Über Techniker und Werbung

Autor(en): **Voiret, J.-P.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizerische Bauzeitung**

Band (Jahr): **92 (1974)**

Heft 9: **Werkvertrag (Fortsetzung)**

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-72274

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Über Techniker und Werbung

Von Dr. **J.-P. Voiret**, Thalwil[1])

«Technische» Werbung

Technische Werbung wird meist von Werbefachleuten gemacht, die selbst keine Techniker sind. Sie werden zwar von den Technikern des Auftraggebers beraten oder informiert, sind aber schliesslich für die *Formulierung des Werbetextes* verantwortlich.

Was die Psychologie anbelangt, so behandeln leider immer noch allzu viele (dem amerikanischen Beispiel folgend) den Ingenieur (Hauptleser von technischer Werbung) gleich wie den Durchschnittskonsumenten. So liest man denn heute noch obskure Dinge von *«unübertroffener Leistung»* und *«unerreichtem Wirkungsgrad»*, während der Fachmann sich nur für *PS, Milliwatt, Prozente* usw. interessiert und sofort bei Zahlen merkt, dass das angeblich «phantastische» Produkt ungefähr das gleiche leistet wie das Konkurrenzerzeugnis. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts gibt es eben nicht mehr viele Wunder.

Es ist erstaunlich, wie viele Gestalter von Werbetexten immer noch an die Wirksamkeit von Schlagwörtern wie *«Dingsda leistet mehr»* glauben. Sie mögen vielleicht noch ihren Dienst tun beim Verkauf von Rasenmähern oder Mittelklassewagen. Die Objekte, die uns hier interessieren, sind aber vielmehr Oszillographen, Textilmaschinen, Industriefilter, Turbinen, Hydraulikpressen. Überlegen wir einen Moment, wie so etwas gekauft wird.

Superlative und Zahlen

Wer kauft technische Einrichtungen? Der Einkaufschef? Ja und nein. Er trifft zwar die Kaufsentscheidung, lässt sich aber von den Ingenieuren und Technikern der Firma beraten. Weil er Kaufmann ist. Weil eine automatische Verpackungsmaschine, eine Hochvakuumbedampfungsmaschine, eine 300-PS-Schneefräse, eine Revolverdrehbank, ein Koordinatenbohrwerk oder eine NC-Maschine nur vom Fachmann beurteilt werden kann. Nachher vergleicht der Einkaufschef die Preise und Rabatte.

– Die *technische Werbung* richtet sich also an den *Techniker*

Bei diesem sind die sogenannt werbewirksamen Sprüche, Behauptungen und Wortspiele keinen Pfifferling wert; sie ärgern ihn nur. Er will *Sachlichkeit*, er will *Daten:*

- Werbewirksam ist die Klarheit des Inserats, des Prospekts
- Werbewirksam ist eine saubere, das Auge anziehende Graphik
- Werbewirksam ist jene Annonce, die Antwort gibt auf das, was er wissen will.

Das Bekenntnis «Ich benütze nur noch Dingsda», das Photo des zufriedenen Berufsmannes mit dem Daumen nach oben, das Wortspiel «alle Lager auf Lager», die Behauptung «Seit wir Dingsda im Betrieb haben, sparen wir Fr. . . . . .» sind allesamt reif für die Rumpelkammer.

Das Schwergewicht in der technischen Werbung muss also auf der Sachlichkeit liegen, damit das Interesse des Ingenieurs geweckt wird, damit er die Annonce im Annoncenwald überhaupt beachtet. Für den Rest, da muss halt das Produkt etwas bieten:

- mit seiner Technik,
- oder mit seinem Preis,
- oder mit seiner Qualität,
- oder mit seinem Design.

Anders geht es heute nicht.

[1]) Auszug aus dem Leitartikel der «Technischen Rundschau» *65* (1973), H. 32, S. 1–3, erschienen unter dem Titel «Informieren und Werben – treffende Texte und Übersetzungen für Techniker».

Adresse des Verfassers: Dr. sc. tech. *Jean-Pierre Voiret*, dipl. Ing. ETH, 8800 Thalwil, Alte Landstrasse 79.

Aus Technik und Wirtschaft

Neue Materialprüfmaschine

Die Materialprüfmaschine Instron, Modell 1122, ist ein völlig neues, kompaktes Tischmodell mit einer Kapazität bis zu 5 kN (500 kP) für Zug und Druck. Sie ist besonders für Qualitätskontrolle, On-line-Produktionskontrolle und Forschungsarbeiten geeignet.

Die Einheit umfasst einen starren, aufrechten Rahmen und eine getrennte, mit dem Rahmen verbundene Konsole. Der Rahmen ist auf einer robusten Grundplatte montiert, die eine grosse, flache Arbeitsfläche bietet. Der Kreuzkopf wird von Präzisionsspindeln in den beiden Ständern unter voller Servosteuerung auf und ab bewegt.

Das Steuerpult ist im Baukastensystem konstruiert. Die drei Grundbausteine umfassen das Kreuzkopfantriebssystem, den Druckmessdosenverstärker und das Registriersystem. Zusätzliche Standardsteuermodule, die die Leistungsfähigkeit der Maschine wesentlich erhöhen, lassen sich leicht hinzufügen. Alle inneren Verbindungen werden durch Mehrfachstecker und Mehrfachsteckdosen hergestellt. Die gedruckten Platinen, die auf der neuesten integrierten Schalttechnik beruhen, sind steckbar; die Baugruppen können für Servicezwecke herausgenommen werden, ohne die Verbindung zu unterbrechen.

Die Wahl der Geschwindigkeit des Kreuzkopfes und des Papiervorschubes erfolgt elektronisch durch Drucktaster. Die Kreuzkopfgeschwindigkeit variiert von 0,05 bis 1000 mm/min. Sondergeschwindigkeiten können vorgesehen werden. Der Papiervorschub variiert zwischen 1 und 1000 mm/min.

Das Registriergerät ist besonders für diese Maschine konstruiert. Es ist ein leistungsfähiger Kompensationsschreiber mit Zeit-

Bild 1 (links). Die neue Instron-Materialprüfmaschine Modell 1122. Das getrennte Steuerpult wird zusammen mit den drei auf dem Registriergerät übereinandergestapelten Basismodulen gezeigt
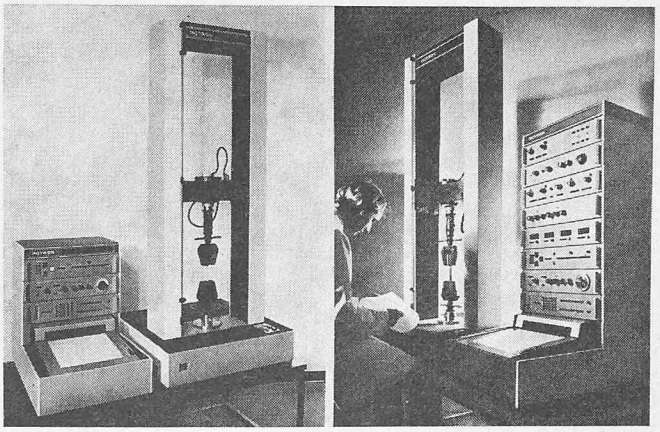
Bild 2 (rechts). Durch die zusätzliche Verwendung von Steuermodulen bei der Konsole kann die vielseitige Verwendbarkeit der Materialprüfmaschine noch erheblich gesteigert werden