Sonderausgabe Fricker Gewerbeausstellung EXPO17

Samstag, 7.10.2017

NEUE FRICKTALER ZEITUNG

EXTRA-BLATT

«Die Expo ist ein Leuchtturm in der aargauischen Gewerbelandschaft»

Die Eröffnung der Fricker Gewerbeausstellung war voll lobender Worte

Regierungsrat Alex Hürzeler mit Ehefrau Ursula und Kurt Schmid, Präsident Aargauischer Gewerbeverband.

Stelldichein unter dem Lindenbaum. Fotos: Susanne Hörth

Mit vielen Gästen ist die Gewerbeausstellung EXPO17 am Freitagnachmittag eröffnet worden. Bis Sonntagabend präsentieren rund 100 Aussteller ihr Angebot in speziellen Themenwelten.

Susanne Hörth

FRICK. «Trotz des schlechten Wetters ist es heute ein wunderschöner Tag. Es ist die Krönung einer dreijährigen Planungszeit», freute sich Bernhard Stöckli am Freitagnachmittag bei der Eröffnung der grossen Fricker Gewerbeschau Expo17. In seinen Begrüssungsworten war der OK-Präsident voller Lob für das regionale Gewerbe. Nur sie würden mit ihrem Mitmachen eine solche Schau erst möglich machen. Ähnlich tönte es bei Franziska Bircher, Präsidentin des für die Ausstellung verantwortlichen Gewerbe Region Frick-Laufenburg (Geref). «Nur ein aktives Gewerbe ist fähig, eine solche Leistungsschau auf die Beine zu stellen.» Ein Gewerbe, das sich durch seine kompetente Beratung, sein grosses Angebot in unmittelbarer Nähe auszeichne. «Online-Shopping ist nicht immer die erste Wahl», betonte Franziska Bircher.

Persönlich und nah

Die regionale Stärke der KMUs hob auch Regierungsrat Alex Hürzeler in seiner Rede hervor. Er freute sich, dass sich so viele Gewerbler an der EXPO17 beteiligen. «Hier können sie ihren Trumpf, den persönlichen und langfristigen Kundenkontakt voll ausspielen.» Sich Kennen demonstriere das Gewerbe im Fricktal immer wieder auf eindrückliche Art und Weise. Der Regierungsrat lobte zudem die lange gepflegte Tradition der Fricker Gewerbeausstellung. Auch er selbst habe hier in früheren Jahren schon mitgeholfen. Mit Blick auf die Schulhaustreppe – die Eröffnung fand im Foyer des Oberstufenschulhauses statt – erinnerte sich der Bildungsdirektor, dass auch er hier vor fast vierzig Jahren zur Schule gegangen sei. Und auf die Lernenden bezogen, war er überzeugt, dass die EXPO17 ebenfalls eine ideale Plattform für Schulabgänger bieten würde, um ihnen die einzelnen Branchen näher vorzustellen.

Glockengeläut

Noch bevor Kurt Schmid, Präsident Aargauischer Gewerbeverband, das Wort ergriff, läutete er mit einer Glocke. «Ich läute die Werbeglocke für das aargauische Gewerbe», so Schmid. Mit diesem Läuten wolle er, und damit schloss er sich auch den Worten von Geref-Präsidentin Franziska Bircher an, gerade hier an der Grenze zu Deutschland, die Konsumenten wachrütteln. «Sie sollen in der Region einkaufen.» Bei einem Umrechnungskurs von zurzeit 1,15 müsse man zum Einkaufen nicht nach Deutschland fahren. Schmid schwang erneut die Glocke. Ein breites Lachen zog dabei über sein Gesicht. «Ich läute gerne in Frick, weil die Expo ein Leuchtturm in der aargauischen Gewerbelandschaft ist.» Das Weltenkonzept der Fricker Gewerbeschau habe bereits Nachahmer in anderen Regionen gefunden. «Wenn auch noch nicht so ausgeklüngelt wie hier.» Mit der Gewerbeschau würde zudem der Zusammenhalt untereinander gefördert.

Wieder läutete der aargauische Gewerbeverbandspräsident. «Jetzt möchte ich die Schüler wachrütteln. Wachrütteln, damit sie einen Beruf in Angriff nehmen.» Wie Hürzeler betonte auch er, dass die Gewerbeausstellung eine Art Berufsschau für die jungen Leute sei. Bevor er seine Rede schloss, freute sich Schmid, dass im Aargau die Zahl der Gewerbeschauen wieder steigen würde.

Als letzter Redner hielt sich der Fricker Vizeammann Christian Fricker kurz. Wie seine Vorredner war er voller Lob für das regionale Gewerbe. Er bezeichnete es als sehr lebhaftes, aktives KMU und als das «pochende Herz im Fricktal.»

Und wie lebendig, aktiv, leistungsstark und vielseitig das regionale Gewerbe ist, davon konnten sich die Gäste bei einem ersten Rundgang durch die EXPO-Welten einen Eindruck verschaffen. Die Gewerbeausstellung auf dem Schulgelände Ebnet in Frick lädt noch bis Sonntagabend zu Weltenreisen ein.

Kurt Schmid schwingt die Werbeglocke für das Gewerbe.

Vor dem Rundgang noch eine Stärkung.

Heute lesenswert

Das Miteinander steht an erster Stelle

EXPO17. Ob bei der Gewerbeschau oder auch bei anderen Anlässen, wichtig ist das Miteinander, so der junge Familienvater.

Seite 3

Erste Eindrücke der EXPO17

Die EXPO17 ist eröffnet. Wir waren mit der Kamera für Sie dabei.

Auf den Seiten 4 und 5

Eine Zeitung muss glaubwürdig sein

NZF-Verleger Walter Herzog über den Stellenwert einer Regionalzeitung.

Seite 7

Extrablatt!

Für die EXPO17 hat das Team der Neuen Fricktaler Zeitung und der Fricktaler Medien AG dieses «Extrablatt» produziert. Diese Spezialausgabe für die Fricker Gewerbeausstellung ist in einem Sondereinsatz druckfrisch in der Nacht auf Samstag produziert worden und ist in limitierter Auflage nur an der EXPO17 erhältlich. Mit diesem Extrablatt wollen wir aktuell über die Eröffnung der EXPO17 und die beeindruckende Vielfalt der Ausstellungswelten und des Gewerbes von Frick und der Region berichten. Lassen auch Sie sich beeindrucken!

Daneben möchten wir natürlich auch ein klein wenig unsere eigene Flexibilität und Leistungsfähigkeit unter Beweis stellen!

IHR TEAM DER NEUEN FRICKTALER ZEITUNG FRICKTALER MEDIEN AG

EXPO 17
GEWERBE REGION FRICK-LAUFENBURG
6.–8. OKTOBER 2017

Öffnungszeiten
Freitag: 17–22 Uhr,
Restaurants bis 24 Uhr
Samstag: 10–22 Uhr,
Restaurants bis 24 Uhr
Sonntag: 10–17 Uhr

GEWERBE REGION
FRICK-LAUFENBURG

6.–8. OKTOBER 2017
EBNET, FRICK

EXPO 17

Öffnungszeiten Freitag: 17 – 22 Uhr, Restaurants bis 24 Uhr • Samstag: 10 – 22 Uhr, Restaurants bis 24 Uhr • Sonntag: 10 – 17 Uhr

Willkommen an der EXPO17 in Frick

FreakTaler

Besuchen Sie uns vom 6. bis 8. Oktober 2017
an der Expo17 in unserer Welt «Freak-Taler»
in der Sporthalle Ebnet, Frick.

EXPO 17

Feuer und Flamme für Ihre Heizung.

heizen wärmen rebmann
5082 Kaisten
Tel. 062 869 90 00
heizen-waermen.ch

♥-lich willkommen

- Polstergruppen und Relax-Sessel
- Tische und Stühle
- Expo-Sonderpreise

mit bico

Familie Kindler freut sich auf Ihren Besuch!

MÖBEL-KINDLER-AG
moebel-kindler-ag.ch / Tel. 056 443 26 18
SCHINZNACH-DORF

von Mensch zu Mensch.

AUCH IM FRICKTAL DIGITAL

BASILISK

DAS RADIO DER REGION AUF DAB+
WWW.BASILISK.CH

Das Gemeinsame zählt

OK-Präsident Bernhard Stöckli lobt die grosse Professionalität im EXPO-Team

Bernhard Stöckli präsidiert erstmals die EXPO17. Es braucht Disziplin von allen, sagt der junge Familienvater, der als Unternehmer auch selbst Aussteller an der Fricker Gewerbeschau ist.

Susanne Hörth

Bernhard Stöckli in der Ausstellung von Stöckli Gartenbau. Fotos: Susanne Hörth

FRICK. Die grosse Fricker Gewerbeschau EXPO17 kann auf ein gutes Fundament aus viel Bewährtem und ebenso vielen Erfahrungswerten bauen. Gerade was die Erfahrungswerte anbelangt, so OK-Präsident Bernhard Stöckli, könne er innerhalb des OK auf sehr viel Wissen und Unterstützung setzen. Der Fricker, der erstmals die Expo präsidiert, lobt die grosse Professionalität, die hinter der gesamten Organisation steht. Insbesondere auch deshalb, weil im Gegensatz zu anderen grossen Gewerbeschauen alle OK-Mitglieder in Frick ehrenamtlich arbeiten. Somit ihre Zeit und ihr Engagement für die EXPO neben ihren eigentlichen Berufen zur Verfügung stellen. «Es besteht bei der EXPO eine sehr hohe, professionelle Struktur», sagt Stöckli. Dass er das Präsidium von seiner Vorgängerin Franziska Bircher übernehmen wird, wusste er eigentlich schon bei der EXPO14. Damals erhielt er als OK-Mitglied und bereits Vizepräsident Einblicke in seine kommenden Aufgaben.

Dorffest Frick präsidiert

Bernhard Stöckli hat als Präsident eines grossen Anlasses schon früher Erfahrungen sammeln können. Er stand 2014 dem OK des Dorffestes «950 Jahre Frick» vor. «Im Gegensatz zu der Expo konnten wir bei jenem Fest auf keine Erfahrungswerte setzen. Wir mussten alles hinterfragen. Der Aufwand war dementsprechend sehr gross», so Stöckli. Ein Aufwand, der sich aber gelohnt hat, ist der Fricker Jungunternehmer überzeugt. Zum einen, weil es für ihn auch mit viel interessanten und lehrreichen Arbeiten verbunden war, zum anderen, und vor allem das zählt für den Fricker: «Es kommt der Gemeinschaft zugute. Wenn alle nur da hocken würden, darauf warten, dass andere etwas tun, dann passiert nichts.»

Ob in Vereinen, für Feste, in der Politik, in einer Verbandstätigkeit – für Bernhard Stöckli zählt das Mitmachen, sich für eine Sache einzusetzen. «Man kann nicht nur Sachen machen, die bezahlt werden», ist er überzeugt. Sich für etwas engagieren, heisse aber nicht automatisch, auch die Führung, sprich das Präsidium zu übernehmen. «Wenn man sich nicht gerne vor die Leute hinstellt, Rede und Antwort stehen kann, tut man sich mit einer solchen Aufgabe keinen Gefallen. In einer Organisation braucht es jeden einzelnen, jede Aufgabe ist wichtig. Das Gemeinsame zählt.»

Familienvater, EXPO-Präsident und Unternehmer

Als EXPO-OK-Präsident setzt Bernhard Stöckli auf Disziplin. Seine eingespielten OK-Mitglieder wissen bestens, was in ihren jeweiligen Ressorts zu tun ist. In den Sitzungen übernimmt Stöckli dann in erster Linie die koordinierenden Aufgaben. «Für uns ist wichtig, den Ausstellern möglichst gute Rahmenbedingungen zu schaffen. Rahmenbedingungen, damit sie ihre Firmen bestmöglich vor einem hoffentlich grossen Publikum präsentieren können.»

Stöckli lacht bei der Frage, ob er seine junge Familie, seine selbständige Arbeit als Landschaftsarchitekt, Expo-Aussteller und OK-Präsident der Gewerbeschau gut miteinander vereinbaren kann. «Meistens schon. Es gibt Zeiten, die Spitzen mit sich bringen. Aber auch hier gilt für mich, mit Disziplin und guter Struktur ist alles machbar.» So kurz vor der EXPO weiss er, es braucht noch von allen viel Fleissarbeit, damit am Schluss viel zufriedene Gesichter an und um die EXPO-Welten anzutreffen sind.

Bis Sonntagabend heisst die EXPO17 ihre Besucher willkommen.

Bis kurz vor Ausstellungsbeginn wird aufgebaut.

Impressionen EXPO17

NEUE FRICKTALER ZEITUNG
Wir sind Fricktal. www.nfz.ch

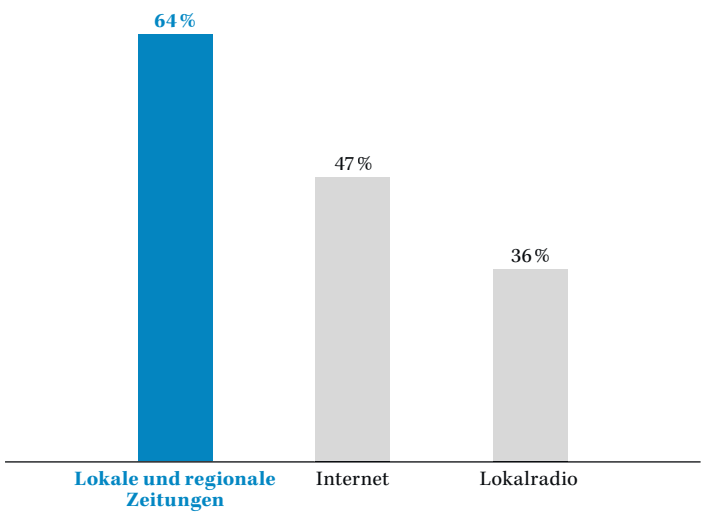
UNVERZICHTBAR FÜR LOKALE UND REGIONALE INFORMATIONEN

LOKAL- UND REGIONALZEITUNGEN

In Zeiten von Fake News und Informationsüberflutung bieten Zeitungen Orientierung und Glaubwürdigkeit. Das vertrauenswürdige redaktionelle Umfeld überträgt sich positiv auf die Werbungtreibenden.

Lokal- und Regionalzeitungen sind eine feste Grösse in der Region. Sie sind nach wie vor das wichtigste Medium zur Orientierung am Wohnort. Kein anderes Medium verfügt bei der Bevölkerung über eine so hohe Glaubwürdigkeit und Akzeptanz. Gemäss der ZMG Bevölkerungsumfrage 2016 ist für 64% der Befragten die Lokal- und Regionalpresse unverzichtbar für die lokale und regionale Berichterstattung. Weitere 20% halten sie zumindest für sinnvoll. Kein Zweifel, Zeitungen gelten als Sprachrohr für die Region. Ihnen schenkt man Vertrauen. Davon profitieren auch die Inserate. Denn das vertrauenswürdige Umfeld der Lokal- und Regionalpresse färbt sich positiv auf die Werbungtreibenden ab. 81% der Befragten empfinden Geschäfte, die in Zeitungen werben, als seriös.
Der hohe Stellenwert der Lokal- und Regionalpresse macht sie zum idealen Werbemedium. Werbung in Printmedien wird als informativer, glaubwürdiger und weniger störend empfunden als in allen anderen Mediagattungen. Kommt dazu, dass Werbung in Zeitungen gemäss der MACH Consumer Studie 2016 der WEMF mit 86,5% die mit Abstand höchste Werbebeachtung aller Medien hat. Das schafft besonders gute Voraussetzungen für die Werbewirkung. ●

Unverzichtbar für lokale und regionale Themen



Quelle: ZMG Bevölkerungsumfrage 2016

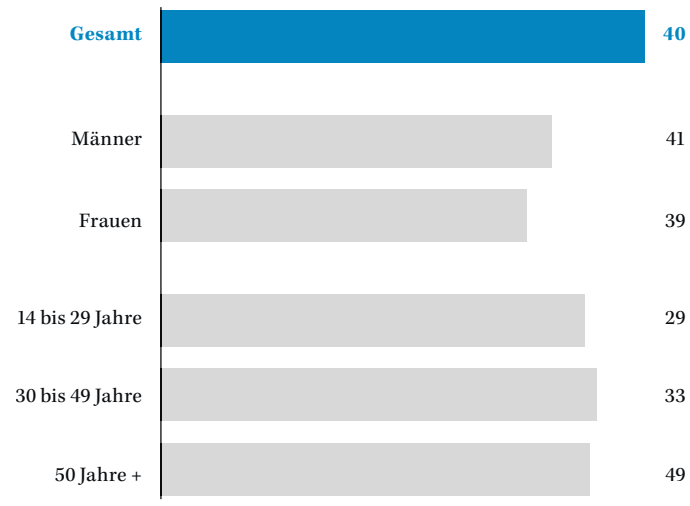
EINE GUTE ZEITUNG

FASZINIERT IN 40 MINUTEN

Wieso Print ein gutes Umfeld für Ihre Werbung ist

Trotz der Vielzahl medialer Konkurrenzangebote beschäftigen sich Zeitungsleser von Montag bis Samstag täglich durchschnittlich 40 Minuten mit ihrem Blatt. Leserinnen und Leser über 50 verbringen deutlich mehr Zeit mit der Zeitung als die Jüngeren. Aber auch die 14- bis 29-Jährigen vertiefen sich erfreulicherweise jeden Tag durchschnittlich 29 Minuten lang in ein Printprodukt. ●

Lesedauer von Tageszeitungen
Montag bis Samstag in Minuten



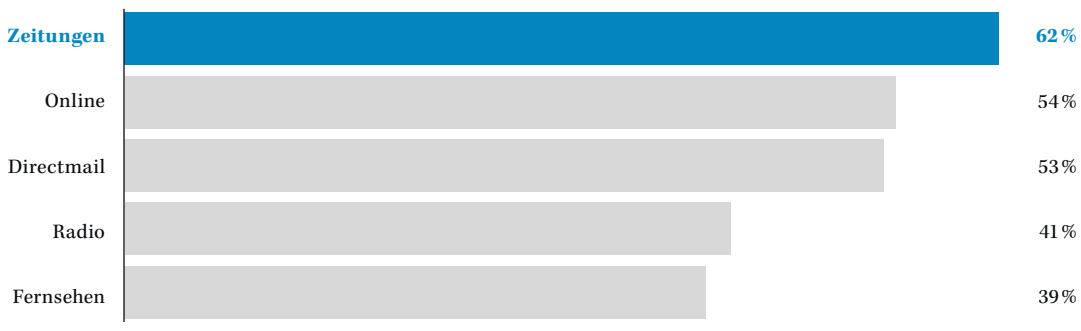
Quelle: ZMG-Bevölkerungsumfrage 2012 in Deutschland

ZEITUNGEN SIND DAS BEVORZUGTE MEDIUM FÜR ABVERKÄUFE

Weshalb Inserate gut für Ihre Verkaufszahlen sind

Abverkäufe gehören zum Wirkungsversprechen der Printmedien. Wenn mit Werbung Verkäufe erzielt werden sollen, setzen Werbeauftraggeber und Agenturen deutlich häufiger auf die Tages- und Wochenpresse als auf andere Kanäle. Im Werbewirkungsranking der Presse liegen Abverkäufe und Aktualisierung ganz oben. Immer, wenn es darum geht, mit verkaufsorientierter Werbung rasch Aktionen auszulösen, zeigen sich die spezifischen Stärken der Tages- und Wochenzeitungen. Mediaspezialisten haben dafür den Begriff der «Recency-Strategie» geprägt. Diese hat zum Ziel, den Konsumenten exakt dann anzusprechen, wenn bei ihm Einkäufe anstehen. Dank ihrer Wirkungsweise und ihrer Glaubwürdigkeit kann die gedruckte Presse grossen Einfluss auf Einkaufszettel nehmen. ●

Werbeziel: Abverkäufe steigern



Quelle: Ad-hoc-Studie Mediagattungs-Entscheid 2012, WEMF/DemoScope

«Glaubwürdigkeit ist das wichtigste Gut einer Zeitung»

NFZ-Verleger und Chefredaktor Walter Herzog über die Bedeutung einer Regionalzeitung

Im Gespräch erklärt Walter Herzog auch, wo die NFZ im digitalen Bereich steht. Gedruckte Informationen auf Papier seien auch heute noch sehr wichtig. « Die Zukunft ist jedoch vermehrt digital. Wir sind schon einen guten Schritt in diesem Prozess vorangekommen», so der NFZ-Verleger.

Susanne Hörth

«Bei der Produktion und Gestaltung einer Zeitung hat man immer die Leserschaft der Region vor Augen», sagt Verleger Walter Herzog. Fotos: Susanne Hörth

In der aktuellen Marken-Studie wird den Regionalzeitungen eine sehr hohe Glaubwürdigkeit attestiert. Was tun Sie und Ihr Team, um diese hohe Erwartung auch den NFZ-Lesern gegenüber zu erfüllen?

Walter Herzog: Glaubwürdigkeit ist das höchste Gut, das eine Zeitung, ein Medium haben kann und muss. Nur wenn man eine hohe Glaubwürdigkeit besitzt, haben die Leute Vertrauen in das Produkt. Alle, die hier mitarbeiten, müssen das hoch halten.

Wie?

Jeder Redaktor, jeder Journalist ist der Wahrheit verpflichtet, er muss für diese auch einstehen. Dabei in den Spiegel schauen und sagen können, das was ich geschrieben habe, entspricht der Wahrheit. Wir haben bei uns sehr gute Leute, die alle für diese Glaubwürdigkeit einstehen.

Das sind schöne Worte, die auch durch die positiven Rückmeldungen aus der Leserschaft bestätigt werden. Können Sie aber auch mit Kritik umgehen?

Natürlich. Zum einen ist es so, dass die Glaubwürdigkeit im regionalen, lokalen Rahmen einfacher überprüfbar ist. Bei internationalen Themen ist das nicht direkt möglich. Ein NZZ-Journalist, der in Moskau über Russland berichtete, hat einmal gesagt, dass er mehr oder weniger schreiben könne, was er wolle. Es wurde nicht nachgeprüft und gab kaum Reaktionen. Als er pensioniert wurde, begann er in der Schweiz über regionale Themen zu berichten. Mit Staunen sagte er, dass er vorher nie mit so direktem Feedback und auch mit Kritik konfrontiert worden ist, wie jetzt im regionalen Journalismus,

Das heisst?

Jeder Satz, jedes Wort, jede Person ist im Regionalen eins zu eins überprüfbar. Deshalb ist auch ganz wichtig, dass wir offen sind für Kritik. Und diese ist ja nicht nur negativ, sondern auch konstruktiv zu verstehen.

Regional heisst ja auch immer sehr nahe bei den Leuten sein. Die NFZ-Redaktoren leben in der Region, über die sie schreiben. Wie können Abgrenzungsprobleme vermieden werden?

Es gilt hier, seine Rolle klar zu definieren. Man kann zum einen mit den Leuten gut Freund sein, zusammen in einem Verein sein. Das ist auch gut so. Zum anderen ist da die Rolle und die Funktion des Redaktors. Das muss klar kommuniziert werden. Der Journalist muss seine Unabhängigkeit pflegen, es den Leuten auch deutlich machen. Es geht ja um Informationen für die Öffentlichkeit. Um Themen, die objektiv aufbereitet werden müssen, unabhängig von persönlichen Beziehungen. Und hier geht es wieder um die Glaubwürdigkeit, mit der wir uns positionieren.

Lokal und multimedial: die NFZ erreicht die Leserschaft auf allen Kanälen.

Als Regionalzeitung ist die Erwartung der Öffentlichkeit gross, dass über alles berichtet wird. Muss trotzdem jeder Vereinsausflug, jeder Sportanlass, jede Abschlussfeier veröffentlicht werden?

Bei der Produktion und Gestaltung einer Zeitung hat man immer die Leserschaft der Region vor Augen. Diese Leserschaft ist sehr breit aufgestellt. Die einen haben Interesse am Sport, die anderen an Kultur und wieder andere am politischen Geschehen. Für diese diverse Fricktaler Leserschaft gilt es einen möglichst guten Querschnitt zu machen. Und das ist natürlich stückweit auch ein Kompromiss.

Den man weiterhin eingehen wird?

Ja. Mit den neuen digitalen Medien eröffnen sich aber neue Möglichkeiten. Da können wir online in Zukunft für jedes Interesse etwas zusammenstellen, man kann gezielt selektionieren.

Apropos Digitalisierung. Wo steht hier die NFZ?

Die Grundsatzthematik früher wie heute lautet: wie können wir unsere Leserinnen und Leser überhaupt erreichen. Noch im letzten Jahrzehnt, vielmehr Jahrhundert, war das immer auf Papier. Das ist auch heute weiterhin sehr wichtig. Die Zukunft ist jedoch vermehrt digital. Wir sind schon einen guten Schritt in diesem Prozess vorangekommen. Die ganze Welt beschäftigt sich zurzeit mit der Digitalisierung. Niemand weiss genau, wo es hingeht. Man weiss auch nicht, wie man Informationen in zehn oder zwanzig Jahren «zu sich nimmt». Heute gilt für die NFZ, unserer Leserschaft ein umfassendes Angebot im Print und mit unseren verschiedenen digitalen Möglichkeiten anbieten zu können.

Zeit zum Ausruhen in der technischen Entwicklung ist also noch nicht?

Der ganze Prozess ist noch lange nicht abgeschlossen. Man muss dranbleiben, sich mitentwickeln, offen sein dafür.

Die NFZ erscheint dreimal die Woche. Einmal davon gratis als Grossauflage in alle Haushaltungen. Warum soll ich die anderen beiden Ausgaben abonnieren?

Weil man mit der Grossauflage nur ein Drittel des ganzen Informationsangebots pro Woche hat. Der Abonnent hat drei Ausgaben, die redaktionell genau gleich viel Inhalt bieten.

Alleine durch redaktionelle Texte und Abos finanziert sich eine Zeitung nicht. Es braucht auch die Inserate. Was hat sich verändert?

Es sind zwei Dinge, die sich in den letzten Jahren auch in dem Bereich verändert haben: Zum einen sind die Möglichkeiten, Werbung zu machen, deutlich vielseitiger geworden. Zum anderen kommt man durch das digitale Zeitalter viel einfacher zu irgendwelchen Informationen. Vieles ist gratis. Qualitativ hochwertige Information sind jedoch etwas wert. Die Kunst ist nun, hier den richtigen Weg zu finden, damit dies den Leuten bewusst ist und sie auch bereit sind, etwas dafür zu bezahlen.

Ein Interview mit einem Zeitungsverleger geht nicht ohne diesen nach seiner Meinung nach der Zukunft der Print-Zeitung zu fragen.

Ich stelle mir die Frage anders. Früher hat man gemeint, das Wichtigste im Verlag sei Papier zu bedrucken. Dabei geht es doch vielmehr darum, Informationen zu sammeln, sie zu bewerten, aufzubereiten und verständlich rüberzubringen. Das sind die Kernkompetenzen. In welcher Form diese Informationen zu den Lesern kommen – auf Papier oder digital – ist gar nicht so wichtig. Die Informationen sind das wichtigste. Es gilt sich den Veränderungen der Zukunft zu stellen und in der Digitalisierung auch eine Chance für die Zukunft zu sehen.

Braucht es in einer Zeit, in der ja die Digitalisierung so vieles verändert, noch eine Gewerbeschau wie die Expo?

Absolut. Auch in der heutigen, digitalen Zeit, wo man so viele Möglichkeiten hat, miteinander zu kommunizieren, sei es über Handy, über Face Time, Facebook usw. ist der direkte persönliche Kontakt unter den Menschen nach wie vor durch nichts zu ersetzen. Sich begegnen, sich austauschen, sich verstehen, eine Beziehung aufbauen und pflegen, all das ist digital nicht möglich. Und darum braucht es eine Messe wie die Expo. Hier kann man sich begegnen, sich kennenlernen, Vertrauen aufbauen und eine Geschäftsbeziehung entwickeln. Eine digitale Plattform kann das nicht 1:1 ersetzen. Das macht halt einfach den Unterschied zwischen Menschen und Maschine aus.

IMPRESSUM:

Herausgeber:
NEUE FRICKTALER ZEITUNG AG

Redaktion:
Susanne Hörth
Walter Herzog

Satz/Layout:
Janine Vogt
Andrea Stocker

Inserate:
Fricktaler Medien AG

Auflage:
2'000 Exemplare

Verteilung: EXPO17 Frick

Druck: NZZ Media Services AG, Tagblatt Print

Neue Horizonte entdecken

Dreimal pro Woche einmalig: die NFZ

Der freie Zugang zu Informationen ermöglicht dem Menschen, die Welt so zu sehen, wie sie wirklich ist. Foto: Pixelio

Ronny Wittenwiler

FRICK. Sie lesen in diesem Moment die NFZ. Dafür möchten wir Sie beglückwünschen. Denn Zeitung lesen bedeutet Information und Information bedeutet Freiheit.

Wenn Sie nun denken, das Ganze sei ein bisschen gar weit hergeholt, dann lassen Sie uns die Umkehrfrage stellen: Wie frei fühlen Sie sich beim Treffen ihrer Entscheidungen, wenn Sie unverschuldet nicht darüber informiert sind, welche Konsequenzen genau diese getroffenen Entscheidungen schliesslich haben werden?

Ohne Information kein bewusst freiheitliches Handeln

Dreimal wöchentlich auf Papier und jederzeit online informiert die NFZ über das Geschehen im Fricktal. Fakten, mit denen Sie sich als mündiger Bürger und Teil der Gesellschaft die ihnen zustehende Freiheit nehmen können, Entscheidungen zu treffen und Meinungen zu bilden. Während nationale und internationale Medien ihren entsprechenden Fokus in die Ferne richten, bedient die NFZ mit ihrer konsequent regionalen Ausrichtung dabei ein Bedürfnis der Menschen nach Informationen vor Ort. Warum also NFZ? Weil Eltern ein Recht haben zu wissen, wer für die Bildung ihrer Kinder verantwortlich zeichnet. Weil Steuerzahler ein Recht haben zu wissen, was mit ihrem Geld geschieht. Weil hier im Scheinwerferlicht Fricktal so vieles geschieht, das einen grösseren Einfluss hat auf unser unmittelbares Leben, als manches sich wiederholende Ereignis auf der Weltbühne. Wir schreiben darüber, schwarz auf weiss, unabhängig – selbst dann, sollte die Wahrheit mal unangenehm sein. Denn schlimmer ist die Unwahrheit.

Sie lesen in diesem Moment die NFZ. Dafür möchten wir uns bei Ihnen bedanken. Denn gemeinsam sind wir Fricktal.

Ja!
Wir sind an einer langfristigen Beziehung mit Ihnen interessiert.

Das NFZ-Abo: Neu print und digital!

3x wöchentlich – Dienstag, Donnerstag, Freitag – digital ab 23 Uhr am Vorabend

Jetzt abonnieren oder verschenken NEUE FRICKTALER ZEITUNG

DIE Zeitung im Fricktal – print und im Original-Layout auch digital

Wir sind Fricktal.

NEUE FRICKTALER ZEITUNG

Dienstag, Donnerstag und Freitag | nfz.ch

Wählen Sie Ihr gewünschtes Abonnement:

❍ **Probe-Abonnement** für 8 Wochen **25 Franken**
❍ **Halbjahresabonnement** **117 Franken**
❍ **Jahresabonnement** **217 Franken**

Oder bestellen Sie Ihr digitales Abonnement direkt über die Website.

Rechnungsadresse:

Vor-/Nachname _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Tel./E-Mail _____

Neue Fricktaler Zeitung, Baslerstrasse 10, 4310 Rheinfelden
Aboservice: Tel. 061 835 00 00 | abo@nfz.ch | nfz.ch