Rückblick auf die "Elektrowoche" = Apperçu sur la "Semaine de l'élelctricité"

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Wasser- und Energiewirtschaft = Cours d'eau et énergie**

Band (Jahr): **29 (1937)**

Heft (1-2)

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-922122

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

Schweizer Elektro-Rundschau Januar-Februar No. 1/2 1937

Chronique suisse de l'électricité

Beiblatt zur «Wasser- und Energiewirtschaft», Publikationsmittel der «Elektrowirtschaft»
Redaktion: A. Burri und A. Härry, Bahnhofplatz 9, Zürich 1, Telephon 70.355

Rückblick auf die «Elektrowoche»

Durch die Tätigkeit der «Elektrowirtschaft» und der Elektrizitätswerke wurde während der «Elektrowoche», vom 17.—31. Oktober 1936, in allen drei Landesteilen die Idee der volkswirtschaftlichen Bedeutung unserer Elektrizitätswirtschaft in weite Volksschichten getragen. Das für die erfolgreiche Durchführung der Veranstaltung seinerzeit von der «Elektrowirtschaft» aufgestellte Programm[1] diente als Ausgangspunkt und Richtlinie für zahlreiche Aktionen der Werke. Die Einheitlichkeit dieser Bestrebungen war durch das besondere Plakat «Elektrizität aus Wasserkraft — unser nationales Gut» gewährleistet, das in grosser Zahl in fast allen Landesgegenden öffentlich angeschlagen wurde, sowie durch die Sonderausgabe der Vierteljahrszeitschrift «Die Elektrizität», mit Geleitwort von Bundesrat Obrecht, die in deutscher, französischer und italienischer Ausgabe in sehr grosser Auflage verbreitet wurde.

Eine grosse Zahl von Elektrizitätswerken haben der «Elektrowirtschaft» nähere Angaben über die während der «Elektrowoche» unternommenen Aktionen zur Verfügung gestellt, über die folgende Zusammenstellung kurz orientiert:

	Anteil Werke:
1. Das Plakat «Elektrizität aus Wasserkraft — unser nationales Gut» in ihrem Versorgungsgebiet haben öffentlich angeschlagen	90 %
2. Die Sonderausgabe der Zeitschrift «Die Elektrizität» ihren Abnehmern zugestellt	90 %
3. a) Aufgabe von Inseraten und redaktionellen Mitteilungen in den Tageszeitungen	52 %
b) Ausarbeitung von Sonderbeilagen der Tageszeitungen über Elektrizität	18 %
4. Einrichtung besonderer Schaufenster	38 %
5. a) Vorführung von Filmen in Lichtspieltheatern	6 %
b) Vorführung von Diapositiven in Lichtspieltheatern	12 %
6. Veranstaltung von öffentlichen Führungen, auch von Schulen, in Kraftwerken, Unterstationen usw.	10 %
7. a) Sonderpreise auf elektrische Kochherde	12 %
b) Sonderpreise auf elektrische Heisswasserspeicher	14 %
c) Sonderpreise auf der zugehörigen Installation (z. T. gratis)	6 %
8. Abgabe von Gratisenergie für elektrische Küchen oder Schaufensterbeleuchtung	14 %
9. Anleuchtung öffentlicher Gebäude	28 %
10. Durchführung besonderer Massnahmen wie: Schaukochen, Verteilung von Flugblättern, Ausstellungen, Werbewagen, Rundschreiben an die Installateure, Verteilung des Handbuches «Elektrizität und Bauen» an die Architekten und Baufirmen, Verlosung unter den Kochstromabonnenten, besondere Rechnungsformulare, Wettbewerbe, Probeinstallationen usw.	40 %

[1] Vgl. S. 50 ff. 1936 dieser Zeitschrift.

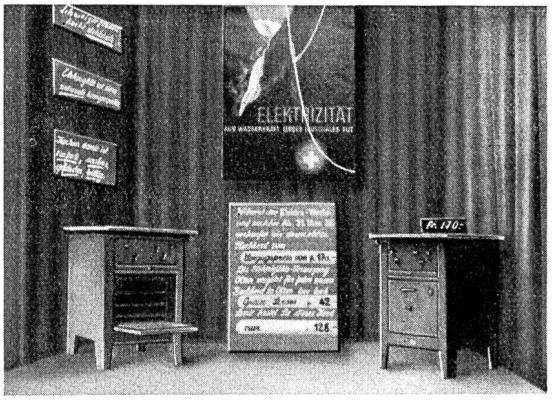
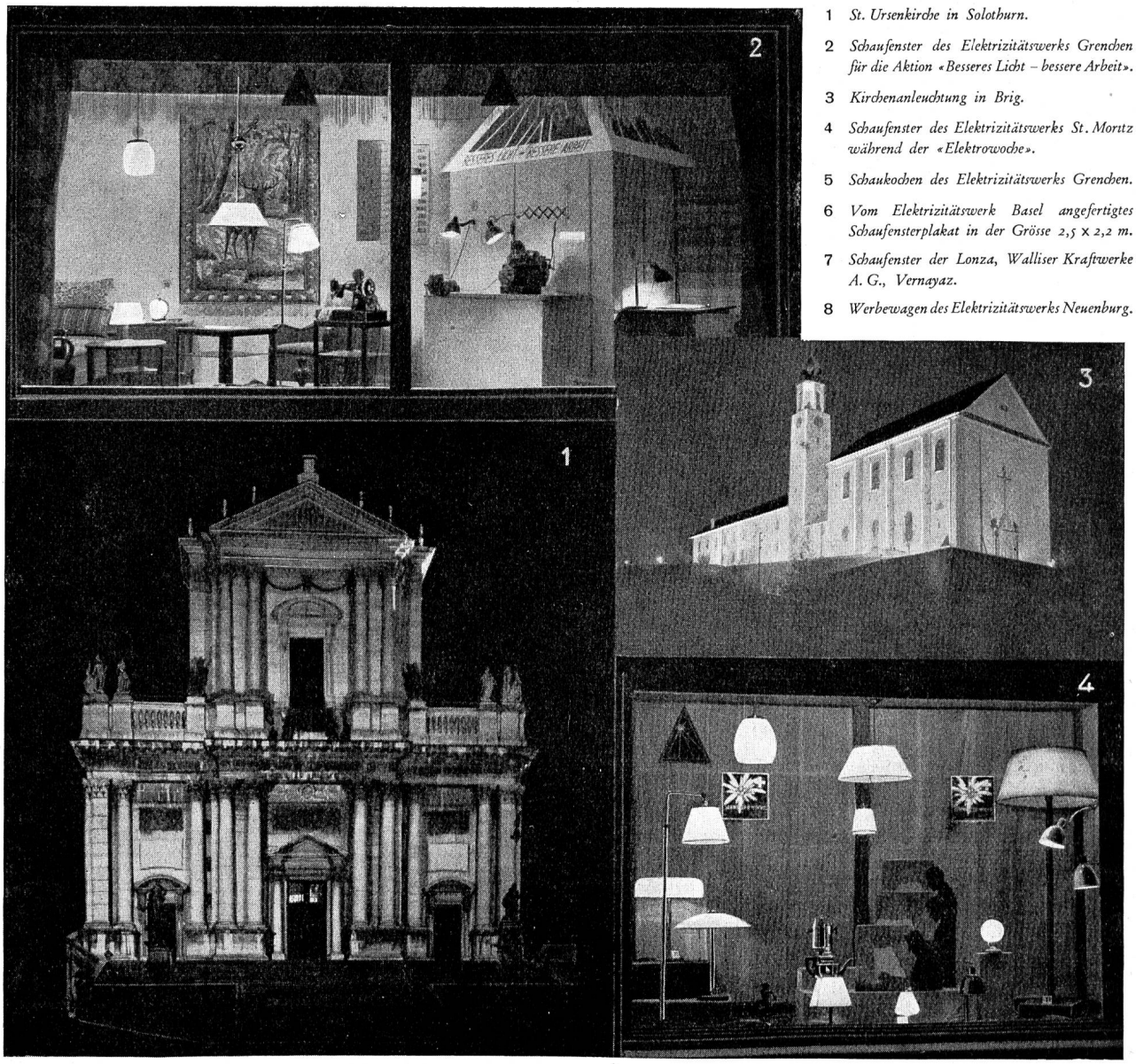


Fig. 1 Im Zeichen der Elektrowoche: Schaufenster der Aare-Tessin A. G. für Elektrizität in Olten.

La devanture de l'Aar et Tessin S. A. d'Electricité, à Olten, rappelle la «Semaine de l'électricité».

Der «Schweizerwoche-Verband», der bekanntlich die Bestrebungen der «Elektrowoche» ebenfalls grosszügig unterstützte, führte im Jahre 1936 in den Schulen einen besonderen Wettbewerb über das Thema der schweizerischen Elektrizitätswirtschaft durch. Eine Sonderausgabe der Zeitschrift «Die Elektrizität», alle wesentlichen Angaben hiefür enthaltend, wurde durch den «Schweizerwoche-Verband» in einer Auflage von 14 000 Stück an die Schulen aller drei Landesgegenden geleitet.

Bei Berücksichtigung der Zielsetzung der «Elektrowoche» ist es wohl ohne weiteres klar, dass nicht allein auf einen Augenblickserfolg einer derartigen Propagandatätigkeit, noch weniger auf einen solchen direkt während der «Elektrowoche» abgestellt werden darf, handelt es sich bei derartigen Veranstaltungen doch um eine mehr vorbereitende, die Akquisitionstätigkeit der Werke auf weite Sicht fördernde Propaganda. Trotzdem hat sich in vielen Fällen gezeigt, dass die geschickte Ausnützung der durch die «Elektrowoche» geschaffenen günstigen



1 *St. Ursenkirche in Solothurn.*

2 *Schaufenster des Elektrizitätswerks Grenchen für die Aktion «Besseres Licht – bessere Arbeit».*

3 *Kirchenanleuchtung in Brig.*

4 *Schaufenster des Elektrizitätswerks St. Moritz während der «Elektrowoche».*

5 *Schaukochen des Elektrizitätswerks Grenchen.*

6 *Vom Elektrizitätswerk Basel angefertigtes Schaufensterplakat in der Grösse 2,5 x 2,2 m.*

7 *Schaufenster der Lonza, Walliser Kraftwerke A. G., Vernayaz.*

8 *Werbewagen des Elektrizitätswerks Neuenburg.*

Fig. 2 **Im Zeichen der «Elektrowoche» - Sous le signe de la «Semaine de l'électricité».**

Vorbedingungen sowohl Werke wie Installationsfirmen zu einem unmittelbaren Erfolg geführt hat.[2]

Während der «Elektrowoche» erschienen auf Veranlassung der «Elektrowirtschaft» in einer grossen Zahl Tageszeitungen Notizen über Bedeutung und Sinn der «Elektrowoche». Ausserdem gaben zahlreiche Tageszeitungen mehrseitige Sonderbeilagen über die «Elektrowoche» heraus. Eine besondere Aufgabe war die Beeinflussung der führenden Familien- und Fachzeitschriften, die ebenfalls in weitgehendem Masse für diese Propagandaaktion herbeigezogen wurden.

[2] Vgl. u. a. S. 75 1936 dieser Zeitschrift: «Zur Elektrowoche».

Nachfolgende Tabelle gibt eine kleine Uebersicht über die während der «Elektrowoche» erschienenen Publikationen:

	Auflageziffer
1. Sonderbeilagen in Tageszeitungen	122 500
2. Redaktionelle Aufsätze in Familienzeitschriften	421 700
3. Artikel und Beilagen in gewerblichen Fachschriften	27 500
4. Aufsätze in diversen Publikationsorganen	158 000
Total	729 700

Diese Angaben dürften dartun, dass die «Elektrowoche» in hohem Masse dazu beigetragen hat, das ganze Schweizervolk auf die bedeutsame Rolle der einheimischen Wasserkraftnutzung in der schweizerischen Wirtschaft eindringlich aufmerksam zu machen. *G.*

1 L'église St. Ours à Soleure.

2 Devanture du Service de l'Electricité de Granges avec sujet «A meilleure lumière — travail meilleur».

3 L'église de Brigue illuminée.

4 Devanture du Service de l'Electricité de St. Moritz pendant la «Semaine de l'électricité».

5 Démonstration culinaire organisée par le Service de l'électricité de Granges.

6 Affiche exécutée par le Service de l'électricité de Bâle, exposée dans la devanture. Grandeur originale 2,5 x 2,2 m.

7 Devanture de la Lonza S. A., à Vernayaz.

8 Casserole géante du Service de l'Electricité de Neuchâtel qui a été promenée sur un camion dans tout le canton.

Fig. 3 **Im Zeichen der «Elektrowoche» - Sous le signe de la «Semaine de l'électricité».**

Aperçu sur la «Semaine de l'électricité»

L'«Electrodiffusion» ainsi que les centrales suisses d'électricité ont largement fait connaître, dans toutes les couches de la population de notre pays entier, l'importance du rôle de l'énergie électrique dans notre économie nationale, au cours de la «Semaine de l'électricité» qui s'est déroulée du 17 au 31 octobre 1936. Le programme[1] établi en son temps par l'«Electrodiffusion» pour assurer le succès de la campagne a servi de base à de nombreuses actions entreprises par les centrales elles-mêmes. L'unité de caractère de cette propagande a été assurée par l'affiche spéciale «Electricité, utilisons nos ressources», exposée dans tout le pays en un très grand nombre d'exemplaires et par le numéro spécial de la revue «L'Electricité pour tous», préfacé par Monsieur le Conseiller fédéral Obrecht et qui, édité dans les trois langues nationales, a été généreusement diffusé.

[1] Voir page 52 1936 de cette Chronique.

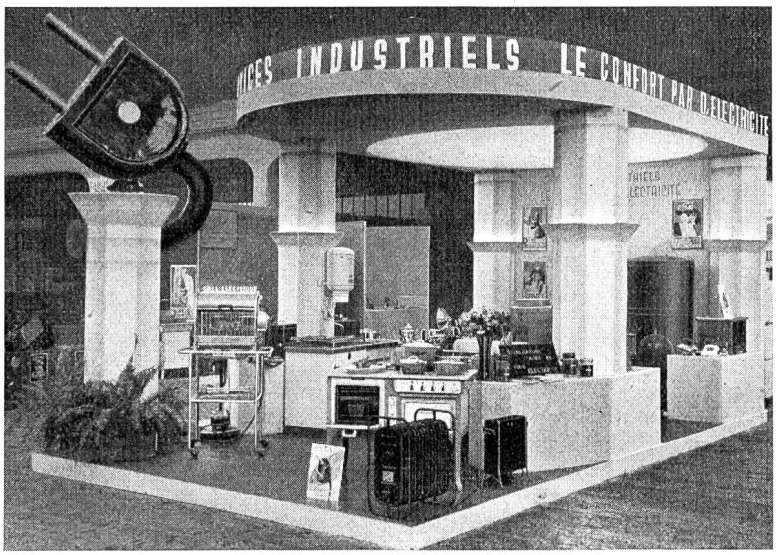


Fig. 4 Stand des Elektrizitätswerks Genf an der anschliessend an die «Elektrowoche» abgehaltenen Ausstellung «Maison Genevoise».
Stand du Service de l'Electricité de Genève à l'Exposition «La Maison Genevoise» rattachée à la «Semaine de l'électricité».

Un grand nombre d'entreprises d'électricité nous ont fait parvenir des rapports détaillés sur les mesures prises par elles pendant la «Semaine de l'électricité». Nous donnons ci-après un résumé d'ensemble de ces rapports:

1. Affichage public de notre affiche «Electricité, utilisons nos ressources» dans leur ressort 90 %
2. Distribution du numéro spécial de la revue «L'Electricité pour tous» aux abonnés 90 %
3. a) Annonces et articles rédactionnels dans les quotidiens 52 %
   b) Rédaction de suppléments relatifs à l'électricité pour les quotidiens 18 %
4. Décoration spéciale dans les vitrines 38 %
5. a) Projection de films dans les cinémas, etc. 6 %
   b) Projection de diapositifs dans les cinémas 12 %
6. Organisation de visites accompagnées (aussi pour les écoles) dans les centrales, sous-stations, etc. 10 %
7. a) Prix spéciaux pour les cuisinières électriques 12 %
   b) Prix spéciaux p. les chauffe-eau électriques 14 %
   c) Prix spéciaux pour l'installation des dits (en partie gratuitement) 6 %
8. Fourniture gratuite d'énergie de cuisson ou pour l'éclairage des vitrines 14 %
9. Illumination de bâtiments publics 28 %
10. Mesures spéciales telles que: démonstrations culinaires, distribution de feuilles volantes, expositions, autos-réclame, circulaires aux installateurs, distribution du manuel «L'électricité dans le bâtiment» aux architectes et entrepreneurs, tirage au sort de primes entre les abonnés de cuisson, formulaires de factures spéciaux, concours, installation d'appareils à l'essai, etc. 40 %

L'Association «Semaine suisse» qui a fortement soutenu notre action, a organisé en 1936 dans les écoles un concours sur l'économie électrique suisse. 14 000 exemplaires d'un numéro spécial de la revue «L'Electricité pour tous» contenant toutes les données nécessaires à ce concours ont été distribués aux écoles dans tout le pays.

On se rend facilement compte, si l'on considère les buts de la «Semaine de l'électricité» qu'il ne faut pas rechercher, par une telle propagande, un succès momentané et encore moins en attendre un résultat immédiat, se faisant déjà sentir au cours de la campagne elle-même; pareille action représente en effet un travail de préparation, facilitant, à longue échéance, les efforts d'acquisition des services d'électricité. Néanmoins, nous avons de brillants exemples des succès immédiats obtenus par des services d'électricité comme par des installateurs, grâce à une utilisation habile de l'état d'esprit créé par la «Semaine de l'électricité».[2]

Sur l'inspiration de l'«Electrodiffusion», un grand nombre de quotidiens publièrent pendant la «Semaine de l'électricité» des articles et notices sur la signification et l'importance de cette campagne. D'autre part, un grand nombre de quotidiens publièrent des suppléments de plusieurs pages à l'occasion de notre manifestation. Une de nos tâches particulières consistait à inspirer les principales revues de famille et publications professionnelles qui furent également mises au service de notre campagne.

La liste qui suit donne un petit aperçu des publications parues pendant la «Semaine de l'électricité»:

	Tirage:
1. Suppléments spéciaux aux journaux quotidiens	122 500
2. Revues de famille	421 700
3. Revues professionnelles et techniques	27 500
4. Divers	158 000
Total	729 700

Il ressort de ces brèves indications que par la «Semaine de l'électricité» la population de notre pays entier a été rendue attentive sur le rôle important que joue l'utilisation de nos forces hydrauliques dans notre économie nationale.

[2] Voir page 75 1936 de cette chronique: «Zur Elektrowoche».