

Aargauer Wirtschaft

Zeitschrift des Aargauischen Gewerbeverbands



AGV
Aargauischer Gewerbeverband

Unternehmerisch.

Einladung

9. Aargauer Berufsbildungstag

Dienstag, 5. März 2019, 18.30 Uhr
im Gemeindesaal Buchs

➤ Seite 12

Stilvoller Auftakt ins AGV-Jubiläumsjahr

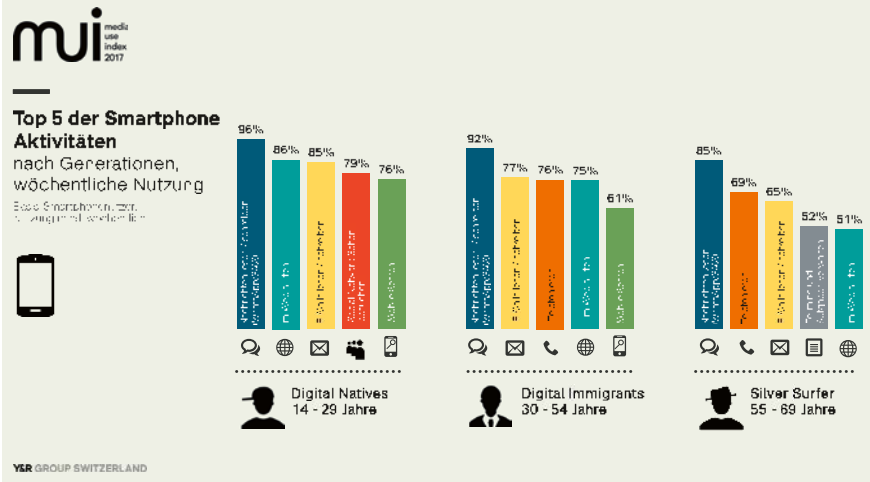
Im Rahmen der Feierlichkeiten zum 125-Jahr-Jubiläum des AGV organisieren die Gewerbevereine des Bezirks Zofingen einen regionalen «Gala-Abend». Dieser findet am 16. März eingebettet in den traditionellen Frühlingsball im Zofinger Stadtsaal statt.

➤ Seite 14

AGV empfiehlt Marianne Binder, Thierry Burkart und Hansjörg Knecht für die Wahl in den Ständerat

Kriterien für Wahlunterstützung bestätigt

➤ Seite 18



MEDIENNUTZUNG HEUTE UND MORGEN AUS DER SICHT EINES MEDIENANBIETERS

Wir alle führen ein immer intensiveres mobiles Leben. Die Bedeutung mobiler Endgeräte und die damit einhergehende Mediennutzung nimmt weiter zu. Die Flexibilität – vielleicht sogar nur zum Schein – wird von den Konsumentinnen und Konsumenten gesucht und gefordert. Die neuen Medien und Technologien sind im Mainstream angekommen. Die Möglichkeiten, um sich zu informieren, sind noch nie so zahlreich gewesen wie heute. Die Nachrichtenmaschinerie läuft rund um die Uhr. Es ist spannend zu beobachten, wie schnell man sich heute über Facebook, Instagram und Twitter selber und direkt mitteilen kann.

➤➤ SEITE 4

INSIDE



Mediennutzung heute und morgen aus der Sicht eines Medienanbieters

➤ Seite 4



Vom Zeitungs- zum Medienhaus

➤ Seite 6



Wie der digitale Wandel die AZ beschleunigt

➤ Seite 7

abaclick.ch

ABACLICK
by Abacus

BusPro

Das Business-Programm

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

www.buspro.ch

ztprint
die können mehr.

ztprint.ch

Partnerschaft beruht auf gegenseitiger Wertschätzung.

Der Printbereich der ZT Medien AG

GEMEINSAM
HOCH HINAUS

rohrag.ch

rohrag
garantiert sauber.

Wählen Sie!

Am 25. April 2019 vergeben die Aargauische Kantonalbank und der Aargauische Gewerbeverband zum 13. Mal den Aargauer Unternehmenspreis.

Erstmals wählen Sie in der Kategorie A die Finalisten.
Dies ganz einfach Online:
akb.ch/aup-voting

AARGAUER UNTERNEHMENS- PREIS



Aargauischer Gewerbeverband



Aargauische
Kantonalbank



NEU

Wählen Sie
in der Kategorie A
die Finalisten



INHALT

- 4 Mediennutzung heute und morgen aus der Sicht eines Medienanbieters
- 9 «Die Botschaft» vereint Tradition und Jugend



- 20 Herzblut und Leidenschaft für den Holzbau
- 23 «Gemeinsam sind wir stark»
- 25 Eine gelungene Premiere
- 26 Netzwerk Aargau innovativ
- 28 Migranten gezielt fördern

Thema im März:
Gesundheitswesen Aargau

Thema im April:
125 Jahre AGV

Thema im Mai:
Sport und Wirtschaft

UM MITGLIEDER ZU GEWINNEN UND ZU HALTEN, BRAUCHT ES MEDIENARBEIT UND PERSÖNLICHE KONTAKTE

Der Aargauische Gewerbeverband (AGV) kann in diesem Jahr mit seinen rund 11 000 Mitgliedern sein 125-jähriges unternehmerisches und erfolgreiches Engagement zu Gunsten der Aargauer KMU und des dualen Berufsbildungssystems feiern.

Ein Rückblick bestätigt: Um längerfristig als Verein erfolgreich zu sein, braucht es sehr viel «Herzblut» und «Knochenarbeit» seitens der entsprechenden Vorstände und von solidarisierenden Mitgliedern mitgetragene Ziele und Strategien. Die AGV-Leitung war sich stets bewusst, dass der Gegenwert des Mitgliederbeitrags sich nicht nur aus dem Wert der Verbandsaktivitäten und -dienstleistungen, mit Kollektiv- und Individualnutzen, sondern auch aus dem Wert der emotionalen Anbindung zusammensetzt (Sinn, Mitgestaltung, Identifikation, Vertrauen, Image etc.). Um Mitglieder zu gewinnen und zu halten, brauchte es zwingend Aufklärungs- bzw. Medienarbeit.

Der AGV benutzte bereits sehr früh verschiedene Medien, sei es, um an die Öffentlichkeit per «Pressecommuniqués» oder an die Basismitglieder per «Monatsbrief» zu gelangen. Die Monatsbriefe wurden an die Gewerbevereine und Berufsverbände zur Weiterleitung an ihre Mitglieder zugestellt, was vielerorts nicht passierte. Da die Herausgabe einer eigenen Verbandszeitschrift zu aufwändig war, lancierte der AGV eine «Aargauer Seite» in der Schweizerischen Gewerbezeitung (sgz). Da das sgz-Abonnement kostenpflichtig war, führten nur wenige Gewerbevereine und Berufsverbände ein Pflicht-sgz-Abonnement ein. Als sehr modern wurde die Einführung eines «Nachrichtendienstes» angekündigt, mit welchem Mitglieder wichtige AGV-News per Telefon abhören konnten. Aber auch dieses Medium war nicht erfolgreich und die AGV-Leitung musste weiter kritische Fragen entgegennehmen, da sehr viele Mitglieder kaum Bescheid über die Aktivitäten des AGV wussten. Der Zeitgeist um die Jahrtausendwende brachte u. a. mit sich, dass eine Verbandsmitgliedschaft keine Selbstverständlichkeit mehr war, und die Forderungen nach einem transparenten sowie genügend hohen Beitragsgegenwert wurden immer stärker.

Die Lancierung einer eigenen Mitgliederzeitung im Jahr 2005 und der Ausbau der Internetangebote können als Meilensteine bewertet werden, denn die grosse Nachfrage seitens der Mitglieder für Informationen rund um die Aktivitäten «ihres» AGV konnte endlich zufriedengestellt werden. Da Medien alleine zu wenig Emotionen schaffen, hat der AGV flankierend seine persönlichen Kontakte zu den Sektionen und Basismitgliedern äusserst wirkungsvoll mit diversen Anlässen stark ausgebaut. Daraus lässt sich schliessen, dass der Erfolg einer unternehmerischen Gewerbeorganisation den Einsatz von Medien und viele persönliche Kontakte bedingt.



Peter Fröhlich
Geschäftsführer Aargauischer
Gewerbeverband AGV

IMPRESSUM Mitteilungsblatt für die Mitglieder des Aargauischen Gewerbeverbands, 14. Jahrgang

printed in
switzerland

Herausgeber AGV Aargauischer Gewerbeverband, Gewerbehaus, Entfelderstrasse 19, Postfach, 5001 Aarau, Telefon 062 746 20 40, Fax 062 746 20 41, E-Mail agwi@agv.ch

Redaktion Peter Fröhlich, Geschäftsleiter AGV, Andreas Wagner, Geschäftsleiter-Stv. AGV, Kurt Schmid, Präsident AGV, Renate Kaufmann, Mitglied GL AGV, Eveline Frei

Beiträge Omar Ateya, Urs R. Boller, Helmut Breidenbach, Marco Canonica, Rolf Cavalli, Flavio De Nando, Sara Gavesi, Walter Herzog, Claudia Hoffmann-Burkart, Martin Meili, Roland Oetterli, Chris Regez, Anja Schleuniger, Michael Spühler **AGV Aargauischer Gewerbeverband** Auflage 11 000 Ex. Erscheinungsort: Zofingen, Erscheinungsweise: 12-mal pro Jahr, Nachdruck unter Quellenangabe gestattet, Belegexemplare erbeten **Herstellung** ZT Medien AG, Henzmannstrasse 20, 4800 Zofingen, Telefon 062 745 93 93, Fax 062 745 93 49, www.ztmedien.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 **Besuchen Sie uns auf dem Internet:** www.agv.ch

Adressänderungen an agwi@agv.ch



MEDIENNUTZUNG HEUTE UND MORGEN AUS DER SICHT EINES MEDIENANBIETERS

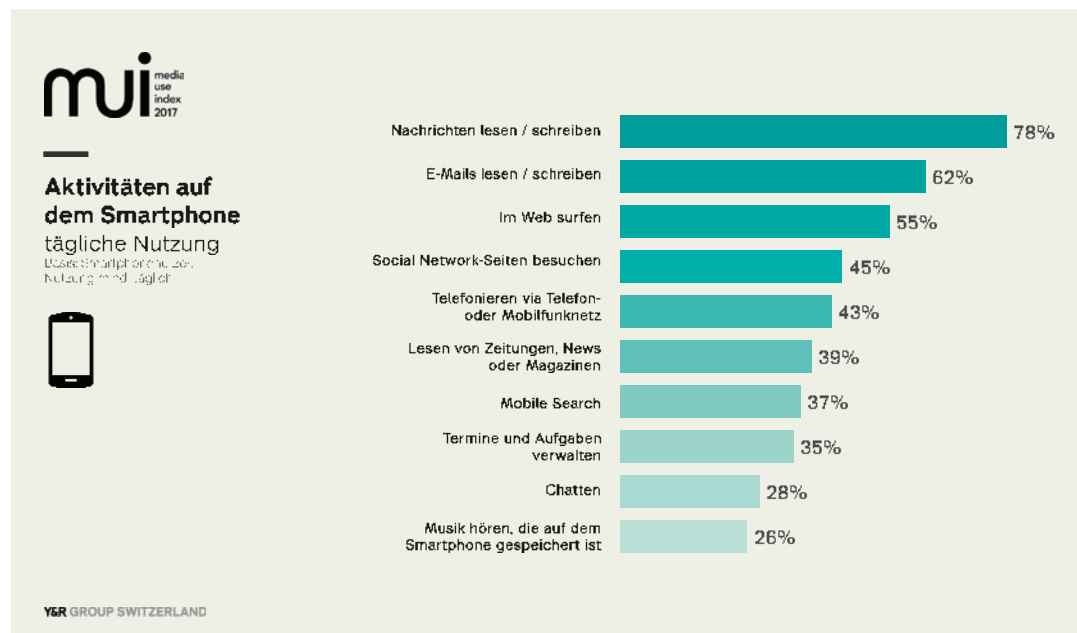
Wir alle führen ein immer intensiveres mobiles Leben. Die Bedeutung mobiler Endgeräte und die damit einhergehende Mediennutzung nimmt weiter zu. Die Flexibilität – vielleicht sogar nur zum Schein – wird von den Konsumentinnen und Konsumenten gesucht und gefordert. Die neuen Medien und Technologien sind im Mainstream angekommen. Die Möglichkeiten, um sich zu informieren, sind noch nie so zahlreich gewesen wie heute. Die Nachrichtenmaschine läuft rund um die Uhr. Es ist spannend zu beobachten, wie schnell man sich heute über Facebook, Instagram und Twitter selber und direkt mitteilen kann. Heute kann jedermann ein spontaner Nachrichtenmacher sein. Wenn Schnelligkeit aber vor Genauigkeit geht, kann das böse Folgen haben. Ist nun die Aussage wahr oder ein Fake?

Herausforderungen für Medienunternehmen

Die Herausforderungen für ein Medienunternehmen werden aber dadurch nicht weniger. Es gilt nun in Zukunft neue Geschäftsfelder zu entwickeln und die Medienvielfalt zu



Roland Oetterli
Direktor ZT Medien AG,
Zofingen



managen. Die klassische Medienarbeit mit all ihren Facetten löst sich schleichend auf. Innerhalb des Journalismus verdrängt die Forderung nach Reichweite die Qualität. Es ist zu konstatieren, dass die Kaufbereitschaft des Publikums für Unterhaltungsangebote grösser ist als für die aufbereitete Qualitätsinformation. Die vorherrschende Gratskultur hat das Preisbewusstsein für eine echte journalistische Leistung weitgehend aufgelöst. Und wenn wir nach wie vor die Haltung vertreten, dass ein professioneller Informationsjournalismus für eine Demokratie und nicht zuletzt auch für die Grundbildung des Einzelnen einen wesentlichen Faktor darstellt, dann sind wir echt gefordert.

Klassische Mediawerbung unter enormem Druck

Nur am Rande sei erwähnt, dass Google als führende Suchmaschine mit einem Marktanteil von 94 Prozent ein De-facto-Monopol innehat. Die hinterlegten Algorithmen entscheiden immer öfters, was uns zu interessieren hat, und bieten in Sekundenschnelle Antworten auf unse-

re vielen Alltagsfragen. Parallel dazu steht die klassische Mediawerbung unter einem enormen Druck. Werbeinserate, Drucksachen wie auch die Werbespots in den TV-Stationen befinden sich alle in einem Umsatzabwärtstrend. Eine nachhaltige Veränderung durch die Werbetreibenden ist nicht in Sicht und wird sich auch nicht in Zukunft einstellen. Die Marketing- und Kommunikationsspezialisten von grösseren Unternehmen fokussieren sich vermehrt auf die sozialen Medien und suchen ihr Glück in der digitalen Umgebung. Die klassischen Hauptmedien werden zu ergänzenden Nebenmedien degradiert. Der Umkehrschluss ist fatal – die ausbleibenden Werbeerlöse verunmöglichen die Finanzierung von einem ausgewogenen und qualitativ guten Journalismus.

Die guten alten Zeiten kehren nicht mehr zurück. Die heutige Art und Weise der Ausgestaltung von Werbeträgern und deren Werbemitteln wird sich in ein paar Jahren ganz anders präsentieren. Die Einwegkommunikation wird definitiv durch einen aktiven Dialog ersetzt. Das einzelne Individuum will sehr schnell und auf

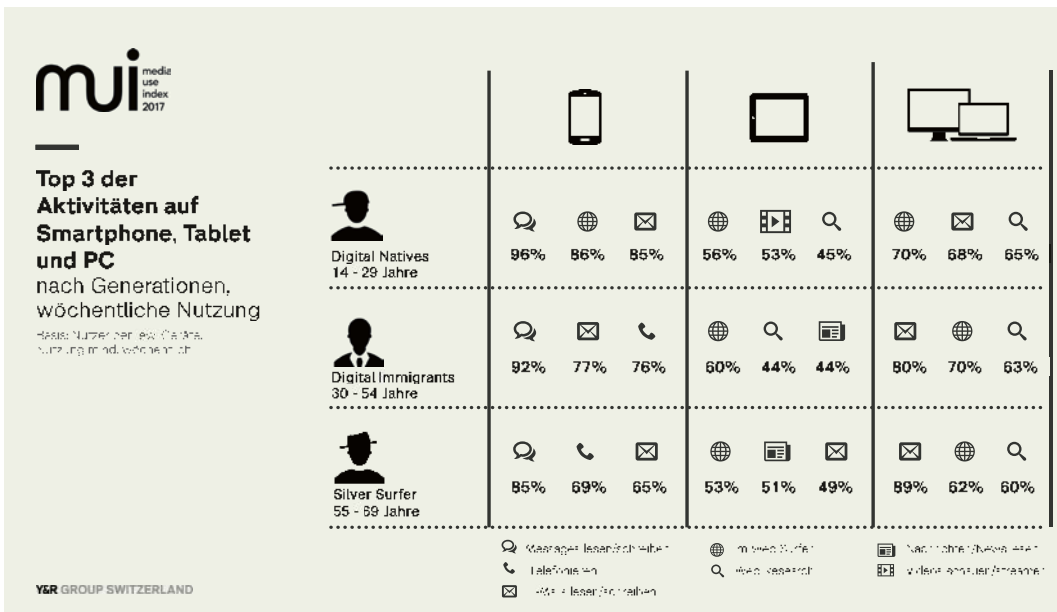
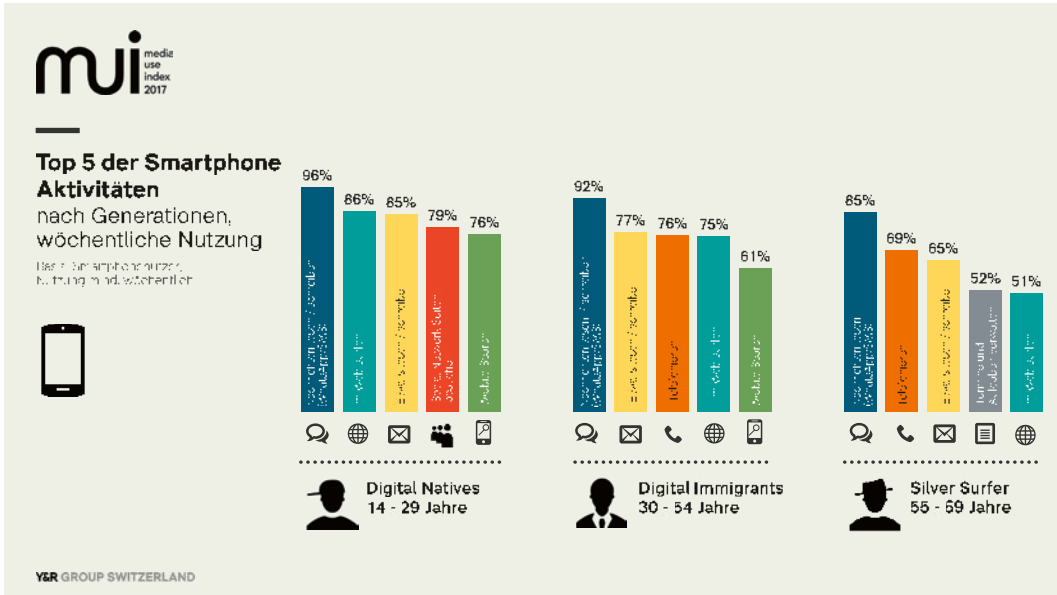
unterschiedliche Art und Weise mit Informationen versorgt werden und das Gleiche gilt für die Unterhaltung.

Was kommt auf uns zu?

Spontan viel Neues und vielleicht nicht nur Gutes. Durch die technologische Entwicklung steigert sich die Nachfrage nach Dienstleistungen. Ein paar wesentliche Faktoren seien hier aufgeführt:

- Trend zu Convenience
- steigende Ansprüche an Dienstleistungsangebote
- sinkende Loyalität
- zunehmende Konkurrenz
- Komplexität der einzelnen Sache
- Entlokalisierung von geschäftlichen Kontakten

Die Digitalisierung erleichtert zudem den Eintritt zusätzlicher neuer Mitbewerber und ermöglicht die Mobilität der Ressourcen wie noch nie zuvor. Eine Marktlücke aufzufinden oder sogar in einem bestehenden Markt Überhand zu gewinnen, ist kaum mehr möglich. Durch die enorme Informationsüberlastung in unserer Gesellschaft stellt sich die Bekanntmachung von etwas Neuem für



Dritte immer schwieriger dar. Die finanziellen Aufwendungen wären massiv. Hier erkennen wir einen grossen Vorteil für unsere eigenen Bemühungen. Die Werbekosten in unseren eigenen Werbeträgern beschränken sich auf die Herstell- und anteilmässigen Vertriebskosten. Dieser Umstand erlaubt es uns, regelmässig die eigenen Angebote grossflächig und im gesamten Zielraum bekannt zu machen. Wir als Medienanbieter benötigen die heutigen Medienprodukte mehr denn je für die Transformation in die neue digitale Welt. Mit den Wochenzeitungen erschliessen sie uns die privaten Haushaltungen und ermöglichen die Bekanntmachung unserer Marke mit deren Dienstleistungen. Auch das lokale Gewerbe braucht nach wie vor lokale Werbeträger. Ein klassisches Aktionsinserat flankiert mit einem digitalen Angebot als Pushmeldung kann die Wirkung im Ziel eigentlich nicht verfehlen.

Die Studie wurde 2009 erstmals durch die Y&R Group Switzerland durchgeführt. Hierfür wurden 2000 Personen zwischen 14 und 69 Jahren aus der Deutsch- und Westschweiz online zu ihrem Mediennutzungsverhalten befragt. Die Stichprobe ist repräsentativ gemäss den offiziellen Strukturdaten der Schweiz.

www.media-use-index.ch

Elektroanlagen
Voice & IT
Automation

Service macht den Unterschied.
Brugg · Frick · Baden · Olten · Möriken Wildegg · Lenzburg

JOST Elektro AG
Wildschachenstr. 36
5201 Brugg
Tel. 058 123 89 89
Fax 058 123 89 90
Pikett 058 123 88 88
brugg@jostelektro.ch
www.jostelektro.ch



Bestens beraten auf allen Ebenen.



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

www.uta.ch



VOM ZEITUNGS- ZUM MEDIENHAUS

Die Digitalisierung verändert auch im Medienbereich die Geschäftsmodelle. Wer wusste vor 15 Jahren etwas von Facebook, Snapchat oder Instagram? Gibt es sie in 10 Jahren noch? Wie heissen die nächsten?

Neue technologische Entwicklungen verändern den Medienkonsum – aber auch die Möglichkeiten der Informationsverbreitung. Veränderungen bieten immer auch Chancen – wir wollen diese nutzen.



Walter Herzog

Verleger und Chefredaktor
Neue Fricktaler Zeitung AG



Kompetente Informationen der Neuen Fricktaler Zeitung auf allen Medienkanälen

Wenn wir auf unsere bald 160-jährige Zeitungsgeschichte zurückblicken, hat das Papier als Trägermedium während rund 140 Jahren dominiert. In den vergangenen 20 Jahren startete die digitale Revolution, angefangen mit dem Internet und allen seinen Weiterentwicklungen. Geniale Geräte wie Smartphones, Kindle, Tablets sowie clevere Apps und vieles mehr sind Alltag geworden. Sie eignen sich hervorragend als Informationsträger.

Wie geht es weiter? Was erwartet uns übermorgen? Und was bedeutet dies für uns als Medienunternehmen?

Kernkompetenz liegt bei der exklusiven Information

Die Kernkompetenz unseres Medienhauses liegt nicht in erster Linie beim Bedrucken und Verbreiten von Papier wie anno dazumal. Sie liegt ganz klar bei der exklusiven Information. Dazu braucht es viel Know-how, eine hohe Qualität der Informationen, Nähe zu

den Fricktaler Themen und Lesern. Diese Kompetenz generiert einzigartige Informationen, die unverwechselbar und nicht austauschbar sind. Voraussetzung dafür sind sehr gute Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die mit sehr viel Herzblut an der Arbeit sind. Sie stehen dafür ein, dass die Informationen geprüft und professionell verarbeitet werden. So erreichen sie eine hohe Qualität. Sie müssen der Wahrheit möglichst nahekommen – als klare Abgrenzung zu «Fake News». Nur so erreichen wir eine hohe Glaubwürdigkeit für unsere Marke. Glaubwürdigkeit ist das wichtigste Gut.

Über welche Medien wir unsere Leser erreichen, ist sekundär. Ob auf Papier oder zunehmend auch online – beides hat seinen Wert. Auch wenn wir noch nicht genau wissen, wohin die Reise geht, der Kurs ist klar: Aus dem Zeitungshaus wird ein Medienhaus. Mit innovativen Ideen führen wir unsere Produkte und die Marke «Neue Fricktaler Zeitung/NFZ» in die digitale Zukunft – zu einer noch attraktiveren Informationsplattform für das Fricktal.

Aargauer Wirtschaft

Zeitschrift des Aargauischen Gewerbeverbands

125
Jahre
AGV



AGV
Aargauischer Gewerbeverband

Unternehmerisch.

Ja!

Aargauer Wirtschaft

Anzeigenverwaltung / Tarifbestellungen

Inserate / Publireportagen / Beilagen

Willy Stähli – 044 818 03 07 – staehli@inwebag.ch

Wir gratulieren und inserieren ...

in der **Jubiläumsausgabe**

«125 Jahre AGV»

(April – Grossauflage 160 000!)

WIE DER DIGITALE WANDEL DIE AZ BESCHLEUNIGT

Auch die Regionalzeitungen werden von der digitalen Revolution erfasst. Die AZ versucht diese für sich zu nutzen.

Der 29. Juni 2007 veränderte die Welt: Gemeint ist nicht der Lötschberg-Basistunnel, der im gleichen Monat eröffnet wurde. Nein, es war ein kleines Gerät, das die Kommunikation in eine neue Dimension katapultierte: Das erste iPhone kam auf den Markt. Der Touchscreen löste die Tastatur ab, Finger und Gesten ersetzen die Maus, Apps vereinfachten Bedienung und Installation von Software. Keine zwölf Jahre ist das her und doch schon eine gefühlte Ewigkeit. Der Minicomputer in der Hosentasche stellte das Medienverhalten auf den Kopf. Auf dem Handy wird beim Lesen nicht geblättert oder geklickt, sondern gescrollt und gewischt. Der Newskonsum spielt sich dabei im Radius eines Daumens ab.

Zwei Zielgruppen gleichzeitig

Über 100 Mal greift ein durchschnittlicher Nutzer pro Tag zu seinem Smartphone. User wollen stets die aktuelle Newslage und den Überblick über das Wichtigste des Tages serviert bekommen, multimedial aufbereitet. Traditionelle Leser wiederum bevorzugen ihre Zeitung auf Papier mit all ihren Vorteilen: Sie ist (an-)fassbar und übersichtlich, verschafft Ordnung und Gewichtung im täglichen Meer an Informationen. Diese unterschiedlichen Medienformen erfordern sogenannte Kon-



AZ-Newsroom

vergenz. Aus dem modernen Newsroom der AZ bereitet die Redaktion ihre Inhalte parallel und kanalgerecht auf, für Print, Online, Mobile. Für die Macher ist die Arbeit anspruchsvoller geworden, für die Konsumenten das Angebot vielfältiger.

Der Facebook-Faktor

Disruptiv im Informationsgeschäft wirkt ein weiterer Faktor: die sozialen Medien. Nutzen die Medien Facebook & Co. anfangs als Vehikel, um Leser auf ihre Website zu lotsen, liefern Redaktionen ihre Inhalte für Facebook zunehmend so aus, dass die Leser den Inhalt direkt in ihrer Timeline konsumieren können. Nicht mehr zwingend ganze Artikel werden dort angeboten, sondern Einzelteile davon (Text, Video, Bild etc.).

Diese Atomisierung der Inhalte beeinflusst nicht nur die Erzählweise, auch die Distribution erhält eine neue Dynamik. Der Facebook-User wird sozusagen zum Zeitungsboten, wenn er ein AZ-Video teilt oder likt.

Im besten Fall beeinflusst solche Interaktion den Facebook-Algorithmus positiv und platziert den Post prominenter, was ihn wiederum für andere Freunde sichtbarer macht. Das verdeutlicht ein Dilemma, in das klassische Medien geraten: Wollen sie auf den sozialen Medien und Google wahrgenommen werden, müssen sie sich laufend den Regeln der Tech-Riesen anpassen. Was Redaktionen wie die der Aargauer Zeitung unersetzbar macht, ist ihr Handwerk, Informationen vorab aus der Region zu vermitteln und einzuordnen. Das kann kein Algorithmus und keine Suchmaschine. Diese helfen nur, den Inhalt besser unter die Leute zu bringen. Heute erreicht die AZ mehr Menschen in der Region denn je. Die Zahl der Printleser ist mit rund 200 000 überdurchschnittlich stabil und die Online-Reichweite hat sich in den letzten fünf Jahren (inkl. Solothurner Zeitung, Oltnen Tagblatt u.a.) auf monatlich über eine Million Unique Clients verdoppelt.

Service public der Privaten

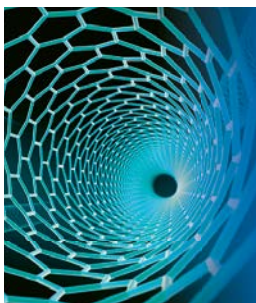
Offen ist langfristig die Monetarisierungsfrage. Nur jene mit klarem Profil, hoher Qualität und einer gewissen Grösse werden sich behaupten. Durch den Zusammenschluss mit den NZZ-Regionalmedien unter der Marke CH Media haben die AZ Medien die Voraussetzungen dafür geschaffen. Als Medienhaus, das sich auf seine inhaltlichen Stärken – regionale Berichterstattung mit nationaler Ausstrahlung – besinnt, nehmen wir die Herausforderung an.

Auch die Politik ist gefordert. In der überhitzten Debatte um die SRG geht zuweilen vergessen, dass private, regional verankerte Medien mindestens so viel Service public leisten wie gebührenfinanzierte nationale Sender. Aber das wäre nochmals eine Geschichte für sich.



Rolf Cavalli

Chefredaktor der Aargauer Zeitung und Leiter Online Publishing CH Media



Dienstag, 26. Februar 2019, 15.30 – 18.45 Uhr
**Der Aargau und die Nanotechnologien:
Ein erfolgreiches Paar**

www.hightechzentrum.ch/nano

**HIGHTECH
ZENTRUM
AARGAU**





DIE BEDEUTUNG DER VERBANDSPRESSE AM BEISPIEL DER «WOHNWIRTSCHAFT»

BOTSCHAFTERIN DES HAUSEIGENTUMS

Transparenz, Vielfalt, Interessenvertretung, Liberalität: Für diese vier Begriffe steht die «Wohnwirtschaft», die Verbandszeitschrift des Hauseigentümergebietes Aargau.

Dieser Beitrag handelt von einigen Grundsätzen zur Verbandspresse. Sie sind nicht unbedingt allgemeingültig. Sie beziehen sich auf den Titel «Wohnwirtschaft», das Verbandsorgan des HEV Aargau.

Die «Wohnwirtschaft» ist das Schaufenster zum Verband. Damit zum ersten im Vorspann genannten Begriff: Transparenz. Wer die Beiträge der «Wohnwirtschaft» liest, kennt Anliegen, Absichten und Dienstleistungen des HEV Aargau. Zum Beispiel: Der Aargauer Regierungsrat stellt ein neues Energiegesetz vor. In der «Wohnwirtschaft» steht, was beim Verband Zustimmung findet, was Widerspruch. Die Zeitschrift liefert Einsichten.

Schönes, Sinnvolles

Zweitens: Vielfalt. Jede Ausgabe der «Wohnwirtschaft» hat ihren Themenschwerpunkt wie Sanierungen, Küche, Energie, Garten. Journalisten recherchieren und schreiben. Hersteller platzieren Inserate ihrer Produkte: Neues aus der Welt des Bades, Schönes für den Balkon, Sinnvolles in der Gebäudetechnik. Die Lektüre der «Wohnwirtschaft» gleicht einem Messebesuch. Sie regt an zur Beschich-



Martin Meili

Chefredaktor «Wohnwirtschaft»,
Geschäftsführer HEV, Aargau



tigung von Ausstellungen, ist Marktplatz, wo Angebot und Nachfrage aufeinandertreffen.

Deshalb: Die «Wohnwirtschaft» steht zweitens für Vielfalt.

Drittens: Interessenvertretung. Um seine Aufgaben zu erfüllen, erhebt der Staat eine Vielzahl Steuern. Konsum, Vermögen, Einkommen werden besteuert. Doch nicht alle Steuern sind gleich legitim. Die Eigenmietwertbesteuerung beispielsweise ist eine fragwürdige Steuer. Sie erfasst fiktives Einkommen. Das ist steuertheoretisch umstritten. Das jetzige Regime der Eigenmietwertbesteuerung fördert die private Verschuldung. Das ist volkswirtschaftlich nicht wünschenswert. Der Hauseigentümergebietes kämpft für die Abschaffung der Eigenmietwertbesteuerung. Gegen eine Allianz, die sich aus Vertretern des Staats, der politischen Link, kreditgewährender Institute und Teilen des Ausbaugewerbes zusammensetzt. Einige Gewerbevertreter befürchten ein Aufkommen der

Schattenwirtschaft, wenn mit der Abschaffung des Eigenmietwerts auch der Unterhaltsabzug wegfällt. Sie glauben, Hauseigentümer würden vermehrt auf Anbieter setzen, die der Schattenwirtschaft zugehörig sind, wenn die Gebäudeunterhaltskosten nicht mehr steuerabzugsberechtigt seien. Das ist nicht gerade ein freundliches Signal an die Hauseigentümer. Ist es doch just die private Hauseigentümerschaft, die mit ihren Aufträgen, namentlich im Bereich des Umbaus und der Renovierungen, dem Ausbaugewerbe jene Margen beschert, die diesem in jenen Märkten, die von Generalunternehmern und staatlichen Stellen geprägt sind, verwehrt bleiben. Die «Wohnwirtschaft» ist also drittens Interessenvertreterin.

Wider den Obrigkeitsstaat

Viertens: Liberalität. Es ist empirisch, nicht ideologisch: Neben dem Wettbewerb ist die Freiheit, Eigentum zu erwerben, zu nutzen und damit zu handeln, eine wesentliche Ursache

von wirtschaftlicher Prosperität und individuellen Freiheiten. Der Hauseigentümergebietes setzt sich für moderate Steuern und rational begründbare Regulierungen ein – gegen konfiskatorische Steuern und Regulierungen, die Individuen zu ersticken drohen.

Der Hauseigentümergebietes will keinen Obrigkeitsstaat. Das bedingt natürlich, dass er sich nicht in die Reihen jener stellt, die bei jeder sich bietenden Gelegenheit nach Subventionen für die eigene Clientèle schreien. Subventionen machen süchtig und stärken die Behördenmacht.

Auch die Stimme der Liberalität findet sich in der «Wohnwirtschaft», der Botschafterin des Hauseigentums.

«DIE BOTSCHAFT» VEREINT TRADITION UND JUGEND

«Im digitalen Wahnsinn seid ihr eine Perle», schreibt eine dankbare Leserin der «Botschaft» und fügt an: «Bitte macht weiter so!» Genau das haben wir vor.

Wie schon 1856 werden wir unsere Zeitung für das Zurzibiet auch weiterhin in gedruckter Form herausgeben, denn trotz oder gerade wegen dieses «digitalen Wahnsinns» sind wir fest davon überzeugt, dass eine auf Papier gedruckte Zeitung Zukunft hat. Deshalb hat die Bürli AG in Döttingen, wo «Die Botschaft» geschrieben, gestaltet und gedruckt wird, vor ein paar Jahren – entgegen dem allgemeinen Trend – in eine neue Zeitungsdruckmaschine investiert.



Willkommen bei der Bank,
die auch ein KMU ist.

Als lokale und unabhängige Bank sind wir selbst ein KMU. Deshalb kennen wir Ihre Herausforderungen und beraten Sie auf Augenhöhe. Reden Sie mit uns über Ihr KMU.

raiffeisen.ch/kmu

RAIFFEISEN
Wir machen den Weg frei

Ganz nah bei den Leuten

Die Stärke der «Botschaft» besteht darin, dass sie aus dem direkten Umfeld ihrer Leser berichtet. Sie ist die Zeitung für den Bezirk Zurzach und angrenzende Gemeinden. Wer hier wissen will, was läuft, liest «Die Botschaft». Sie berichtet über die grossen und kleinen Ereignisse in der Region. Sie informiert über Veränderungen. Und sie macht auf die Herausforderungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aufmerksam. Ihre Redaktoren haben ein offenes Ohr für die Sorgen und Freuden der Einwohner und geben auch den kleinen Geschichten ihren Platz. Das geschieht mit der Wertschätzung jedes einzelnen Lesers, der gute Chancen hat, auch selbst in der Zeitung zu erscheinen – fast wie bei Facebook oder Instagram, nur eben auf Zeitungspapier und von einer Redaktion gesteuert. Häufig wird «Die Botschaft» so zum Gesprächsöffner: «Du, Martha, hesch gseh ...»

Information und Unterhaltung

Wo wir gerade dabei waren: Was für Martha und Hansruedi interessant ist, kommt auch bei Lara und

Lena, bei Nick und Robin an. Schon in ihrem jugendlichen Alter finden sie in der «Botschaft» jede Menge spannende Themen – locker formuliert, informativ und unterhaltsam. All das immer durch die Zurzibieter Brille betrachtet, ohne dabei die grosse, weite Welt aus den Augen zu verlieren. So schafft «Die Botschaft» nebenbei ein Werbeumfeld, das von Inserenten gerne genutzt wird.



Helmut Breidenbach
Redaktor «Die Botschaft»,
Bürli AG, Döttingen



ES BRAUCHT NEUE ANSÄTZE UND STRATEGIEN

Klar nach Zielgruppen, ohne Streuverlust; finden Sie heraus, wonach Ihre zukünftigen Kunden suchen. Lohnt es sich noch zu inserieren, klassisch in der Tageszeitung? Wie sieht es aus in Fachmedien? Neue Medien bieten längst neue Möglichkeiten. Für viele gilt es aber diese noch zu entdecken.

Die Zeichenvorgabe ist zu knapp, um ins Detail zu gehen, nur so viel: Mit grossen Werbebudgets kann man alle Medien abdecken und in Image- und Produktwerbung investieren. Inserate, Online, Radio, Fernsehen und Plakate; eine schöne Arbeit des Werbeverantwortlichen eines Unternehmens, wenn mit genügend Geld der richtige Mix über verschiedene Kanäle gespielt werden kann. Immer mehr verlassen aber auch die grossen Budgets im Bereich der Produktwerbung die Tageszeitungen. Anders sieht es in Fachmedien aus, wie das vorliegende Beispiel des Gewerbeverbandes. Für Unternehmen ein spannendes Format, welche die Zielgruppe «KMU und Gewerbe Aargau» bespielen möchten. Ein Bike-Magazin schiesst zwar 100% an der Zielgruppe Taucher vorbei, kann aber zielgruppenorientiert die Radsportfans abholen.

Doch welche Möglichkeiten bieten sich denn heute ausserhalb des «traditionellen» Inserierens in der Tagespresse? Verschiedene und spannen-



Marco Canonica

H+H Management GmbH,
Klingnau/Zürich/Luzern

de zugleich! Auch mit kleinen Budgets wird es möglich, die für das eigene Unternehmen wichtigen Zielgruppen zu erreichen. Der Onlinebereich bietet zudem einen grossen Vorteil. Unsere Gesellschaft entwickelt sich laufend noch stärker in die Richtung, dass sich Nutzer vor allem die zeitliche und örtliche Flexibilität ihres Mediums wünschen. «Konsumation ja, aber ich bestimme wo und wann.»

Google & Co. – deine Freunde und Helfer

Mit der Geburt des Internets haben sich für alle von uns neue Möglichkeiten ergeben. Ferien buchen, Rezepte suchen, Musik herunterladen, frühere Freunde und Klassenkameraden über die sozialen Medien wiederfinden oder über verschiedene Themen recherchieren. Dieses neue Menschenverhalten bietet uns eine grosse Möglichkeit, unglaublich direkt unsere Zielgruppe mit unseren Produkten erreichen zu können. Diese digitale Revolution stellt neue Anforderungen an die Werbung in den Onlinemedien. Das Suchverhalten der surfenden Menschheit lässt sich für den Verkauf Ihrer Produkte einsetzen. Mit entsprechender Marketingunterstützung können Sie herausfinden, wie welche Produkte im

Internet gesucht werden. Angenommen Ihr Verkaufsprodukt ist ein Velosattel aus Leder, ein bequemes Schmuckstück wie damals, nur neu und Sie möchten dies online verkaufen. Nun lässt es sich eruieren, wie Personen, die nach genau solchen Produkten im Internet suchen, vorgehen. Welche Worte und Sätze wenden sie an für die Suche in Google & Co.? Das Resultat sagt Ihnen dann, wie viele Suchende monatlich aus einem bestimmten Zielgebiet mit welchen Suchbegriffen nach solchen Produkten Ausschau halten. Sie können nun Ihre Website mit Texten bedecken, welche all diese Suchbegriffe wiederum beinhalten, und suchmaschinenoptimiert verfassen (Content Marketing).

So werden Sie zukünftig zielgruppenorientiert kommunizieren können und der Streuverlust ist praktisch null (wie eingangs bereits erwähnt, es handelt sich hier nicht um ein komplettes Anwenderbeispiel). Natürlich gibt es Branchen, in welchen es ohne kräftige Online-Finanzierung nicht möglich sein wird, gefunden zu werden. Es handelt sich dabei um die meistbespielten und -begehrten Branchen wie den Finanzmarkt, Datingseiten, Fitness, Gesundheit oder Ernährung, um nur einige zu nennen.

Ich gehe noch einen Schritt weiter. Sie möchten gerne Unternehmer werden, haben aber noch keine Idee oder ein eigenes Produkt. Sie glauben gar nicht, nach was alles die Leute im Internet suchen. Suchen Sie Ihre eigene Nische, wo möchten Sie versuchen zukünftig Ihr Business aufzubauen? Recherchieren Sie, wonach die Menschheit im Netz sucht, und konzentrieren Sie sich auf ein Produkt, das Ihnen entspricht. Entweder Sie haben ihr eigenes Produkt und pushen dies in den Markt oder Sie suchen sich spannende, bereits vorhandene Produkte, welche Sie dank dem Aufbau Ihres eigenen Onlinemediums mit Empfehlungsmarketing (Affiliate Marketing) als Händler zu Geld machen.

Und was heisst das jetzt für unser Unternehmen?

Es braucht eine Beurteilung Ihrer Produkte in Bezug auf den richtigen Marketing-Mix. Für denselben Inseratefranken lässt sich im Onlinebereich, je nach Produkt, eine direktere, zielgruppenorientiertere und langfristige Wirkung erzielen. Allerdings ist es wichtig, sich hier professionelle Unterstützung zu holen, denn Achtung: Jeder kann heute werben, denn das richtige Vorgehen ist im Netz zu finden!



AGV-SCHNITZELBÄNK

I de Schuew chasch jetzt schribe, wet wotsch.
Es verschdot de eifach key Dotsch.
Wage dem chasch die nöie Gsetz us Bärn,
ou wenn du wotsch no so gärn,
weder läse no verstoh,
wöu de nöimme chasch druf verloh,
föi was die Buechschtabe jetz
eigentlich dönt stoh.

I de Politik muesch nor
wösse wie lache,
de chasch dini Sache
met e chli Drock ond ohni z'stresse
ganz eifach dor d'Abstemmig presse.
Wotsch dini Gsetz as Bondesrot
dörezwänge,
muesch nor s'Vouk erpresse,
das set länge.

För d'Froue düend d'SP-Männer d'Mässer wetze
ond im Stöckli gar gärn ere Setz bsetze.
D'Froue säuber düend sech au ned onderstötze,
damet die Jöngere chönd nocherücke.
Si send der Meinig,
on do send si sech alli einig,
föi a gwalte Setz im Parlament,
do brucht's zom Rede
es Talent.

Es herrscht Ebbe i de Staatskasse.
Ond was duet de Finanzdirektor mache?
Är vollbrengt es Wonder
ond duet em Personal de Lohn ufronde.

Nor wenn de a dr Uni besch gseh,
stiiigt s'Bildigniveau im Land no meh.
Das meynt im Ärnst d'OECD.
Doch wäutwiit under de Beschte,
do fendsch ned öppe Studänte us em Weschte.
Nei, üsi Buezer stönd z'oberst of em Podescht.
Sii send d'Siiger ond holid s'Gold
im Ländertescht!

I be Aghörige vo de Arme.
Spese düend mer ned weh.
Mini Frou hani chöne überzüge
met em Helikopter go z'flüge.
Blöd esch nor,
dass es Kontrolle hed vernoh.
Jetz duen i aber ned chlöne,
wöu i mini Frou nommä cha verwöönä.
S'nöie Spesereglemänt mues i erscht verschtoh,
damet i weiss, wien i's
weder cha omgoh.



Eveline Frei
Redaktionsmitglied
«Aargauer Wirtschaft»

AGV-AGENDA / JAHRESPLANUNG

Wichtige Termine – bitte in Ihren Kalendern, Outlook etc. vor-
merken. 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, ver-
schiedene Termine in ihre eigene Jahresplanung aufzunehmen und bei der
Planung von eigenen Anlässen mitzubersichtigen.

JAHRESPLANUNG 2019

März
Dienstag 5.3.2019 Aargauer Berufsbildungstag 2019

April

Donnerstag 25.4.2019 Frühlings-Delegiertenversammlung 2019
Aargauer Wirtschaftstag 2019

September

Di. bis So. 3.–8.9.2019 Aargauische Berufsschau ab'19



125 Jahre

125 Jahre

125 Jahre

125 Jahre

125 Jahre

125 Jahre

125 Jahre

125 Jahre

Einladung zum

9. AARGAUER BERUFSBILDUNGSTAG

«BERUFS-Beratung/-Image/-Angebot»

Dienstag, 5. März 2019
um 18.30 Uhr im Gemeindesaal Buchs



Fotos von der Aargauischen Berufsschau ab 15

Herzlich willkommen

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Stärkung des dualen Berufsbildungssystems zählt zu den Kernaufgaben des Aargauischen Gewerbeverbands (AGV), welcher in diesem Jahr sein 125-jähriges Bestehen feiern kann. Die **Aargauischen Berufsschauen**, welche der AGV alle zwei Jahre (so auch in diesem Jahr) organisiert, bestätigen das sehr grosse Interesse an einer bestmöglichen Berufswahl.

Die diesjährige Veranstaltung ist dem Thema «Berufsberatung» gewidmet und aktuell, da immer mehr offene Lehrstellen nicht besetzt werden können.

Drei erfahrene Fachpersonen berichten,

- wie heute Berufsberatungen durchgeführt werden,
- was Firmen unternehmen, um als attraktive Lehrbetriebe zu gelten und
- wie Berufsverbände das Image ihrer Berufe pflegen.

Nach den Kurzvorstellungen werden die Referenten gerne auch Fragen der Teilnehmenden beantworten. Der anschliessende Apéro bietet Gelegenheit zum Austausch.

Gerne laden wir Sie ein:

Datum: **Dienstag, 5. März 2019, 18.30 Uhr**
Ort: **Gemeindesaal Buchs**

Wir danken für Ihre Anmeldung bis Dienstag, 26.02.2019.

Freundliche Grüsse
Aargauischer Gewerbeverband

Kurt Schmid
Präsident

Peter Fröhlich
Geschäftsleiter

Programm

Begrüssung

Kurt Schmid, Präsident AGV

Einführung und Moderation

Peter Fröhlich, Geschäftsleiter AGV

Erfahrungsberichte

Berufsberatung (Beratungsdienste, ask!)

- Martin Ziltener,
Berufs-, Studien- und Laufbahnberater,
Mitglied der Geschäftsleitung

Lehrbetrieb Käufeler AG, Wettingen

- Fabian Käufeler, Geschäftsführung

Berufsverband VSSM/Verband Schweizerischer Schreinermeister und Möbelfabrikanten

- David Kläusler, Präsident VSSM

Fragen aus dem Publikum und Schlusswort

Peter Fröhlich, Geschäftsleiter AGV

Anschliessend
Apéro riche

Anmeldung

Gerne nehme ich am **9. Aargauer Berufsbildungstag** vom **Dienstag, 5. März 2019**, 18.30 Uhr teil.

Firma/Organisation _____

Name/Vorname _____

Funktion _____

E-Mail _____

Name Begleitperson _____

Auch Online-Anmeldung möglich:
www.agv.ch > Aktuell > AGV-Termine

Senden Sie Ihre Anmeldung bis Dienstag, 26. Februar 2019, per Post, Fax (062 746 20 41) oder E-Mail an b.ramadani@agv.ch.

Wir freuen uns auf Sie!

AARGAUISCHE BERUFSSCHAU ab'19

PARTNER UND SPONSOREN

Wer als Besucherin oder Besucher eine Berufsmesse besucht, erfreut sich der vielen kreativen und informativen Stände der Berufsverbände und Bildungsanbieter. Bis es jedoch so weit ist, braucht es viel Arbeit im Hintergrund.

Die Aussteller müssen sich ein Konzept überlegen, mit welchem der Nachwuchs überzeugt werden kann. Dieses muss dann noch umgesetzt werden, was viele Stunden und auch ein paar Franken beansprucht. Aber nicht nur Aussteller, auch Partner und Sponsoren stecken viel Arbeit und Engagement in das Gelingen der Aargauischen Berufsschau. Der Aargauische Gewerbeverband als Träger der Aargauischen Berufsschau ab'19 schätzt sich glücklich, in dieser Hinsicht auf eine breite und langjährige Unterstützung zählen zu dürfen.

Bund und Kanton

Die Unterstützung des Bundes (SBFI) sowie des Kantons Aargau (BKS) ist nicht rein finanzieller Natur, ebenso ist der ideelle Beitrag und nicht zuletzt der direkte Draht zu den Aargauer Schulen für die Organisation eines solchen Anlasses von immenser Bedeutung.

Gemeinde

Die Gemeinde Wettingen stand von Anfang an hinter dem Anlass. Die gute Zusammenarbeit ist mit ein Grund dafür, trotz Umbau des Tägi-

Areals, die Berufsschau 2019 wiederum in Wettingen durchzuführen. Mit der Unterstützung durch die Gemeinde können auch die durch den Umbau verursachten Schwierigkeiten besser gelöst werden.

Raiffeisenbank und bauenaargau

Nebst den Partnern kommt auch dem Hauptsponsor, dem Aargauer Verband der Raiffeisenbanken, und dem Sponsor bauenaargau eine wichtige



Funktion zu. Durch ihre finanzielle und ideelle Unterstützung wird eine Ausstellung in diesem Umfang erst möglich.

Der AGV bedankt sich an dieser Stelle herzlich für diese grossartige Unterstützung und freut sich auf die weiterhin gute Zusammenarbeit.



Andreas Wagner
Geschäftsführer OK ab'19

Die «Aargauer Wirtschaft» ist nah am Puls.

Profitieren Sie mit einem Inserat. 044 818 03 07.



STILVOLLER AUFTAKT INS AGV-JUBILÄUMSJAHR

Im Rahmen der Feierlichkeiten zum 125-Jahr-Jubiläum des AGV organisieren die Gewerbevereine des Bezirks Zofingen einen regionalen «Gala-Abend». Dieser findet am 16. März eingebettet in den traditionellen Frühlingsball im Zofinger Stadtsaal statt.



Mit dem traditionellen Frühlingsball existiert in Zofingen bereits ein Anlass, der etabliert ist und sich als Basis für einen AGV-Jubiläumsanlass bestens eignet. Der Zofinger Frühlingsball wird seit über 100 Jahren vom Gewerbeverein Zofingen organisiert. Bis 2013 fand dieser unter dem Namen «Lichtmessen» jeweils im Januar statt. Mit dem «Essen zur Lichtmesse» 40 Tage nach Weihnachten besiegelten die Handwerkerzünfte einst

die Erneuerung der Arbeitsverträge mit den Angestellten. Ab 2014 fand der Anlass als «Frühlingsball» seine Fortsetzung und findet nun jeweils im März statt. Gleichzeitig startete die Partnerschaft mit dem Verband Wirtschaft Region Zofingen (wrz), wodurch der Anlass zusätzlich eine regionale Ausrichtung erhielt. «Die Gewerbevereinspräsidentinnen und -präsidenten des Bezirks Zofingen

waren der Meinung, dass sich dieser Ball auch optimal für einen Jubiläumsanlass des AGV eignen würde», so Pascal Blum, AGV-Bezirksvertreter von Zofingen.

Bewährtes Programm

Das Pflegen persönlicher Kontakte soll an diesem Abend vor Polit- oder Wirtschaftsthemen stehen. Für die kulinarischen Köstlichkeiten sorgt Ruedi Günthardt und sein Team vom Hotel Zofingen. Nach einem Begrüssungsapéro wird ein Viergang-Menus serviert, das mit dem traditionellen Dessert- und Käsebuffet abgerundet wird. Musikalisch begleitet werden die Ballgäste von «This Masquerade» mit Sängerin Claudine. Für Unterhaltung sorgt dieses Jahr Komikerin Stéphanie Berger, die gleichzeitig auch durch den Abend führen wird. Zudem steht den Gästen eine Lounge/Bar zur Verfügung.

Die Verantwortlichen der Gewerbevereine des Bezirks Zofingen und des Verbandes WRZ freuen sich auf zahlreiche bekannte und neue Gesichter im stilvollen, frühlingshaft dekorierten Stadtsaal. Platzreservierungen nimmt das Sekretariat des Gewerbevereins Zofingen entweder unter Telefon 062 205 20 09 oder online unter www.gewerbe-zofingen.ch/fruehlingsball entgegen.

Frühlingsball, Stadtsaal Zofingen

Sa., 16. März 2019

Türöffnung: 17.30 Uhr

Ballkarte: CHF 140.– (inkl. Apéro, Diner, Musik und Unterhaltung)



Frühlingsball 2019

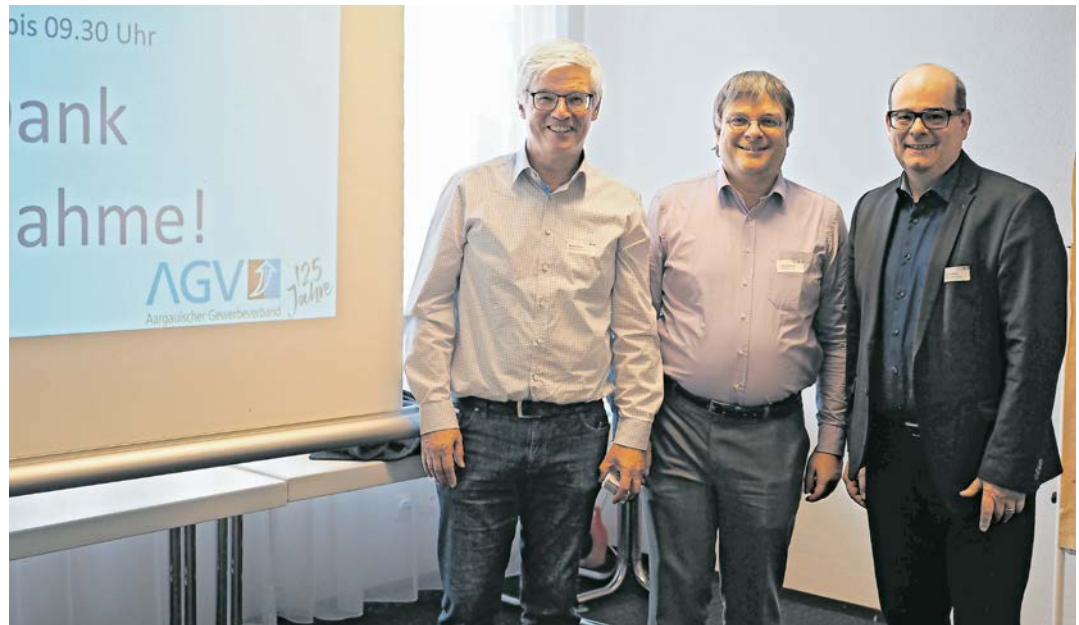
16. März 2019 – Stadtsaal Zofingen

2. UNTERNEHMER-IMPULS-WORKSHOP

UNTERNEHMERINNEN UND UNTERNEHMER IM SPIELRAUSCH

Am 2. Unternehmer-Impuls-Workshop tauschten sich engagierte Unternehmerinnen und Unternehmer verschiedener Branchen beim Entwicklungs- und Trainingsspiel «Pimp your Business» aus. Dabei erhielten sie direkte Rückmeldung, Denkanstösse und Ideen aus der Spielrunde für ihr Geschäft.

FLAVIO DE NANDO, VORSTAND AGV
GESCHÄFTSFÜHRER AVIANDO
PROFESSIONALS AG, WETTINGEN
MICHAEL SPÜHLER
PRÄSIDENT GEWERBEVEREIN
WÜRENLOS



Michael Wyrsh, Moderator, Michael Spühler und Flavio De Nando, Organisatoren

Im Rahmen des 125-Jahr-Jubiläums des Aargauischen Gewerbeverbandes finden für die Mitglieder der Gewerbevereine des Bezirks Baden verschiedene Jahresaktivitäten im 2019 statt.

Dabei werden Impulse zum Thema Unternehmertum gesetzt, die im Motto «ZIEL Unternehmertum» zusammengefasst sind: Zukunft, Innovation, Entwickeln und Lernen.

Der 2. Unternehmer-Impuls-Workshop folgte diesem Motto und wurde mit einem Impulsreferat von Simon Dankwa, Geschäftsführer LägereBräu AG in Wettingen, eingeleitet. Er zeigte die eindruckliche Entwicklung der

LägereBräu AG von Mutters Küche zu einem etablierten regionalen Produzenten auf. Dabei spiegelte er auch Hürden, Erschwernisse und unvorhergesehene Ereignisse, die den Geschäftsalltag prägten und beeinflussten. Auf der anderen Seite durfte Simon Dankwa auch Erfolge der LägereBräu AG aufzeigen, wie der Gewinn des Aargauischen Unternehmerpreises 2017 oder das Productplacement in der Serie «Der Bestatter».

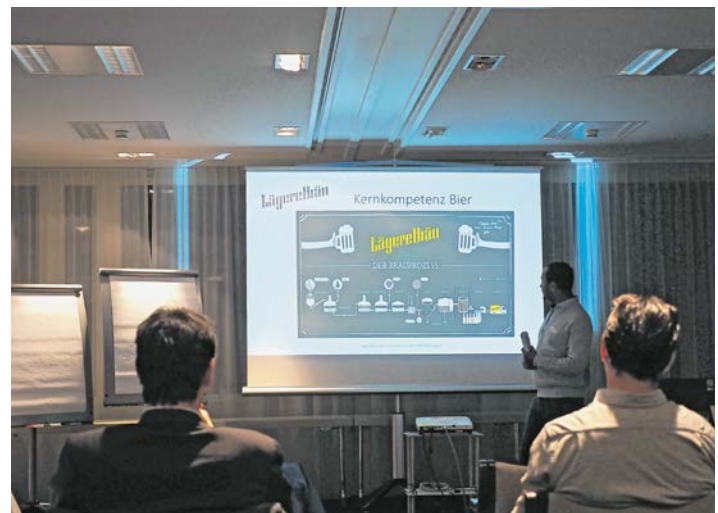
Danach folgte das Entwicklungs- und Trainingsspiel «Pimp your Business»,

das von Michael Wyrsh und Arnaldo Urbanetti geleitet wurde. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer verschiedener Branchen stellten sich spielerisch in 4er-Gruppen den Fragestellungen zu verschiedenen Bereichen der Unternehmensführung. Engagiert gaben sie auf ihr Unternehmen bezogene Antworten und erhielten eine direkte Rückmeldung und Bewertung aus der Spielrunde. Je nach Bewertung der Rückmeldungen konnte man – wie im realen Geschäftsalltag – einen Gewinn erzielen oder es

entstanden unerwartete Ausgaben. Bereichernd für die Teilnehmenden waren die Diskussionen, der branchenübergreifende Erfahrungsaustausch sowie die Denkanstösse und Ideen aus der Spielrunde, die sie in ihren Geschäftsalltag reflektieren konnten. Die Unternehmerinnen und Unternehmer waren derart im Spielrausch, dass fast die Kaffeepause vergessen ging... Feedback der Teilnehmenden: Unbedingt wiederholen.



Angeregter Austausch in der Gruppe



Simon Dankwa bei seinem Impulsreferat



MEHR BÜROKRATIE LÖST DIE PROBLEME NICHT

AGV LEHNT REVISION DES SPITALGESETZES AB

AGV. Der Vorstand des Aargauischen Gewerbeverbands (AGV) lehnt die Revision des Spitalgesetzes in der vorliegenden Form ab. Die Vorlage beinhaltet zwar einige Verbesserungen. Die positiven Reformabsichten der Spitalgesetzrevision vermögen aber die negativen Aspekte nicht zu rechtfertigen. Der AGV lehnt insbesondere die Holding-Struktur für die Kantonsspitäler, unbefristete Leistungsaufträge und die Verbürokratisierung von medizinischen Beurteilungen ab.

Erfreulich ist, dass die Spitalsteuer aufgehoben werden soll. Diese Steuer ist systemfremd und deckt nur noch rund die Hälfte des Kantonsanteils an der Spitalfinanzierung. Der AGV unterstützt auch die neuen Regelungen zu den

gesamtwirtschaftlichen Leistungen und die damit verbundene obligatorische Ausschreibung.

Privatisierung fehlt in der Vorlage

Die kantonseigenen Spitäler müssen mittelfristig privatisiert werden. Nur so kann der Rollenkonflikt des Kantons beendet werden. Der AGV hat diese Forderung bereits im Nachgang zur Präsentation der von ihm und der Aargauischen Industrie- und Handelskammer (AIHK) beim Institut für Wirtschaftsstudien der Universität Basel in Auftrag gegebenen Studie zum Gesundheitssystem des Kantons Aargau erhoben und hält daran fest. Die regierungsrätliche Vorlage greift diesen Aspekt bedauerlicherweise nicht auf.

Holding bringt keine Vorteile

Der AGV ist gegen die Absicht, die Kantonsspitäler mit einer einzigen Holding zu verbinden. Der Nutzen

einer einheitlichen Führung der Spitäler ist äusserst gering, während damit gleichzeitig eine komplexere Struktur entsteht und die kantonalen Handlungsoptionen für die Zukunft beschnitten werden.

Mehr Kontrollaufwand

Die Leistungsaufträge an die Spitäler sollen künftig unbefristet erfolgen. Der AGV ist, im Gegensatz zur Regierung, der Überzeugung, dass eine regelmässige Ausschreibung der Leistungsaufträge zielführender ist. Leistungsaufträge mit unbestimmter Dauer zementieren nicht nur den Status quo, sie reduzieren ebenfalls die Flexibilität des Kantons, auf das sich schnell ändernde Umfeld in der Spitalversorgung zu reagieren und Anpassungen an den Ziel- bzw. Qualitätsvorgaben vorzunehmen. Zudem gehen unbefristete Leistungsaufträge mit einem stark erhöhten Kontrollaufwand des Kantons einher, was der AGV ablehnt.

Mehr Bürokratie

Der AGV lehnt es ab, dass der Kanton beurteilen soll, ob eine vorgesehene Behandlung im konkreten Fall angemessen sei oder nicht. Diese Verbürokratisierung der medizinischen Versorgung nach dem Prinzip «Der Staat soll es richten» widerspricht einer liberalen Auffassung diametral und führt nicht zu einer besseren medizinischen Versorgung. Die Einführung eines Indikationsboards ist zudem aus Kostengründen abzulehnen. Als verhältnismässig wird ausschliesslich das Einholen einer Zweitmeinung in klar definierten Fällen erachtet.

Massnahmen nicht zielführend

Alles in allem sind die vorgeschlagenen Massnahmen nicht zielführend sowie mit mehr Staat und mehr Bürokratie verbunden. Daher lehnt der AGV die Vorlage in dieser Form ab. Probleme werden so auf jeden Fall kaum gelöst.

GEWERBEAUSSTELLUNGEN

Donnerstag, 25. April 2019 bis Sonntag, 28. April 2019
MEGA19 | Gewerbeausstellung Mutschellen 2019

Freitag, 26. April 2019 bis Sonntag, 28. April 2019
MUGA 2019 | Gewerbeausstellung Murgenthal 2019

Donnerstag, 2. Mai 2019 bis Sonntag, 5. Mai 2019
WYNAexpo 2019, Reinach

Freitag, 10. Mai 2019 bis Sonntag, 12. Mai 2019
EXPO19 | Gewerbeausstellung unteres Fricktal

Freitag, 17. Mai 2019 bis Sonntag, 19. Mai 2019
UNDOB | Gewerbeausstellung Ober- und Untersiggenthal

Freitag, 17. Mai 2019 bis Sonntag, 19. Mai 2019
Gewerbearena Herznach 2019

Freitag, 24. Mai 2019 bis Sonntag, 26. Mai 2019
SUGA2019 | Gewerbeausstellung Suhr 2019

Freitag, 6. September 2019 bis Sonntag, 8. September 2019
SCHEGA 2019 | Gewerbeausstellung Schenkenbergertal

Donnerstag, 26. September 2019 bis Sonntag, 29. September 2019
MAG, Markt Aarau Gewerbetreibender

Freitag, 4. Oktober 2019 bis Sonntag, 6. Oktober 2019
Gwärbi19 | Gewerbeausstellung Oftringen

Freitag, 4. Oktober 2019 bis Sonntag, 6. Oktober 2019
SIGA19 | Sinser Gewerbeausstellung

Freitag, 11. Oktober 2019 bis Sonntag, 13. Oktober 2019
EXPO Surbtal 2019 | Gewerbeausstellung Endingen

Freitag, 9. Oktober 2020 bis Sonntag, 11. Oktober 2020
Eigeschau 2020 | Gewerbeausstellung Birr

Donnerstag, 29. Oktober 2020 bis Sonntag, 1. November 2020
LEGA20 | Gewerbeausstellung Lenzburg

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.

BRUCH MIT SCHWEIZTYPISCHEM VERTRAUENSVERHÄLTNIS

AGV LEHNT EINREICHUNGSPFLICHT DER LOHNAUSWEISE FÜR ARBEITGEBER AB

AGV. Die Anpassung des Steuergesetzes an neue Vorgaben des übergeordneten Rechts und an die neue Rechtsprechung gleichzeitig mit der Umsetzung zur STAF 17 (aber in einer separaten Vorlage) macht aus Sicht des AGV Sinn.

Der AGV lehnt die Einreichungspflicht des Lohnausweises durch den Arbeitgeber

ab. Die Einreichung des Lohnausweises ist eine Pflicht der Arbeitnehmenden und nicht der Arbeitgeber. Mit dieser Massnahme wird das schweiztypische Vertrauensverhältnis zwischen Steuerpflichtigen und Staat unterlaufen und hat mit der Digitalisierung nichts zu tun. Die Digitalisierung kann auch vorangetrieben werden, ohne dass die Steuerpflichtigen bevormundet werden. Zudem müssen die Steuererklärungen trotzdem ausgefüllt und eingereicht werden.

Mit dieser Massnahme würde also im Gesamten mehr Arbeit generiert statt weniger.

Die Umsetzung der Motion Hilfiker betreffend Abschaffung der Mindeststeuer bei neugegründeten Unternehmen während 5 Jahren wird vom AGV begrüsst.

Aus Sicht des AGV gibt es keine wesentlichen Argumente gegen das gesetzliche Grundpfandrecht als Sicherstellung beim Liegenschaftsverkauf. Dem Fiskus entgehen derzeit rund

CHF 1,4 Mio. p.a. Der Aargau ist der letzte Kanton, der aus Grundstücksverkäufen keine Sicherung kennt. Wie die langjährige Praxis in den anderen Kantonen zeigt, führt das gesetzliche Grundpfandrecht weder zu stossenden Steuerzahlungen durch den Käufer noch führt es zu einem unverhältnismässigen Aufwand.



**30 Goldschmied-Ateliers
8 Tanzschulen
6 Kaminfeger**

Und über 12'288 weitere
KMUs sind uns treu.

 **asga**
pensionskasse



EVALUATION DES STANDORTFÖRDERUNGSGESETZES NICHT AUSSAGEKRÄFTIG

AGV FORDERT PRÜFUNG EINES OUTSOURCINGS DER STANDORTFÖRDERUNG

AGV. Ein Standortförderungsgesetz kann alleine keine Grundlage für attraktive Rahmenbedingungen für Unternehmen sein. Die Förderung der Standortbedingungen erfolgt primär über Regelungen, Steuern und Abgaben, Verwaltungsverfahren und deren Kommunikation. Kantonale Wirtschaftspolitik (und Standortpolitik als Teil davon) ist geprägt durch das tägliche departementsübergreifende Handeln von Parlament, Regierung und Verwaltung. Dabei steht ausser Frage, dass der Aargau als Standort auf sich aufmerksam machen muss, ansonsten er im interkantonalen und internationalen Standortwettbewerb

seine Chancen nicht optimal wahren kann.

Der AGV bestreitet daher im Grundsatz die Notwendigkeit einer Standortförderung nicht. Eine Aufhebung der Befristung ist alleine deshalb zweckmässig. Das Prinzip der «Sunset Clause» funktioniert in der Praxis zudem nicht. Weder Regierung noch Grosser Rat bringen den Mut auf, ein Gesetz, mit dem auch Strukturen verbunden sind, aufzuheben.

Die Evaluation der Standortentwicklung ist nicht wirklich aussagekräftig. Sie basiert auf Unterlagen der Abteilung Standortförderung, der Evaluation aus dem Jahr 2014 sowie fünf Gesprächen mit Fachleuten ausserhalb der kantonalen Verwaltung, die Adressaten von Projekten der Standortentwicklung sind. Die Evaluation

der Standortpflege und des Standortmarketings wurde anhand eines Vergleichs der Rechtsgrundlagen und der durchgeführten Aktivitäten von sieben Vergleichskantonen vorgenommen. Die betroffenen und potentiell betroffenen Unternehmen spielen bei der Evaluation somit keine Rolle. Der AGV fordert, dass bei einer nächsten Evaluation zwingend die Wirtschaft miteinbezogen wird.

Outsourcing mit Leistungsauftrag

Ausserkantonale Beispiele zeigen sehr erfolgreiche Wirtschaftsförderungsstellen, die durch Private mit Leistungsauftrag des Staates betrieben werden. Die Vergabe erfolgt mittels Submission und der Leistungsauftrag wird aufgrund eines verwaltungsrechtlichen Vertrags festgelegt.

Dieses Modell würde für den Kanton Aargau im Hinblick auf die Ansiedlung von Unternehmen und Privatpersonen ebenfalls mehr Erfolg bringen, insbesondere deshalb, weil ausgeprägtere Leistungselemente vorgesehen werden könnten als bei Verwaltungsangestellten (z.B. Provision für angesiedelte Arbeitsplätze, für zusätzliches Steuersubstrat usw.). Der AGV fordert daher, dass nach der Motion 06.3 Thierry Burkart betreffend Schaffung von rechtlichen Grundlagen für die Führung der Wirtschaftsförderungsstelle des Kantons Aargau durch einen Privaten mittels verwaltungsrechtlichem Vertrag («Outsourcing») vom 24. Januar 2006 wieder einmal eine Prüfung für ein Outsourcing der Wirtschaftsförderung vorgenommen wird.

KRITERIEN FÜR WAHLUNTERSTÜTZUNG BESTÄTIGT

AGV EMPFIEHLT MARIANNE BINDER, THIERRY BURKART UND HANSJÖRG KNECHT FÜR DIE WAHL IN DEN STÄNDERAT

AGV. Der Vorstand des Aargauischen Gewerbeverbands (AGV) empfiehlt für den Urnengang vom 20. Oktober 2019 die beiden Nationalräte Thierry Burkart, Baden (FDP), und Hansjörg Knecht, Leibstadt (SVP), sowie Grossrätin Marianne Binder, Baden (CVP), zur Wahl in den Ständerat. Die profilierten und

erfahrenen Politiker würden nach Ansicht des AGV den Kanton Aargau und die Anliegen des Aargauer Gewerbes in der kleinen Kammer des eidgenössischen Parlaments erfolgreich vertreten. Mit dieser Empfehlung setzt sich der AGV für eine ungeteilte bürgerliche Ständesstimme ein.

Der Vorstand hat sich im Zusammenhang mit der Wahlunterstützung für eine konsequente Anwendung der festgelegten Auswahlkriterien in Bezug auf die Ständeratskandidaten ausgesprochen. Für eine Wahlunterstützung müssen die von ihrer Partei nominierten Kandidaten selbständig erwerbend, Unternehmerin bzw. Unternehmer oder Mitglied in der Geschäftsleitung eines

Unternehmens sein. Zudem müssen sie einem dem AGV angeschlossenen Gewerbeverein oder Berufsverband angehören (selber oder mit dem Geschäft) und Mitglied einer der folgenden Parteien sein: BDP, CVP, EDU, FDP oder SVP. Der AGV geht davon aus, dass mit Erfüllung dieser Kriterien Gewähr besteht, dass die Kandidierenden eine konsequent gewerbefreundliche Politik vertreten.

Kriterien gelten für Ständerats- und Nationalratskandidaten

Die Kriterien, die für eine Wahlunterstützung durch den AGV für die Wahl in die kleine Kammer gelten, sind auch für eine Unterstützung von Nationalratskandidatinnen und -kandidaten massgebend. Wer konkret un-

terstützt wird, berät der Vorstand anlässlich einer der kommenden Sitzungen.

Grünliberale werden nicht mehr unterstützt

Im Zusammenhang mit der grundsätzlichen Bestätigung der seit einigen Jahren geltenden Unterstüt-

zungsvoraussetzungen für kantonale und eidgenössische Wahlen hat der Vorstand des AGV darüber beraten, ob auch Kandidierende der Grünliberalen Partei (glp) unterstützt werden sollen. Dabei wurde das Abstimmungsverhalten der glp-Fraktionen im eidgenössischen Parlament und im Aargauer Grossen Rat analysiert.

Darauf basierend kam der Vorstand einstimmig zur Auffassung, dass die glp keine bürgerliche Partei sei und die Anliegen des Gewerbes nicht vertritt. Inskünftig unterstützt daher der AGV glp-Kandidierende bei Wahlen nicht mehr.



Binder Mianne



Burkart Thierry



Knecht Hansjörg



VOLVO SWISS PREMIUM®
10-JAHRE/150 000 KM GRATIS-SERVICE
5 JAHRE/150 000 KM VOLL-GARANTIE



EIN KOMBI MIT GESCHICHTE UND ZUKUNFT

DER NEUE VOLVO V60.

JETZT MIT **1,9% LEASING**
INKLUSIVE **INTELLISAFE PRO PACK**

BESUCHEN SIE UNS ODER INFORMIEREN
SICH AUF VOLVOCARS.CH/V60

INNOVATION MADE BY SWEDEN.

Beispiel: Volvo V60 D3 FWD R-Design MT, 150 PS/110 kW. Katalogpreis CHF 56'820.-, abzüglich Agilitätsbonus 5%, Verkaufsprämie CHF 2'000.- und IntelliSafe Pro Pack CHF 2'000.- = CHF 49'979.-. Monatsrate CHF 330.-. Leasing Volvo Car Financial Services (BANK-now AG): 1. grosse Leasingrate 20%, Laufzeit 48 Monate, 10 000 km/Jahr. Zins nominal 1,9%, Zins effektiv 1,92%. Restwert gemäss Richtlinien von Volvo Car Financial Services (BANK-now AG). Obligatorische Vollkaskoversicherung nicht inbegriffen. Die Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt (Art. 3 UWG). Volvo Swiss Premium® Gratis-Service bis 10 Jahre/150 000 Kilometer, Werksgarantie bis 5 Jahre/150 000 Kilometer und Verschleissreparaturen bis 3 Jahre/150 000 Kilometer (es gilt das zuerst Erreichte). Angebot gültig bis auf Widerruf. Treibstoff-Normverbrauch gesamt (nach Richtlinie 1999/100/EU): 4,4 l/100 km. Benzinäquivalent: 5,0 l/100 km. CO₂-Emissionen: 117 g/km (137 g/km: Durchschnitt aller verkauften Neuwagen-Modelle). CO₂-Emission aus der Treibstoff-/Stromproduktion: 20 g/km. Energieeffizienz-Kategorie: B. Nur bei teilnehmenden Vertretern. Abgebildetes Modell enthält ggf. Optionen gegen Aufpreis.



Emil Frey AG, Autocenter Safenwil

Emil-Frey-Strasse, 5745 Safenwil, 062 788 88 88, www.emilfrey.ch/safenwil



LEHRLINGSWETTBEWERB HOLZBAU SCHWEIZ SEKTION AARGAU

HERZBLUT UND LEIDENSCHAFT FÜR DEN HOLZBAU

167 Lernende nahmen in diesem Jahr am Lehrlingswettbewerb von Holzbau Schweiz, Sektion Aargau, teil. Rund 450 Personen besuchten am Freitag, 25. Januar 2019, in der Schweizerischen Bauschule, Unterentfelden, das Rangverlesen mit Preisübergabe.

CHRIS REGEZ

Bei der Begrüssung blickte Marc Huggenberger, Präsident der Bildungscommission, auf seine Teilnahme an den Lehrlingswettbewerben zurück: «Es ist noch nicht allzu lange her, dass ich selbst als Lernender an den Modellen gearbeitet habe. Deshalb kann ich gut beurteilen, wie viel Zeit und Energie ihr für eure Arbeiten aufgewendet habt. Natürlich werden nicht alle mit der Benotung restlos zufrieden sein. Aber mit etwas Selbstkritik werdet ihr den Grund für die Benotung sicher finden. In diesem Jahr haben rund 95 % aller Lernenden am freiwilligen Wettbewerb teilgenommen. Die übrigen 5 % werden schon bald die Gelegenheit erhalten, ihr Können an der Lehrabschlussprüfung ebenfalls zu beweisen.»



Obere Reihe: v. l. n. r. Michael Meer (Vorsitzender der Wettbewerbskommission), Marc Huggenberger (Präsident der Bildungscommission), David Wicki, Tim Huber, Tobias Hüsler, Patrik Rölli, Fabian Schädeli, Noa Schmid, Andreas Glück (Kuratle & Jaeger AG); kniend: Lars Fischer, Nicola Lerch, Tim Seres, Nikolai Hofstetter, Nico Schönfeld, Raphael Daasch, Mathias Buchle

Dank an die Sponsoren

Marc Huggenberger bedankte sich bei den Lernenden für die Teilnahme sowie bei den Experten und Fachlehrern, den Lehrmeistern und Eltern für die Unterstützung. Ein grosser Dank ging zudem an die Firmen Pavatex SA, Sager AG und VELUX Schweiz AG für das Apéro-Sponsoring. Dann verdankte er die Spezialpreise, die wiederum von der Firma Kuratle & Jaeger AG für die drei Bestplatzierten pro Kategorie gesponsert wurden. Andreas Glück, Leiter Standort Leibstadt von Kuratle &

Jaeger, brachte als sympathische Geste eines der Modelle, die er einst als Zimmermann-Lernender selbst fertigte, mit an den Anlass: «Auch ich weiss genau, wie es sich als Kandidat anfühlt, beim Lehrlingswettbewerb teilzunehmen. Deshalb kann ich Ihre Leistungen genau einordnen und wünsche Ihnen weiterhin viel Energie und Erfolg.»

Spannung beim Rangverlesen

Die 64 Teilnehmer des zweiten Lehrjahres hatten die Aufgabe, einen

Strebenwürfel zu konstruieren. Die 54 Lernenden im dritten Lehrjahr durften sich zwischen einem freien Modell und einer Treppe entscheiden und die 49 Kandidaten im vierten Lehrjahr konnten ein freies Modell oder eine Dachkonstruktion bauen. Michael Meer, der neue Vorsitzende der Wettbewerbskommission, führte die mit Spannung erwartete Preisübergabe durch.

Die besten drei im zweiten Lehrjahr (Modell Strebenwürfel)

- Rang 1: Tim Huber, Buttwil; Holzfabrik GmbH, Jön; 6,0 / 127 Punkte
- Rang 2: Tobias Hüsler, Gansingen; Holzbau Bühlmann AG, Mönthal; 6,0 / 126 Punkte
- Rang 3: David Wicki, Walterswil SO; Brunner Zimmerei Holzbau GmbH, Schöftland; 5,9 / 125 Punkte

Die besten drei im dritten Lehrjahr (Treppe)

- Rang 1: Patrik Rölli, Anglikon; Koch AG Holzbau, Büttikon; 5,6 / 78 Punkte
- Rang 2: Fabian Schädeli, Wohlen; Koch AG Holzbau, Büttikon; 5,5 / 75 Punkte
- Rang 3: Noa Schmid, Bözen; Husner AG Holzbau, Frick; 5,4 / 74 Punkte

Die besten drei im dritten Lehrjahr (freies Modell)

- Rang 1: Nico Schönfeld, Gipf-Oberfrick; Husner AG Holzbau, Frick; 5,8 / 91 Punkte

- Rang 2: Raphael Daasch, Gipf-Oberfrick; Böller AG Holz- und Solarbau, Frick; 5,8 / 90 Punkte
- Rang 3: Mathias Buchle, Schinznach-Dorf; Holzbau Bühlmann AG, Mönthal; 5,7 / 88 Punkte

Die besten drei im vierten Lehrjahr (Modell Dachkonstruktion)

- Rang 1: Lars Fischer, Büron; Hans Hunziker AG, Moosleerau; 5,9 / 84 Punkte
- Rang 2: Nicola Lerch, Vordemwald; Hans Blattner AG, Aarburg; 5,8 / 83 Punkte
- Rang 3: Tim Seres, Muri AG; WYLI Holz AG, Muri AG; 5,8 / 82 Punkte

Die besten drei im vierten Lehrjahr (freies Modell)

- Rang 1: Nikolai Hofstetter, Mägenwil; Schärer Söhne AG, Möriken AG; 5,2 / 62 Punkte
- Rang 2: Noah Bottlang, Schupfart; Böller AG, Frick; 5,1 / 60 Punkte
- Rang 3: Yannik Graf, Lengnau AG; Vögeli Holzbau AG, Kleindöttingen; 5,0 / 59 Punkte

GIVW-NEUJAHRSPÉRO 2019

Das Weingut und das Hotel Restaurant zum Sternen luden zum Neujahrspéro des Gewerbe- und Industrievereins Würenlingen ein. Zahlreich sind die Gewerbler mit Partnern am Donnerstag, 10. Januar in der Villa Lang erschienen und stiessen auf ein gutes und erfolgreiches 2019 an. In geselliger Runde wurden interessante Gespräche geführt und Neuigkeiten ausgetauscht.



ANJA SCHLEUNIGER

Zur Begrüssung ergriff Adrian Meier mitten im Geschehen das Wort. Er dankte für die tolle Zusammenarbeit und wünschte allen ein gutes, erfolgreiches 2019. Anschliessend begrüsst der Präsident Markus Scherrer alle Mitglieder

und bedankte sich für die nicht selbstverständliche Einladung. Auch Markus wollte nicht viel über Vergangenes und Kommendes philosophieren. Mit der beigelegten Kurzgeschichte in der Einladung an die Mitglieder zum Neujahrspéro, welche über einen Taxifahrer berichtet, der mit sehr viel Geduld und Einfühl-

samkeit einer sympathischen alten Dame auf ihrem letzten Weg begegnet. Dank seiner Geduld konnte er dieser alten Frau, die ein letztes Mal durch ihre Erinnerungen schweifen wollte, noch ein paar letzte schöne Stunden beschenken. Fazit: Wir leben in einer schnelllebigen und hektischen Zeit, in der selten

noch jemand die Zeit findet die kleinen Dinge im Leben bewusst wahrzunehmen, dabei sind es doch diese kleinen Momente und Gesten die im Leben wirklich etwas zählen. Zum Schluss wünschte er allen Anwesenden ein gutes erfolgreiches und schönes 2019 wie auch einen weiterhin wunderbaren Abend. Der nächste Anlass des Gewerbe- und Industrievereins Würenlingen ist die Generalversammlung am 23. März im Restaurant Sternen, Würenlingen.

GIVW
GEWERBE- UND
INDUSTRIEVEREIN
WÜRENLINGEN

Pensionskasse für KMU

**Wir nehmen Ihre
Vorsorge persönlich.**



Einzigartig wie Sie.



DER GEWERBEVEREIN KELLER-AMT FEIERT SEINEN 13. NEUJAHRSPÉRO IN ARNI

Am 17. Januar 2019 genoss der GV Kelleramt zum zweiten Mal (nach 2013) Gastrecht in Arni mit dem bereits 13. Neujahrspéro. Von Heinz Pfister, der die Gewerbler im Namen des Gemeinderats Arni und der Verwaltung begrüsst hat, wurden die Anwesenden aus erster Hand informiert, was seit 2013 in Arni alles erreicht wurde und was noch an Herausforderungen ansteht.



Heinz Pfister, Gemeindevorsteher von Arni



Gastreferent Arnold Marty



Claudia Hoffmann-Burkart, GVK-Präsidentin

CLAUDIA HOFFMANN-BURKART

Der diesjähriger Gastreferent war Arnold Marty, Einwohner von Arni. Er ist heute stellvertretender CEO und Leiter der Meier Tobler Gruppe Schweiz in Urdorf. Vor dieser Position war Arnold Marty bei verschiedenen anderen namhaften internationalen Unternehmen tätig. Er hatte in seinem Kurzreferat zwei Themenkreise beleuchtet, die sowohl bei einem KMU als auch bei einem



Angeregte Diskussionen

Grossunternehmen ähnliche Herausforderungen darstellen:

- berufliche Entwicklung, Einstieg in eine völlig neue Branche
- Fusion, Chance und Risiken am Beispiel Meier Tobler

Mit seinen eloquenten und charmannten Ausführungen konnte er die Zuhörerinnen und Zuhörer fesseln.

Beim anschliessenden Apéro, offeriert von der Gemeinde Arni, war viel Zeit, gemeinsam auf das neue Jahr anzustossen und zu diskutieren.

BERUFSBILDNER(INNEN)-KURSE 2019

DES AARGAUISCHEN GEWERBEVERBANDS

Die Daten für die Berufsbildner(innen)-Kurse 2019 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).



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

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

KURSDATEN 2019

01.04.2019 – 09.04.2019

Berufsbildnerkurs BBK 2/2019

17.06.2019 – 25.06.2019

Berufsbildnerkurs BBK 3/2019

16.09.2019 – 24.09.2019

Berufsbildnerkurs BBK 4/2019

04.11.2019 – 12.11.2019

Berufsbildnerkurs BBK 5/2019

NEUJAHRSAPÉRO 2019 DES GEWERBEVEREINS ZENTRUM BRUGG

«GEMEINSAM SIND WIR STARK»

Zum Auftakt im neuen Jahr gehört der traditionelle Neujahrsapéro im Freien mit dem Fondue-Plausch über Mittag. Auch in diesem Jahr trafen sich eine grosse Zahl (ca. 130) Mitglieder und Gäste, um auf das neue Jahr anzustossen.

URS R. BOLLER

Unter den zahlreichen Gästen konnte der Präsident, Dietrich Berger, den «höchsten» Brucker, Stefan Baumann, Einwohnerratspräsident, sowie den Stadtmann, Frau Barbara Horlacher mit dem Stadtrat in corpore begrüßen. Mittelpunkt seiner Ansprache was, das Motto «Gemeinsam sind wir stark». Berger resümierte in einem kurzen Rückblick auf 2018 mit den

Highlights wie dem Kids Day (Zukunftstag), der EXPO2018 sowie den diversen gebotenen Vernetzungsplattformen.

«Unseren Weg weitergegangen sind wir beim Zusammenrücken, Kräftebündeln und gemeinsam Auftreten. Entweder das Gewerbe untereinander oder auch zusammen mit der öffentlichen Hand. Ich bin felsenfest überzeugt, dass dies der einzige Weg im Wettbewerb mit den anderen Städten rundherum ist.

Wenn alles wie von den Initianten geplant läuft, werden wir vom Gewerbe her 2019 erstmals auch gemeinsam den Platz Brugg bewerben. Ziel ist es, die Leistungsfähigkeit des Brucker Gewerbes, also des Detailhandels, der Dienstleister und der Gewerbler gegen aussen zu tragen und stärker auf uns aufmerksam zu machen. **Denn «Gemeinsam sind wir stark.»**



Der Präsident ruft auf: «Lasst uns gemeinsam für Brugg einzutreten und attraktive Veranstaltungen durchführen. Und helfe mit, dass auch das Stadtfest 2019 zu einem tollen Erfolg wird. Lasst uns zeigen, was Brugg alles kann, und dass Brugg ein «Place to be» ist.»

Mit einem «Prost und guten Appetit» ging man ans Werk, stand rund um die Theken, rührte kräftig in den Kü-

beln das Fondue, genoss bei einem Glas Wein das Zusammensein, prostete sich zu und «netzwerke». Nach zwei gemütlichen Stunden war der Spuk vorbei, langsam lichteteten sich die Reihen und männiglich verzog sich an seinen Arbeitsplatz.

Alles in allem erneut ein gelungener Jahresstart, den niemand missen möchte – es gilt einmal mehr «Les absents ont toujours tort».



in einen vollen tag passt keine komplizierte bank.

Business Set, das praktische Kontoangebot für Selbständige und KMU.

Jetzt auf valiant.ch/business-sets

wir sind einfach bank.

valiant



AGVS AUTO AUSSTELLUNG AARAU WEST ERNEUT MIT FOOD FESTIVAL

Die AGVS Auto Ausstellung in Aarau West hat Tradition. Auch in diesem Jahr werden knapp 160 Autos von 30 Automarken im Tenniscenter aarau-WEST in Oberentfelden zu bewundern sein. Die beliebte Autoshow findet vom 15. bis 17. März 2019 statt.

CHRIS REGEZ

Für ein paar Tage werden knapp 30 regionale Markenvertreter sowie zehn Gastaussteller das Tenniscenter in einen riesigen Showroom mit einer Fläche von rund 5000 m² verwandeln. Wer Zeit und Kosten für eine Reise an den Genfer Autosalon sparen will, kann sich hier unter einem Dach die aktuellen Modelle von fast allen grossen Automarken ohne Hektik aus nächster Nähe anschauen. Natürlich ist auch Probesitzen möglich.



Martin Sollberger (Präsident AGVS – Sektion Aargau) und Chris Regez (Messeleiter)

Essen aus aller Welt

Nach den positiven Erfahrungen vom letzten Jahr präsentiert der AGVS (Auto Gewerbe Verband Schweiz), Sektion Aargau, auch in diesem Jahr ein Food Festival, welches zeitgleich

auf dem Ausstellungsareal stattfindet. Die Besucher können an über 10 Foodtrucks kulinarische Köstlichkeiten aus aller Welt geniessen.

Öffnungszeiten

AGVS Auto Ausstellung

Freitag, 15. März 2019,
17–21 Uhr
Samstag, 16. März 2019,
10–18 Uhr
Sonntag, 17. März 2019,
10–17 Uhr

Aussteller: 40

Marken: 30

Autos: 157

Öffnungszeiten

Food Festival

Freitag, 15. März 2019,
17–21 Uhr
Samstag, 16. März 2019,
10–21 Uhr
Sonntag, 17. März 2019,
10–18 Uhr



BUNDESRAT BRÄNDLI



ÜBERREGIONALE VERANSTALTUNG: BADEN REGIOTALK

EINE GELUNGENE PREMIERE

Am Dienstag, 29. Januar 2019 trafen sich über 370 Personen zum ersten «Baden Regiotalk» im Tägi in Wettingen. Diese neue Plattform fördert den direkten und unkomplizierten Austausch zwischen Behördenmitgliedern und Unternehmern. Dass mit der Veranstaltung ein empfindlicher Nerv getroffen wurde, zeigte die grosse Zahl der Teilnehmenden.

EVELINE FREI, FLAVIO DE NANDO

«Nicht schon wieder ein neuer Round Table!» Adrian Schoop, Gemeindeammann von Turgi, Unternehmer und Podiumsteilnehmer, merkte an, dass in letzter Zeit überall neue Diskussionsplattformen entstehen würden, wo gewünscht werde, dass man sich einbringe. Der «Baden Regiotalk» in dieser Form sei jedoch etwas Neues und grundsätzlich etwas Gutes. Roland Kuster, Gemeindeammann von Wettingen und Präsident von «Baden Regio», versicherte, dass es ein Treffpunkt für den direkten Informationsaustausch zwischen lokalen Vertretern aus Wirtschaft und Politik sei.

Netzwerken zum Auftakt

Zum Auftakt luden die zahlreichen Gemeinden aus dem Regionalplanungsverband «Baden Regio» zum ungezwungenen Kennenlernen ein. Diese Gelegenheit wurde rege genutzt. Mit diesem «Meet and Greet» erhielten die Gemeinden die Möglichkeit, nicht nur aus Umfragen, sondern «direkt von den Unternehmern zu erfahren, wo der Schuh drückt», wie es Roland Kuster ausdrückte.

Begrüssung

In seiner Begrüssungsrede bedankte sich Roland Kuster für das grosses Interesse an der gemeinsamen Veranstaltung des Aargauischen Gewerbeverbandes (AGV), der Aargauischen Industrie- und Handelskammer (AIHK) und von «Baden Regio». Namentlich erwähnte er die Nationalrä-



Die Podiumsteilnehmer: Adrian Schoop, Stephan Attiger, Flavio De Nando, Hansueli Loosli und Roland Kuster

te Ruth Humbel und Bernhard Guhl sowie Peter Enderlin und Andreas Voser von der Regionalgruppe Baden der AIHK. Ausserdem begrüsst er die Referenten und Podiumsteilnehmer Hansueli Loosli, VR-Präsident Coop-Gruppe, und Stephan Attiger, Regierungsrat. Weitere Teilnehmer am Podiumsgespräch, das von Flavio De Nando, Bezirksvertreter des AGV und Unternehmer, moderiert wurde, waren Adrian Schoop und Roland Kuster.

Gemeinsame Lösungen

«Was können wir als Exekutive zur Entwicklung in unserer Region beitragen?» Für Roland Kuster ist klar, die Gemeindebehörden müssen von den Unternehmen wissen, welche Bedürfnisse sie haben. Der Wirtschaftsraum Baden-Wettingen stelle 25 Prozent aller Arbeitsplätze im Kanton und verzeichne das grösste kantonale Wirtschaftswachstum. Man müsse miteinander und überregional Lösungen finden sowie «gegenseitig Vertrauen haben und Vertrauen leben», bekräftigte Roland Kuster. Dabei dürfe die Frage der Eigentümerschaft und Machbarkeit aber nicht vergessen werden.

Offen kommunizieren

Vertrauen könne man durch offene Kommunikation erreichen, ist Hansueli Loosli überzeugt. In seinem Referat verwies er auf die heutige Tendenz, dass «Konsumenten wissen wollen, woher die Produkte kommen und was sie essen». Coop sei im Aargau an über 50 Standorten ver-

treten. Als Liegenschaftsbesitzerin nutze sie ihre Immobilien primär als Lager- und Ladenfläche und nur zu rund zwei Prozent für Wohnraum. «Wir sind daran, diesen Prozentsatz künftig durch verdichtetes Bauen, etwa bei Umbauten, auf rund zehn Prozent zu erhöhen.»

«Partnerschaft führt zum Erfolg»

Zentral für den Erfolg eines Unternehmens sei auch die verkehrstechnische Erreichbarkeit, die wiederum Einfluss auf die Standortattraktivität habe, fügte Roland Kuster an. «An dieser Thematik müssen wir weiterarbeiten.» Für eine erfolgreiche Orts- und Stadtkernentwicklung brauche es deshalb auch die Unterstützung des Kantons, denn «nur eine gute Partnerschaft führt zum Erfolg». Mit dieser Ergänzung übergab er das Mikrophon an Stephan Attiger.

Grosse Herausforderungen

«Es ist zentral, dass Schnittstellen gepflegt werden, denn nur wenn

man die gegenseitigen Bedürfnisse kennt, kann man Lösungen finden», so das Fazit von Stephan Attiger. Er sei froh, dass Unternehmer von sich aus Infrastrukturen gemeinsam nutzen würden, wie das Beispiel von Coop zeige. Eine innere Verdichtung sei auch im Gewerbegebiet wichtig, etwa durch eine Erhöhung der Ausnutzungsziffer. Um den begrenzten Raum aber effizient nutzen zu können, «müssen wir gezielt Schwerpunkte definieren, denn wir können nicht überall verdichten».

Podiumsgespräch

Flavio De Nando stellte zum Podiumsthema «Chancen und Herausforderungen für die Region» zahlreiche Anschlussfragen an die Referate. Auf der einen Seite wurde dabei klar, dass Rede- und Handlungsbedarf besteht, wenn etwa Forderungen nach einem schnelleren Bearbeiten von Baugesuchen oder weniger Vorschriften geäußert wurden. Auf der anderen Seite stehen Kanton und Gemeinden vor grossen Herausforderungen im Bereich Verkehr und Bevölkerungswachstum.

Schluss

Zum Schluss bedankte sich Roland Kuster bei allen Anwesenden und Sponsoren und lud zum Austausch beim anschliessenden Aperó ein. Er freue sich schon auf den nächsten «Baden Regiotalk» und betonte noch einmal: «Gemeinsam vorwärts für eine starke Wirtschaftsregion!»



Gelungener Start des «Baden Regiotalk»



UNTERNEHMERFORUM / EINE NEUE INFORMATIONS- UND AUSTAUSCH-PLATTFORM DES HIGHTECH ZENTRUMS AARGAU

NETZWERK AARGAU INNOVATIV

Das Hightech Zentrum Aargau erweitert sein Dienstleistungsangebot für Aargauer Firmen: Mit der neuen Plattform «Netzwerk Aargau innovativ» werden Unternehmerinnen und Unternehmer angesprochen. Ziel ist die verstärkte Innovationsförderung. Am Gründungsanlass vom 5. März 2019 zeigt Innovationsforscher Oliver Gassmann Erfolgsvoraussetzungen auf.

SARA GAVESI

Kerngeschäft der Hightech Zentrum Aargau AG (HTZ) in Brugg ist die Unterstützung von Aargauer KMU bei der Realisierung von innovativen Projekten und bei Technologiefragen. Mehr als

1000 unterschiedlichste Projekte von über 500 Unternehmen wurden vom Hightech Zentrum Aargau seit 2013 erfolgreich initiiert und begleitet. Mit seinen Dienstleistungen offeriert das HTZ Unternehmen im Kanton eine Reihe von Mehrwerten. Dazu gehören auch branchen- und themenspezifische Informationsanlässe. Mit dem Netzwerk Aargau innovativ wurde nun ein zusätzliches Angebot geschaffen.

«Der Name ist Programm», erläutert Beat Christen vom Hightech Zentrum Aargau. Er ergänzt: «Zu unseren Kernaufgaben gehört auch die Vernetzung von Aargauer Unternehmen mit zahlreichen Events.» Mit dem neuen Format Netzwerk Aargau innovativ werde eine Plattform geschaffen, wo sich Aargauer Unternehmerinnen und Unternehmer gezielt mit dem Thema Innova-



«Der Name ist Programm»: Beat Christen, verantwortlich für das Programm Netzwerk Aargau innovativ



Keynote-Speaker am 5. März 2019: Prof. Dr. Oliver Gassmann, Universität St. Gallen, Spezialist für Innovationsmanagement

tionsförderung auseinandersetzen können – im fachlichen Austausch und im persönlichen Gespräch. Damit soll der Wissenstransfer aus der Praxis für die Praxis zusätzlich verstärkt werden. Das Netzwerk Aargau innovativ unterstützt auch die Weiterführung der bewährten Aargauer Technologie- und Innovationsförderung.

Attraktive «Innovation Talks»

Auf dem Jahresprogramm des Netzwerks Aargau innovativ stehen regelmässige Innovation Talks für Mitglieder. Der erste Inhaltsfokus liegt auf aktuellen allgemeinen Innovationsthemen. Diese werden im Rahmen von Mittagsveranstaltungen in den Aargauer Regionen beleuchtet: «Im Vordergrund stehen hier neue Entwicklungen in Bereichen wie Produkt- und Prozessinnovationen, digitale Transformation oder neue Technologiefelder», erläutert Christen, der für das Netzwerk-Programm verantwortlich ist. Der zweite Themenfokus richtet sich auf erfolgreich realisierte Innovationsprojekte. Diese Veranstaltungen werden jeweils «vor Ort», das heisst bei einem Aargauer Unternehmen, durchgeführt. Das Netzwerk Aargau innovativ soll zu einem festen Bestandteil des HTZ-Angebots werden. Netzwerk-Mitglieder profitieren zusätzlich von einer 50%-Vergünstigung bei der Teil-

nahme an kostenpflichtigen Veranstaltungen des HTZ. Sowohl Privatpersonen als auch Unternehmen können jeweils auf Jahresbasis Mitglieder des Netzwerks Aargau innovativ werden.

Gründungsanlass am 5. März

Für den offiziellen Gründungsanlass des Netzwerks Aargau innovativ konnte Prof. Dr. Oliver Gassmann als Keynote-Speaker gewonnen werden. Gassmann ist seit 2002 Ordentlicher Professor für Innovationsmanagement an der Universität St. Gallen. Er leitet das Institut für Technologie- und Innovationsmanagement. Vor seiner akademischen Karriere war Gassmann während mehrerer Jahren als Forschungsleiter für den Schindler-Konzern tätig. Der vielzitierte Innovationsforscher und erfolgreiche Buchautor wird am 5. März 2019 praxisnah aufzeigen, unter welchen konkreten Voraussetzungen Innovation entstehen kann. (rm)



Mehrwert dank fachlichem und persönlichem Austausch: Mitglieder des Netzwerks Aargau innovativ profitieren von praxisorientierten «Innovation Talks».

Weitere Informationen:

www.aargau-innovativ.ch
www.hightechzentrum.ch

STICHPROBENKONTROLLE ENERGIEVERBRAUCHS- ANALYSEN (EVA)

OMAR ATEYA
FACHSPEZIALIS ENERGIE-
WIRTSCHAFT

Vorgeschichte

2012 wurde, basierend auf Vorgaben des Bundes sowie der kantonseigenen Energiestrategie, im Aargauer Energiegesetz der Grossverbraucherartikel aufgenommen. Demgemäss stehen einem Grossverbraucher drei Modelle zur Wahl (die Universal- sowie die Kantonale Zielvereinbarung und die Energieverbrauchsanalyse). Allen gemein ist, dass Vorabinvestitionen sowie nur technisch und ökonomisch sinnvolle Massnahmen berücksichtigt werden.

Weiterführende Informationen:

<https://tinyurl.com/gvm-ag>

2018 wurden rund 30% der verfügbaren EVA abgeschlossen. Um aus dem Vollzug relevante Erkenntnisse zu gewinnen, entschied sich das BVU für die Durchführung einer Stichprobenkontrolle im Herbst 2018.

Wichtige Erkenntnisse

– Die Unternehmen im Kontrollpool haben ihre gesteckten Ziele zum Teil markant übertroffen.

– Die finanziellen Einsparungen, von denen die Unternehmen profitieren, sind signifikant.

– Eine Sensibilisierung infolge der EVA-Erarbeitung und -Umsetzung ist auszumachen.

– Betriebsoptimierungen bringen manchmal das grösste wirtschaftliche Einsparpotenzial.

Alternative 1

Effizienzsteigerung von 30% möglich

Die Romay AG in Oberkulm stellt mit ihren 250 Mitarbeitern von der Duschwanne bis hin zu der Innenverkleidung von Zügen wie dem Stadler Flirt die unterschiedlichsten Produkte her.

Mit der Erarbeitung der EVA plante man eine Effizienzsteigerung von etwa 16 Prozent. Z.B. über die Abwärmenutzung aus der Kälte- und Druckluftanlage und Betriebsoptimierungen. Aus verschiedenen Gründen konnten nicht alle ursprünglich geplanten Massnahmen umgesetzt werden. Die anvisierte Effizienzsteigerung wurde jedoch mit neuen, bedeutenden Ersatzmassnahmen mehr

als wettgemacht. Diese wurden u.a. im Rahmen von betrieblichen Anpassungen und Optimierungen erarbeitet. Zum Beispiel mit dem Umbau der Produktionsanlagen und dem Ersatz von Kompressoren. Schlussendlich übererfüllte die Romay AG die Ziele der EVA mit einer gesamthaften Effizienzsteigerung von knapp über 30 Prozent.

Dabei beeinträchtigte sie weder deren Wettbewerbsfähigkeit noch die betriebliche Sicherheit. Mit den umgesetzten Massnahmen spart Romay jährlich über 2.600.000 kWh Strom ein. Das entspricht dem durchschnitt-

lichen Stromverbrauch von fast 580 Schweizer 4-Personen-Haushalten.

Die Romay AG steht exemplarisch für viele Aargauer Grossverbraucher, die mit viel Einsatz und Herzblut massgeblich dazu beitragen, dass die Energieziele des Kantons, aber auch die Richtwerte der Energiestrategie 2050 des Bundes erreicht werden.



KANTON AARGAU

KMU | EXPERTEN

UNSERE
BERATER WISSEN,
WO DER SCHUH DRÜCKT
UND WIE DER HASE LÄUFT.

TREUHAND | SUISSE

www.treuhandswissse-zh.ch
Schweizerischer Treuhänderverband
Sektion Zürich

**Die «Aargauer Wirtschaft»
ist die einzige adressierte
Unternehmerzeitung im
Kanton Aargau.**

Inserate bei: Inweb AG, 044 818 03 07



BERUFSSCHULE LENZBURG

MIGRANTEN GEZIELT FÖRDERN

Deutsch ist keine einfache Sprache. Diese Erfahrung machen junge Migranten, welche eine Lehre absolvieren und die Berufsschule Lenzburg besuchen. Im Intensiv-Stützkurs können sie ihre schriftlichen und mündlichen Deutschkenntnisse gezielt verbessern.

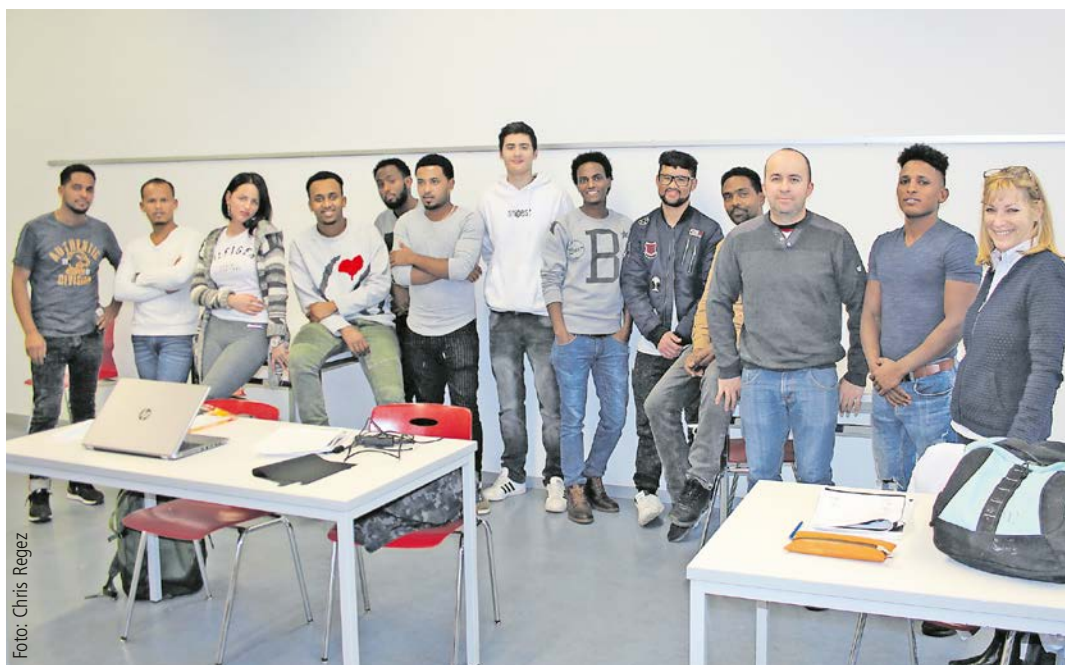
CHRIS REGEZ

Beim obligatorischen Deutschtest zu Beginn der Lehre werden die Deutschkenntnisse aller Schüler überprüft. In letzter Zeit hat die Zahl der Schüler mit Migrationshintergrund zugenommen. Dass sie ihr mündliches und schriftliches Deutsch verbessern müssen, ist kein Geheimnis. Für Ruedi Suter, Rektor der Berufsschule, war das ein Grund, den Intensiv-Stützkurs für Migranten zu lancieren: «Diese jungen Leute haben bereits viele Anstrengungen unternommen, um eine Praktikums- oder gar Lehrstelle zu finden. Und das ist ihnen mit minimalsten Deutschkenntnissen gelungen.»

Ziel des Intensiv-Stützkurses

Gemäss Ruedi Suter dient der Kurs dazu, den Jugendlichen eine Basis

Der Intensiv-Stützkurs für Migranten (iSfM) unterstützt Flüchtlinge und vorläufig aufgenommene Personen auf ihrem Weg zu ihrer Berufsausbildung mit EBA- oder EFZ-Abschluss. Der iSfM dauert gleich lang wie die reguläre Lehrzeit. Aktuell besuchen rund 20 Personen aus Syrien, Eritrea, Afghanistan, Serbien und Kolumbien den Kurs. Während 3,5 Tagen arbeiten sie im Lehrbetrieb, einen Tag besuchen sie die Berufsfachschule und einen halben Tag den Intensiv-Stützkurs. Der Kurs bietet den Betrieben die Chance, motivierte und begabte Personen trotz ihrer Sprachschwierigkeiten auszubilden.



Motivierte Klasse im Intensiv-Stützkurs für Migranten

für ihr späteres Leben zu geben: «Durch die Teilnahme am Intensiv-Stützkurs können sie dem regulären Berufsschulunterricht besser folgen. Dies erhöht die Chancen, dass sie die Berufsausbildung erfolgreich abschliessen können. Zudem können sie sich im Berufsalltag besser verständigen. Wenn es uns gelingt, diese Flüchtlinge auszubilden, haben sie eine Chance, eines Tages eine Arbeitsstelle zu finden, sich zu integrieren und einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten.»

Positive Erfahrungen

Urs Schwarz, Abteilungsleiter Allgemeine Bildung, zieht ein positives Fazit: «Die Berufsschüler, die oft erst seit wenigen Jahren in der Schweiz leben, sind sehr motiviert, denn sie haben erkannt, dass sie dank dem Kurs ihre Deutschdefizite reduzieren können. Für den erfolgreichen Abschluss der Berufslehre ist dies eine Notwendigkeit.»

Im Unterricht bespricht Andrea Schweizer mit den Schülern unter anderem auch ihre Hausaufgaben. Die Aufgabenstellungen zu verstehen, ist nicht immer einfach, wenn die Schüler nur wenig Deutsch verstehen oder lesen können. Dann ist

Improvisation gefragt und Übersetzungsprogramme helfen, die richtige Übersetzung gemeinsam zu finden und die Aufgaben zu lösen. Für die Lehrerin ist das eine grosse Herausforderung, denn sie spricht weder die Sprachen Eritreas, Syriens noch Serbiens. Manchmal hilft Englisch weiter. So oder so: Bis zur Lösung einer Aufgabe ist es oft ein langer Weg, und dies gelingt nur durch ein schrittweises Herantasten.

Schüler spüren Fortschritte

Vanja, 20-jährig, aus Bosnien, konnte nach ihrer Ankunft in der Schweiz nur ganz wenige Wörter Deutsch sprechen. Inzwischen absolviert sie in einem Alterszentrum eine Lehre als Fachfrau Hauswirtschaft. Von den Bewohnern erhielt sie schon viele Komplimente für ihr verbessertes Deutsch.

Wilson stammt aus Kolumbien und absolviert eine Lehre als Sanitärinstallateur. Der 35-jährige Mann schätzt am Kurs, dass er hier länger Zeit hat, den Schulstoff zu studieren. Bei Fragen kann er sich direkt an die Lehrerin wenden.

Merhawi hat seine Wurzeln in Eritrea. Er ist erst zwanzig Jahre alt und absolviert eine Lehre als Sanitär/Haus-

techniker. Dank dem Intensivkurs kann er sich jetzt auch im Geschäft besser ausdrücken, da seine Fortschritte spürbar sind.

Zwei Sprachen erlernen

Alle Flüchtlinge sind im täglichen Leben, in der Schule und bei der Arbeit mit dem gleichen Problem konfrontiert: Sie müssen nicht nur Schweizer Mundart, sondern auch Hochdeutsch erlernen. Dank diesem Intensiv-Stützkurs können sie sich Woche für Woche verbessern.

Dieses wertvolle Projekt kann dank der finanziellen Unterstützung des Departements Bildung, Kultur und Sport und den Ausbildungsbetrieben, welche die Lernenden für den Zusatzunterricht freistellen, realisiert werden.

DAS WORT DES PRÄSIDENTEN

ICH BRAUCHE DIE TAGESZEITUNGEN



Ich finde die heutige Vielfalt der Informationsquellen begeisternd. Den freien und unermesslichen Zugriff auf Informationen aller Art hätte ich mir in meiner beruflichen Ausbildungszeit gewünscht. In

meinem Elternhaus lag früher das Aargauer Volksblatt (heute Aargauer Zeitung) und die regionale BOTSCHAFT auf. Per Zufall fiel mir vielleicht die NZZ oder der Tages-Anzeiger in die Hand. Wie wertvoll war damals ein mehrbändiges Lexikon oder ein Dictionnaire im Haushalt. Das Radio und der Fernseher mit wenigen Sendern ergänzten das Angebot. Das war's dann.

Jetzt haben wir die Medienvielfalt. Wie in jeder Branche herrscht auch hier ein Verdrängungskampf. Und so, wie es aussieht, leiden die Tageszeitungen ganz besonders. Alle beklagen den Inseraterückgang. Die Zeitungsmacher legen offen, ohne finanziellen Rückhalt

lässt sich kein hochwertiger Journalismus machen. Alle haben gleichzeitig den Schritt vom Zeitungshaus zum Medienhaus getan. Der Büchermarkt wurde vor wenigen Jahren noch für sterbend erklärt. Die Branche hat soeben publiziert, dass sich der Buchmarkt im 2018 stabilisiert hat. Zuversichtlich stimme, dass wieder mehr Kinder- und Jugendbücher verkauft und gelesen würden. Dies ist offenbar ein guter Beweis, dass das gedruckte Buch nicht ausstirbt. Ich erwarte die gleiche Entwicklung bei den Tages- und Regionalzeitungen. Die Apps schätze ich zwar auch. Damit kann sicher viel Gedrucktes gespart werden. Aber sie

sind für mich kein gänzlicher Ersatz für die gedruckte Zeitung. In den Tageszeitungen erwarte ich die Aktualitäten in der Region, vom Kanton und erst in dritter Priorität jene auf Bundesebene. Die «Aargauer Wirtschaft» könnten wir durchaus per Mail versenden und auf unsere Homepage tun. Die Reaktionen zeigen uns, dass man unverändert gerne eine gedruckte Zeitung in die Hand nimmt. Man hat von den vielen Mails genug, man ist gesättigt. Unsere Mitglieder haben ein Bedürfnis, ihre Bekanntmachungen in Druckform zu publizieren. Wir warten gespannt die Entwicklung ab.

Kurt Schmid

STAND-BYE!

Verabschieden Sie sich vom Betrieb ohne Nutzen und sparen Sie Energie und Kosten in Ihrem Unternehmen.

TOP-ADRESSEN

Abdeckblachen / Hüllen / Vorhänge

Blacho-Tex AG

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

Abfall / Räumungen / Entsorgung

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

Architektur

Buser + PARTNER AG – Dipl. Arch. ETH/SIA

Neubau / Umbau / Restaurationen
Planung / Ausführung / Bauberatung
Jurastrasse 2, 5000 Aarau
www.buserundpartner.ch, 062 822 72 82

Vogel Architekten AG

Architektur / Planung / Bauleitung
Immobilienverkauf – 061 836 11 11
mail@v-a.ch / www.vogelarchitekten.ch

Beratung / Information

ask! – Beratungsdienste für Ausbildung und Beruf

Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung,
Jugendpsychologischer Dienst,
Lehrpersonenberatung, Info-Zentren.
Bei Fragen zu Bildung, Beruf und Arbeit:
www.beratungsdienste.ch

Beratung / kaufm. Unterstützung

Giampa Unternehmensdienstleistungen

Wiesenweg 15, 5524 Niederwil AG
info@agiampa.ch, Tel. 079 418 13 20

Elektro-, Energie-Technik

CAP AG

Energiemanagement, Service & Wartung,
Blindleistungskompensation, Netzqualität
Im Wechsel 2, 5042 Hirschthal
www.capag.ch, Tel. 062 724 12 48

Firmen-Nachfolge-Verkauf

ANSATZ AG Firmen-Nachfolge-Verkauf

Firmenverkauf, Bewertungen, Gutachten,
Optimierung, Nachfolgersuche nat. int.
5330 Bad Zurzach – 056 265 00 58
www.firmen-nachfolge-verkauf.ch

Informatik

GIS Global IT Service

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

Informatik / EDV / Sicherheit

WESU Datentechnik GmbH

Informatiklösungen für KMU's
Lenzburgerstrasse 2, 5702 Niederlenz
Tel. 062 544 31 10
info@wesu.ch, www.wesu.ch

we connect ag 056 437 29 00

Kunden und IT in den besten Händen
Landstrasse 175, 5430 Wettingen
info@wcon.ch – www.wcon.ch
Lassen Sie sich begeistern!

Inserate – Werbung – Beratung

Inweb AG

Postfach – 8153 Rümlang (Postadresse)
Tel. 044 818 03 07
info@inwebag.ch – www.inwebag.ch

Nutzfahrzeuge

Marti Nutzfahrzeuge AG

Iveco Verkauf und Reparaturen
Bodenachermatte 8, 6260 Reiden
info@martireiden / Tel. 062 749 00 49
www.martireiden.ch

Offset- und Digitaldruck

Oeschger Druck AG

Ocostrasse 20, 5330 Bad Zurzach
Telefon 056 249 12 22
info@oeschgerdruck.ch
oeschgerdruck.ch

Treuhand

ARBEST Treuhand AG

AbschlussRevisionBeratung
ExpertisenSteuernTreuhand
Bahnhofstrasse 64 – 4313 Möhlin

Schreinerei – Innenausbau

F. & U. Wirz AG – Schreinerei – Küchenbau

Küchen – Bad – Böden – 300 m² Ausstellung
5504 Othmarsingen – 062 896 20 20

Übersetzungen / Informatikkurse / Support

BBS Office GmbH

5610 Wohlen
www.bbsoffice.ch / 056 610 03 93

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 Mörigen AG
www.watercompany.ch, Tel. 062 893 44 44
info@watercompany.ch

Zelt- und Zubehörvermietung

Blacho-Tex AG

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

Zimmerei – Schreinerei

R. Saxer Holzbau GmbH

Zimmerei – Schreinerei – Bedachungen
Unterdorfstrasse 21, 5607 Hägglingen
T 056 624 11 54, www.rsaxer-holzbau.ch

Total Fr. 175.– für 5 Zeilen für 12 Monate!
Rubrik gratis!



Ideen. Fragen. Antworten.

Brugg | 056 560 50 50 | hightechzentrum.ch

TOP-ADRESSEN

Telefon 044 818 03 07, info@inwebag.ch

DER AARGAU STELLT SICH VOR

VON NULL AUF 30

Hans Peter Plüss ist ein Macher mit Energie für zwei. Vor dreissig Jahren hat er sich zum Ziel gesetzt, Unternehmer zu werden. Inzwischen hat er aus eigener Kraft die EP:Plüss GmbH in Safenwil mit heute sieben Mitarbeitenden aufgebaut.

EVELINE FREI

Herr Plüss, was hat Sie dazu bewogen, selbstständig zu werden?

Ich bin ein Macher und kann nicht einfach herumsitzen. Schon während der Schulzeit habe ich in den Ferien gearbeitet. Ich wollte immer eine selbstständige Tätigkeit ausüben, obwohl ich nicht in einer Unternehmerfamilie aufgewachsen bin.

Wie haben Sie Ihren Plan umgesetzt?

(Lacht) Von Beruf her bin ich gelernter Automechaniker. Bereits in der Lehre baute ich in meiner Freizeit Autoradios ein und später auch Autotelefone. Damals musste man noch von Hand Löcher in die Türpanels und Heckablagen sägen. Nach der Lehre war ich zwischenzeitlich Tankwart im Perry Center. Danach arbeitete ich in der Autowerkstatt von Bally und absolvierte nebenbei die Lastwagenprüfung. 1989 gründete ich die Einzelfirma Hanspeter Plüss, Auto Hi-Fi Anlagen in Oftringen. Das erste Domizil war mein Elternhaus. Die Autoeinbauten nahm ich auf dem Hausplatz vor.

Sie haben Ihr Sortiment laufend erweitert.

Nebst Autoradios und Lautsprechern begann ich Parabolspiegel zu verkaufen und zu montieren, und zwar bis nach Tunesien. Gleichzeitig habe ich eine hauseigene Reparaturwerkstatt für defekte Fernsehgeräte und Mobiltelefone aufgebaut. Damals benötigte man für den Verkauf und Einbau von Natel-C-Geräten noch eine Konzession der PTT. Aktuell umfasst unser Sortiment TV, Multimedia, Telecom, Navigation und Sicherheitslösungen.



Hans Peter Plüss von EP:Plüss GmbH in Safenwil (3. v.l.) an der BNI Global Convention in Bangkok

Der Bereich Telefonie befindet sich derzeit im Umbruch

Ja! Es hat sich viel geändert mit der Digitalisierung. Ich interessiere mich für neue Technologien und Veränderungen. Als Swisscom World Partner und UPC Business Partner beraten, verkaufen und installieren wir jetzt auch VoIP-Telefonie. Ausserdem sind wir Ansprechpartner für die Kabelfernseh Genossenschaft Safenwil. Wir arbeiten nach der Devise «De Plüss, dä helft der gwöss». Der Kontakt zu Menschen war und ist zentral für mich. Und weil wir bei der EP:Plüss GmbH so grossen Wert auf die persönliche Beratung legen, sind wir von unseren Partnern auch mehrfach ausgezeichnet worden: beste Nokia Servicestelle, bester Swisscom Fachhändler (2015) oder UPC Fachhändler des Jahres (2015).

Sie sprechen von «wir». Wer arbeitet nebst Ihnen noch im Betrieb?

Momentan sind wir, mich eingeschlossen, sieben Mitarbeitende. Ein Werkstatteleiter mit einem Lernenden Multimediaelektroniker EFZ, zwei Verkäufer und zwei Lehrlinge in der Ausbildung zum Detailhandelsfachmann EFZ sowie eine Buchhalterin. Wir bilden seit 1995 Lernende in den zwei Berufen aus. Unser Lernender Luca Suter, Detailhandelsfachmann EFZ, hat 2018 an den SwissSkills in Bern den 6. Platz belegt. Jan Acher-

man, der bei uns die Lehre zum Multimediaelektroniker EFZ gemacht hat, belegte letztes Jahr bei den Abschlussprüfungen den zweiten Platz (AG/SO). Ich bin stolz auf alle unsere Mitarbeitenden. Unter anderem auch auf unseren Werkstatteleiter, der mit 51 Jahren bei uns angefangen hat und täglich seit zehn Jahren einen Arbeitsweg von mehr als einer Stunde auf sich nimmt.

Haben Sie neue Projekte in petto?

2018 haben wir mit einem eigenen Stand an der BNI Global Convention in Bangkok in Thailand teilgenommen und konnten viele interessante Kontakte nach Thailand, Hongkong, Malaysia, China, Indien und in den



Verkaufsladen von EP:Plüss GmbH, Dorfstrasse 8 in 5745 Safenwil

arabischen Raum knüpfen. Diese werden wir jetzt auswerten.

Ihnen scheinen die Ideen nie auszugehen, oder?

(Lacht) Ich liebe meinen Beruf und mag die Herausforderungen, die damit verbunden sind. Wenn man mit offenen Augen und Ohren durchs Leben geht, begegnet man immer wieder Neuem.

Was versteckt sich eigentlich hinter EP in Ihrem Namen?



Persönlich

Hans Peter Plüss ist ein Gourmet. Er liebt gutes Essen und besonders die asiatische Küche. Wenn er nicht arbeitet oder auf Reisen in ferne Länder ist, dann entdeckt er gerne die Schweiz zu Fuss. Das können dann auch schon einmal Hochgebirgstouren sein.

Villigen Valley



#WeLoveAargau

Lokal. Digital. nab.ch

