen und wären die Arbeitgebervertreter vom Grosse Rat, statt vom Regierungsrat, in den APK-Vorstand gewählt worden. Angesichts dieser labilen Mehrheitsverhältnisse ist der Ausgang der Lohnrunde Ende Monat völlig offen. Der Finanzvorsteher liess sich an der Grossratsdebatte von vier Mitarbeitenden begleiten, was einerseits die Wichtigkeit dieser Vorlage belegt und andererseits Sparmöglichkeiten in der Verwaltung aufzeigt.

Observator

TOP-ADRESSEN

Ausbildung

Lernwerk Lehrbetriebsverbund

Partner für berufliche Grundbildung.
Unterstützung, Begleitung und
individuelle Betreuung.
info@lernwerk.ch, Tel. 056 201 77 77

Bekleidung für Firmen/Vereine

MARKA DIETIKON AG

www.marka.ch, Tel. 044 741 49 56
Alles mit Ihrem Logo veredelt

Beratung / Information

ask! – Beratungsdienste Aargau

Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung
Jugendpsych. Dienst für Berufslernende
Info-Zentren, Online-Information
www.beratungsdienste-aargau.ch

Blachen, Hüllen, Zelt- Zubehörvermietung

Blacho-Tex AG

5607 Hägglingen
Tel. 056 624 15 55, Fax 056 624 15 59
www.blacho-tex.ch, info@blacho-tex.ch

Catering

Metzgerei – Partyservice

V. Lupoli AG
Hch.-Wehrlistrasse 8, 5033 Buchs AG
www.metzgerei-lupoli.ch

Druckerei / grafisches Unternehmen

egloff druck ag

Bifangstrasse 5, 5430 Wettingen
info@egloff-druck.ch
Tel. 056 438 09 90

Oeschger Druck

Ocostrasse 20, 5330 Bad Zurzach
Tel. 056 249 12 22
oeschgerdruck@swissonline.ch
oeschgerdruck.ch

Erwachsenenbildung

Berufs- und Weiterbildungszentrum Brugg

Informatik, Sprachen, Wirtschaft,
Prüfungsvorbereitung, Persönlichkeit
Industriestrasse 19, 5200 Brugg
Tel. 056 460 24 24, kursadmin@bwzbrugg.ch
www.bwzbrugg.ch

Fahrzeuge / Garage

Emil Frey AG

Autocenter Safenwil
Emil-Frey-Strasse, 5745 Safenwil
Tel. 062 788 88 88, Fax 062 788 82 00
autocenter@emilfrey.ch
www.emilfrey/safenwil.ch

Informatik / EDV / Sicherheit

GIS Global IT Service GmbH

Seetalstrasse 2, 5703 Seon
Tel. 062 775 44 11, Fax 062 775 44 12
info@gisgmbh.ch, www.gisgmbh.ch

We Connect AG

Lindenplatz 6, 5430 Wettingen
Tel. 056 437 29 00, Fax 056 437 29 09
administration@wcon.ch, www.we-connect.ch

Ingenieurbüro Haustechnik

Haustechnik – Planungsbüro USIC

Sanitär – Heizung – Lüftung
Beat Friedrich, www.friedri.ch
Mattenweg 9, 8905 Islisberg
Grabenstrasse 5, 8952 Schlieren

Inserate – Werbung – Beratung

Inweb AG

Postfach, 8153 Rümlang
Tel. 044 818 03 07, Fax 044 818 03 08
info@inwebag.ch, www.inwebag.ch

Kaufmännische Unterstützung

Antonio Giampà

Management Support
Administration, Organisation, Projekte
Wiesenweg 15, 5524 Niederwil AG
Tel. 079 418 13 20, www.agiampa.ch

Räumungen / Entsorgung / Abfall

Obrist Transport + Recycling AG, Neuenhof

Estrich, Keller, Gewerberäume, ganze Häuser
Wir räumen und entsorgen effizient und sauber
www.obrist-transporte.ch, Tel. 056 416 03 00

Reisebüro Weltweit

Ozeania Reisen AG

Träumen – Reisen – Erleben
Badenerstrasse 12
5442 Fislisbach/Baden
Tel. 056 484 20 20, www.ozania.ch

Schreinerei – Innenausbau

F. & U. Wirz AG

Küchen, Bad und Böden
5504 Othmarsingen, Tel. 062 896 20 20

Treuhand

Geissmann Treuhand GmbH

Treuhand, Steuern, Buchhaltungen
Sonnenweg 8, 5607 Hägglingen
Tel. 056 610 18 20, treuhand@geissmann.info
www.geissmann.info

Umzug – Lagerhaus – Reinigung

Best Umzug AG

Tel. 062 887 30 00, www.best-umzug.ch
Mägenwil / Rotkreuz / Zürich

Versicherungen / Berufliche Vorsorge

INSURA Consulting Urech & Partner AG

Versicherungsbroker und Vorsorgeberatung
Kasinostrasse 15, 5001 Aarau
www.insura.ch, Tel. 062 836 88 66

Wasserenthärtung / Schwimmbadbau

CWT Culligan Wassertechnik AG

Ihre Experten für Kalkprobleme im
Haushalt und alles rund ums Schwimmbad
Bruneggerstrasse 45, 5103 Möriken AG
www.watercompany.ch, Tel. 062 893 44 44

Weiterbildung / Kaderausbildung

Handelsschule KV Aarau

Erwachsenenbildung/Führungsakademie
Bahnhofstrasse 46, 5001 Aarau
Tel. 062 837 97 24, Fax 062 837 97 29
b.schwab@hkvaarau.ch, www.hkvaarau.ch

zB. Zentrum Bildung – Wirtschaftsschule KV Baden

Kreuzlibergstrasse 10, 5400 Baden
www.zentrumbildung.ch

TOP-ADRESSEN

Telefon 044 818 03 07, info@inwebag.ch

(Zeile Fr. 35.– / Rubrik gratis!)

12 FRAGEN AN BENNO MEIER, GESCHÄFTSFÜHRER DER FIRMA BM CONSULTING SOFTWARE & SERVICES FÜR KMU IN BRUGG

AM MEISTEN FREUT SICH BENNO MEIER ÜBER SEINE FRAU

PAUL EHINGER

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

Nach der Handelsschule habe ich in verschiedenen Abteilungen einer Schweizer Bank gearbeitet. Schon damals haben mir technisch orientierte Abteilungen am meisten Freude bereitet. Ich habe mich dann entschieden, in die Informatik einzusteigen. Damals, vor rund 30 Jahren, gab es keine Informatiklehre. Informatiker konnte man nur als Quereinsteiger werden. Bei einem internationalen Informatikunternehmen habe ich mit der Ausbildung als Programmierer für Bankensoftware begonnen.

Gingen Sie gerne zur Schule? Mussten Sie auch einmal eine Strafaufgabe machen und warum?

Meine Begeisterung für die Schule hielt sich in Grenzen. Es war aber auch nicht so, dass ich völlig ungern zur Schule ging. Deshalb habe ich die

Schulzeit auch mit einem Mittwochnachmittag verlängert. In der Nacht hatte es geschneit und während die anderen Ski fahren gingen, habe ich am Mittwochnachmittag im Schulzimmer Strafaufgaben gemacht. Die Ursache war eine neue Lehrerin, bei der ich natürlich die Grenzen ausloten wollte. Diese waren leider nicht so hoch, wie ich mir erhofft hatte.

Welches war bis anhin der Höhepunkt Ihrer beruflichen Karriere?

Es war sicher der Schritt in die Selbstständigkeit mit der Gründung der BM Consulting vor 22 Jahren. Bis heute habe ich diesen Schritt nie bereut.

Worüber freuen Sie sich? Worüber ärgern Sie sich?

Grosse Freude bereitet mir meine Frau. Sie ist im Unternehmen für den Bereich Sage 50 Rechnungswesen und Lohnbuchhaltung verantwortlich und der ruhige Pool. Irène hält schon seit über 30 Jahren zu mir. Ärgern können mich Menschen, die häufig jammern und negativ eingestellt sind, die sogenannten «Nörgeler».

Welches ist Ihr wichtigster Grundsatz bei der Führung Ihres Unternehmens?

Unkompliziert und schnell Herausforderungen annehmen und für unsere Kunden überzeugende Lösungen für komplexe Problemstellungen finden. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen teamorientiert und selbstständig mit einer hohen Eigenverantwortung arbeiten können.

Wie verbringen Sie Ihre Freizeit?

Wir besitzen einen eigenen Wohnwagen und sind an den Wochenenden häufig auf verschiedenen Campingplätzen in der Schweiz anzutreffen. Sportlich stehen Velofahren, Walken, Wandern und Schneeschuhlaufen im Vordergrund.

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

Da muss ich nicht lange überlegen. Ich bin Präsident des Gewerbevereins Zentrum Brugg und investiere in dieses Amt viel Zeit.

Welches ist für Sie der beste Sportclub?

Seit meiner Schulzeit bin ich ein grosser Fan des FC Basel.

Welche Zeitungen lesen Sie und wie lange brauchen Sie für die Zeitungslektüre?

Zum täglichen Morgenkaffee gehört die AZ und seit es einen eigenen Brugger Teil gibt, erst recht. Die Wochenzeitungen «General-Anzeiger» und «Regional» sowie die «Aargauer Wirtschaft» gehören ebenfalls zur Pflichtlektüre. Beruflich bedingt, lese ich auch viele Fachzeitschriften.

Welches ist Ihr Aargauer Lieblingswein?

Ich bevorzuge Rotweine unserer beiden Mitglieder des Zentrum Brugg, Hartmann, Remigen, und Birchmeier, Oberflachs.

Welches ist für Sie der schönste Ort im Kanton Aargau?

Seit 26 Jahren wohne ich in Brugg und mir gefällt es hier sehr gut. Ich erhole mich gerne in der Natur und da bestehen mit dem «Bruggerberg» und dem «Wasserschloss» viele Möglichkeiten.

Was unternehmen Sie für das Gedeihen des Aargauer Gewerbes?

Seit 2002 arbeite ich im Vorstand des Zentrum Brugg mit. Vor zwei Jahren habe ich das Präsidium a. i. und seit März 2013 definitiv übernommen. Geschäftlich und privat berücksichtige ich, wo immer möglich, lokale Unternehmen.

Benno Meier, geboren am 6. 3. 1961, ist Inhaber und Geschäftsführer der Firma BM Consulting, Software & Services für KMU. Nach der Handelsschule machte er eine Ausbildung zum Applikationsentwickler und bildete sich weiter zum Projektleiter. 1991 gründete er das IT-Unternehmen BM Consulting. Benno Meier ist verheiratet und hat zwei erwachsene Töchter. BM Consulting berät und begleitet Unternehmen bei der Konzeption und im Betrieb ihrer IT-Anwendungen. Kernkompetenzen sind

Sage 50 Rechnungswesen und Lohnbuchhaltung sowie Lösungen für die Auftragsabwicklung und Kundenverwaltung. Mit fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, davon zwei Freelancer, bietet BM Consulting Lösungen und Dienstleistungen für die gesamte Unternehmensadministration an.



HIGHTECH
ZENTRUM
AARGAU 

Jetzt anmelden:

3D-Printing

Die industrielle Anwendung von 3D-Druck – von KMU für KMU
Mittwoch, 27. November 2013, 15 Uhr.

Infos und Anmeldung: www.hightechzentrum.ch/3d-printing

Hightech Zentrum Aargau AG

Badenerstrasse 13 | 5200 Brugg | Tel. 056 560 50 50



Die Cleversten

gluz

Wir suchen auch Ihre Stärken – Aargauer Unternehmenspreis 2014

Im Frühjahr 2014 vergibt die Aargauische Kantonalbank in Zusammenarbeit mit dem Aargauischen Gewerbeverband erneut den attraktiven Aargauer Unternehmenspreis. Mehr Informationen finden Sie unter: www.akb.ch/unternehmenspreis

Ausgezeichnet werden:

- Das beste Kleinunternehmen mit bis zu 9 Mitarbeitenden.
- Das beste Industrie- und Produktionsunternehmen (bis 250 Mitarbeitende).
- Das beste Dienstleistungs- und Handelsunternehmen (bis 250 Mitarbeitende).



Wild auf einen Preis?
Anmelden bis 31.12.2013
akb.ch/unternehmenspreis