Aussenbilder = Perspectives extérieures

Autor(en): **Berger, Stephanie**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Bulletin.ch : Fachzeitschrift und Verbandsinformationen von Electrosuisse, VSE = revue spécialisée et informations des associations Electrosuisse, AES**

Band (Jahr): **99 (2008)**

Heft 14

PDF erstellt am: **24.05.2024**

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

Stephanie Berger, Chefredaktorin Verband Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen (VSE) – rédactrice en chef Association des entreprises électriques suisses (AES)

Aussenbilder

Perspectives extérieures

Auf der diesjährigen Jubilarenfeier in Luzern hielt der ehemalige Verkehrsdirektor Kurt Illi ein Referat darüber, wie es die Stadt geschafft hat, mit einem kleinen Werbebudget immer wieder in die Auswahl der sehenswertesten Städte der Welt zu kommen. Mit Aktionen wie einem Halbpreisangebot für Gäste aus der Romandie signalisierte Luzern eine zuversichtliche Offenheit für Besucher. Illis Strategie beruhte auch auf einem «Branding» nach aussen: die symbolhafte Reduktion der Stadt auf Kapellbrücke und Wasserturm. Der Erfolg dieses Fokus auf «the bridge and the tower» war 1993 nach dem Brückenbrand ersichtlich: So bot eine japanische Nachrichtenagentur an, dass sie der traumatisierten Bevölkerung Wolldecken zur Verfügung stellen könnte.

Tags davor fand in Olten das VSE-Kommunikationsforum statt. Eine Referentin der E.ON behandelte in ihrem Vortrag das Thema der Imagekrise der deutschen Stromkonzerne nach der Liberalisierung. Überschriften wie «Die Abzockungsstrategien der Stromkartelle» zerstörten dort die Glaubwürdigkeit der Branche in der Öffentlichkeit. Damit war die Thematik «Aussenbild» innerhalb weniger Tage bereits zum zweiten Mal im Mittelpunkt einer Veranstaltung der Strombranche.

Selbstverständlich ist die Marktöffnung eine Herausforderung. Sicher sind wir jedoch alle bemüht, es zu keinem Imageschaden kommen zu lassen. Die Branche darf sich nicht mit gegensätzlichen Aussagen unglaubwürdig machen oder die Liberalisierung als Sündenbock gebrauchen. Um dem entgegenzuwirken, bezieht die neue Verbandsstrategie des VSE einen weiteren Kreis an Marktakteuren ein. Das Thema «Aussenbild» wird zudem aktiv durch die Mitarbeit externer Berater präsent gehalten. Zur Abwechslung ist der Inhalt dieses Heftes aber ein Thema, das schwarz auf weiss ist, wie es ist: die Energiestatistik des Bundesamts für Energie 2007.

Lors du forum AES sur la communication qui s'est tenu dernièrement à Olten, une oratrice représentant E.ON avait traité de la crise d'image que traversent les grandes entreprises électriques allemandes depuis la libéralisation du marché. Des gros titres comme «L'arnaque systématique des cartels électriques» ont fini par détruire la crédibilité de la branche auprès du grand public de notre voisin du nord.

Le lendemain, Lucerne accueillait la fête des jubilaires. Kurt Illi, ancien directeur de l'office du tourisme, a exposé comment sa ville avait réussi, malgré un budget publicitaire dérisoire, à entrer de manière répétée dans la sélection des plus belles villes du monde. En lançant des campagnes comme les offres à demi-prix pour les visiteurs romands, la ville de Lucerne a montré son ouverture confiante envers les hôtes potentiels. Kurt Illi avait en outre axé sa stratégie sur un «branding» strict: envers l'extérieur, l'image de la ville avait était réduite au Pont de la Chapelle avec la Tour d'eau, pour en faire un emblème hautement reconnaissable. L'ampleur du succès de cette focalisation a été révélée en 1993 après l'incendie du pont: une agence de presse japonaise avait proposé de mettre des couvertures en laine à disposition de la population traumatisée!

C'est ainsi qu'en l'espace de quelques jours, le thème de la «perspective extérieure» s'est trouvé à deux reprises au centre d'une manifestation de la branche.

Il est évident que l'ouverture du marché constitue un défi. Et nous nous efforçons tous d'éviter que notre image en soit ternie. Surtout, la branche doit éviter de tenir des propos contradictoires, sous peine de perdre sa crédibilité; elle doit tout autant veiller à ne pas ériger la libéralisation en bouc émissaire. C'est une des raisons pour lesquelles la nouvelle stratégie de notre association, la «Stratégie AES 2008» intègre une notion élargie du concept d'acteurs du marché. En contrepoint de ces considérations mettant en lumière la subjectivité du public, le présent numéro contient également du matériel on ne peut plus objectif: les statistiques énergétiques 2007 de l'Office fédéral de l'énergie.

Stephanie Berger