Eine neuartige Propagandaaktion

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

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **33 (1941)**

Heft (8-9): **Schweizer Elektro-Rundschau = Chronique suisse de l'électricité**

PDF erstellt am: **03.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-922004

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

Eine neuartige Propagandaaktion

Spricht man von Elektrizitätspropaganda, schütteln viele Menschen ungläubig den Kopf: Warum auch, die Elektrizität hat doch eine Monopolstellung! — Zugegeben, es gibt nicht einen nur annähernd einwandfreien Ersatz mit allen Vorzügen, wie sie eben die Elektrizität besitzt, und doch kann man oft feststellen, dass viele Menschen die mannigfaltigen Elektrizitätsanwendungen nur für den Haushalt gar nicht kennen, die der Hausfrau helfend zur Seite stehen.

Aus dieser Erwägung heraus veranstaltete die «Elektrowirtschaft», Schweiz. Gesellschaft für Elektrizitäts-Verwertung, Zürich, einen Schaufensterwettbewerb, um festzustellen, wie die verschiedenen Haushaltungsapparate im Anschaffungswert eingeschätzt werden. Es sollte gezeigt werden, dass die Meinung, elektrische Apparate seien sehr teuer, ein Irrtum ist. — Ein weiteres Moment für die Durchführung einer solchen Aktion lag darin, die Schweizer Baumuster-Centrale, Talstrasse 9, Zürich 1, als permanente Ausstellung, beschickt von 43 Kollektivausstellern aus der Elektroindustrie, der Bevölkerung näher zu bringen.

Die SBC hat zu diesem Zwecke die sämtlichen zehn grossen Schaufenster an der Börsen- und Talstrasse zur Verfügung gestellt, in denen die verschiedenen elektrischen Apparat ausgestellt wurden, von denen das Publikum den Detailverkaufspreis zu erraten hatte.

Auf Anfrage stellten die Fabrikanten für den Wettbewerb elektrische Haushaltungsapparate als Preise zur Verfügung. Diese Aktion, in der Zeit vom 12. Februar bis 8. März dieses Jahres durchgeführt, wurde überdies finanziell unterstützt durch die Elektrizitätswerke des Kantons Zürich, die Nordostschweiz. Kraftwerke A.G., den Verband Schweiz. Elektro-Installationsfirmen und die Schweizer Baumuster-Centrale.

Ein vierseitiger Prospekt, der alle nötigen Angaben für den Wettbewerb enthielt, wurde in einigen 1000 Exemplaren an das Publikum abgegeben. Auf der 1. Seite wurde man mit den Bedingungen bekannt gemacht: Man musste den damaligen genauen Detailverkaufspreis aller 22 ausgestellten Apparate erraten und den so ermittelten Gesamtbetrag schriftlich einreichen, der für die Bewertung massgebend war. Wer den Gesamtbetrag richtig erraten hatte oder diesem am nächsten kam, gewann einen Preis. Die Fabrikanten hatten den genauen Detailverkaufspreis ihrer ausgestellten Apparate bei der «Elektrowirtschaft» hinterlegt.

Auf der 2. Seite fand man eine Liste aller Apparate, die als Preis abgegeben wurden, und wo ein moderner Staubsauger für 280 Fr. als erster Preis figurierte.

Die 3. Seite enthielt eine Liste der im Rahmen des Wettbewerbs ausgestellten Apparate; in einer ersten Kolonne waren die 10 Schaufenster aufgeführt, da-

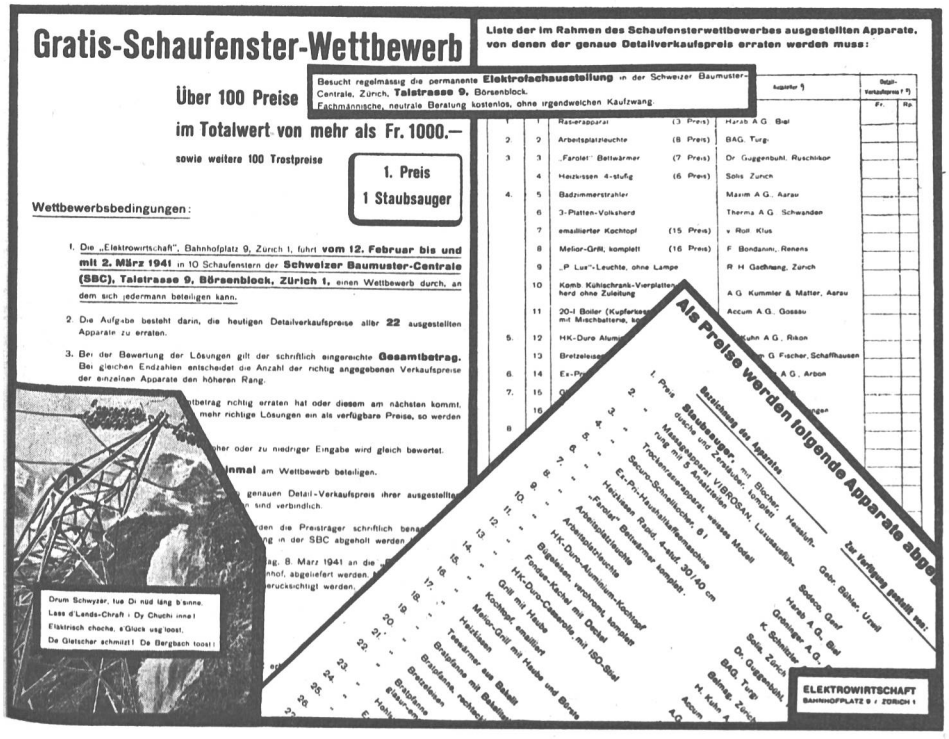

Fig. 47 Ausschnitte des Prospektes, der an alle Teilnehmer abgegeben wurde.

Extrait du prospectus distribué à tous les participants.

Fig. 48 Ansicht eines der Schaufenster während des Wettbewerbs.
Aspect de l'une des vitrines pendant le concours.

hinter die entsprechenden Apparate sowie die Namen der Fabrikanten. In der letzten Kolonne war vom Teilnehmer der erratene Preis einzusetzen.

Um diesen Wettbewerb möglichst in allen Bevölkerungsschichten bekannt zu machen, erschienen in der Zürcher Presse entsprechende Inserate sowie redaktionelle Mitteilungen, und sämtliche Elektro-Installationsfirmen der Stadt und Umgebung erhielten den Prospekt mit entsprechendem Rundschreiben.

Gelbe Affichen mit schwarzer Aufschrift «Gratis-Schaufensterwettbewerb» wirkten werbend als Blickfang. Verschiedenfarbige Papierstreifen verbanden den Apparat mit der an der Glasscheibe montierten Anschrift. Als wirkungsvolle Unterlage für die Apparate diente ein Plakat «Braucht Elektrizität, dann bleibt das Geld im Lande».

Während der Dauer des Wettbewerbs waren zeitweise viele Teilnehmer vor den Schaufenstern und viele besuchten auch die Räume in der SBC, wo heute über 300 Aussteller mit den modernsten und praktischsten Erzeugnissen vertreten sind.

Bei der Bewertung der eingegangenen Lösungen war es interessant festzustellen, wie sich ganze Quartiere beteiligten, wobei zu sagen ist, dass viele gute Lösungen dabei waren.

Den Staubsauger gewann ein Fräulein aus Zürich, die fast genau den Gesamtbetrag von Fr. 6835.95 erraten hatte. Allen übrigen Teilnehmern, die keinen der 100 zur Verfügung stehenden Preise im Totalwert von über Fr. 1000.— gewannen, wurde für ihre Mühe eine kleine Broschüre als Trostpreis abgegeben. Auffallend war, wie meist ältere Leute zu hohe Verkaufszahlen einsetzten.

Zusammenfassend sei gesagt, dass diese Propaganda ihren Zweck erfüllt hat. Bei solchen Aktionen geht das Publikum wohl mit; Voraussetzung ist aber, dass die Aufgabe nicht zu schwer gestellt wird. *Kr.*

Kleine Mitteilungen, Energiepreisfragen, Werbemassnahmen, Verschiedenes

Auszug aus dem Tätigkeitsbericht der «Elektrowirtschaft», Schweizerische Gesellschaft für Elektrizitätsverwertung, Zürich, für das Geschäftsjahr 1940/41 (1. April 1940 bis 31. März 1941)

Die allgemeine Wirtschaftslage stellte auch an die «Elektrowirtschaft» neue Anforderungen in bezug auf die Aufklärung durch die Presse, Neuausgabe von Broschüren usw., sowie über die Frage der Raumheizung mit elektrischer Energie, Elektrizität in der Landwirtschaft, in der Industrie usw. Die durch den Ausfall der Importe an Lebensmitteln und andern lebenswichtigen Gütern entstandene Situation bedingte eine vermehrte Vorrathaltung durch die einzelnen Haushaltungn. Wir haben daher, einem dringenden Bedürfnis entsprechend, diesen Problemen unsere Aufmerksamkeit gewidmet durch die Herausgabe von entsprechenden Aufklärungsschriften. Aus der vielseitigen Tätigkeit seien folgende Massnahmen erwähnt:

Der «Nachrichtendienst», eine interne Information für Mitglieder und Subvenienten, erschien im abgelaufenen Geschäftsjahr in 12 Ausgaben. Es wurden darin Themen der Konkurrenz und der Werbung behandelt. Ausserdem wurden von der Geschäftsstelle aus 295 allgemeine Mitteilungen und Rundschreiben versandt.

Die Fach- und Tagespresse wurde zum Teil auf besondern Wunsch verschiedener Werke mit redaktionellen Artikeln beliefert. Ausserdem wurden in grösserem Umfange Kollektivinserate für die Fach- und Tagespresse sowie für Familienzeitschriften ausgearbeitet und aufgegeben. An der Finanzierung waren auch die Spezialindustrie und Nichtmitglieder beteiligt.

Von einer Anzahl Nichtmitgliedwerken wurde die Geschäftsstelle zur Beratung in Propagandafeldzügen beigezogen.

In der «Elektro-Korrespondenz» — deutsch und französisch — wurden im Berichtsjahr 89 Aufsätze den Redaktionen der deutsch- und westschweizerischen Zeitungen und Zeitschriften — etwa 1200 — kostenlos zur Verfügung gestellt. Wir konnten feststellen, dass diese Artikel besonders von der Mittelpresse und von Fachzeitschriften in vermehrtem Masse abgedruckt wurden. Dies ist nicht zuletzt der Neuaufmachung und dem etwas populärer gehaltenen Inhalt der Aufsätze zuzuschreiben.

Die «Elektrowirtschaft» beteiligte sich in enger Zusammenarbeit mit dem EW Basel wiederum an der Schweizer Mustermesse Basel 1940 — 30. März bis 9. April 1940 — mit einem Kollektivstand, an dem die verschiedenen Anwendungen der Elektrizität praktisch vorgeführt wurden. (Siehe «Schweizer Elektro-Rundschau», Nr. 7/8 1940.)

Die Ausstellung der «Elektrowirtschaft» in der Schweizer Baumuster-Centrale (S.B.C.) in Zürich umfasst heute 43 Kollektivaussteller. Die Besucherzahl dieser permanen-