Zeitschrift: Wasser- und Energiewirtschaft = Cours d'eau et énergie
Herausgeber: Schweizerischer Wasserwirtschaftsverband
Band: 40 (1948)
Heft: (1)

Artikel: Sympathie-Werbung
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-921597

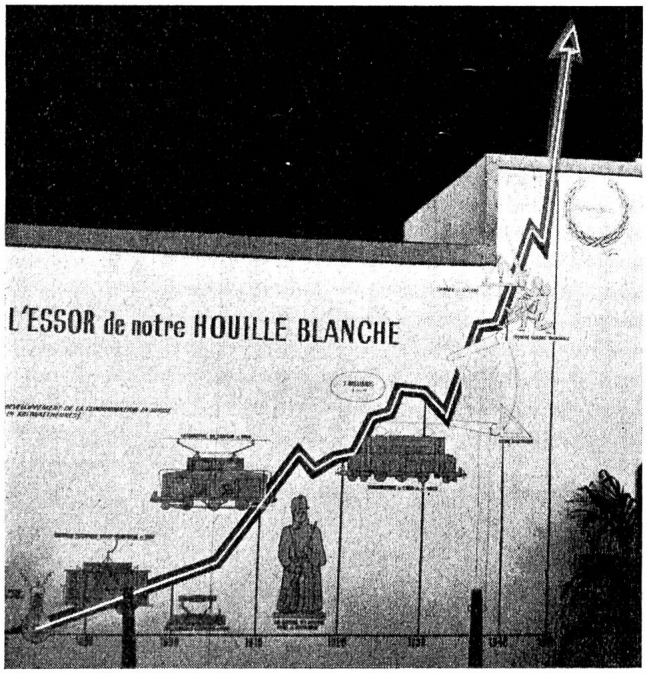
Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch



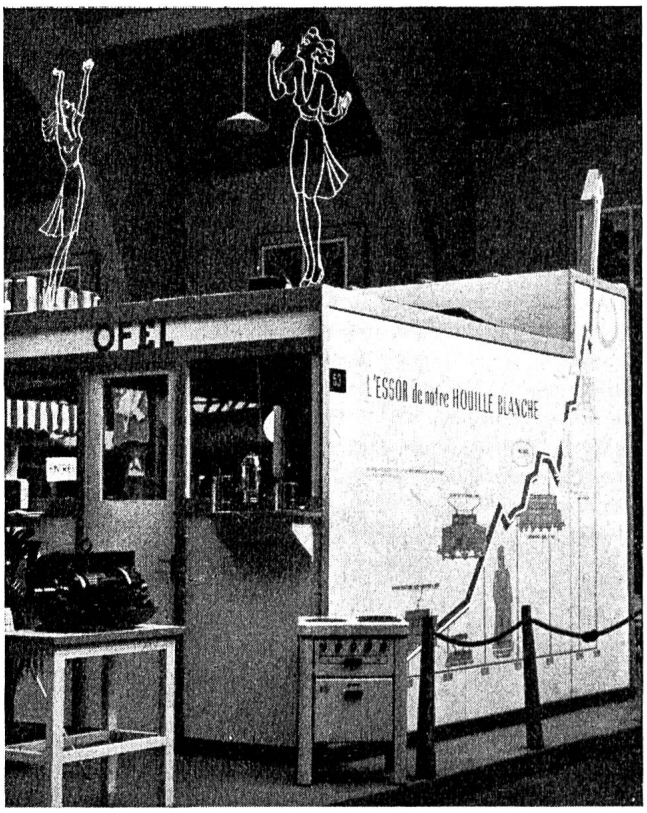


Fig. 1 (en haut) Vue de la carte montrant l'essor de notre houille blanche.

Fig. 2 (à droite) Détail du stand de l'OFEL.

tous», comportait un grand tube ROVO destiné à montrer l'essor de notre houille blanche de la fin du siècle dernier à nos jours. Quant à la partie purement attractive, elle était renouvelée de celle présentée au printemps dernier à Genève par le Service de l'électricté: il s'agissait de ballons enfermés dans une sorte de cage en fils extrêmement fins et soufflés par des ventilateurs tournant dans un plan horizontal. Si ces ballons vagabonds ont éveillé la curiosité, les horloges, obligeamment prêtées par FAVAG et qui permettaient de mesurer à $^1/_{100}$e près le temps de la réaction provoquée par un signal accoustique ou lumineux, ont causé maintes surprises aux personnes qui les faisaient fonctionner. Aussi ces diverses présentations ont-elles vivement intéressé petits et grands et des questions ayant trait aux domaines les plus divers de la branche électrique ont été bien souvent posées.

En résumé, l'impression générale a été bonne et si la plupart des visiteurs ont pu se rendre compte de l'effort des réseaux en vue d'assurer dans la mesure du possible une exploitation qui devient toujours plus difficile et plus compliquée, on est en droit d'estimer que le but a été atteint.

Sympathie-Werbung

Zu einer neuen Broschüre «Wunder des Lichts».

Der Begriff der Werbung darf nicht zu eng gefasst werden. Wenn auch ein kleines Geschäft sich noch auf den Standpunkt stellen kann, nur das für Werbung auszugeben, was einen grösseren Absatz sichert, so kann sich schon eine grosse Firma einen solchen Standpunkt nicht mehr erlauben. Bei einem öffentlichen Dienst von der Bedeutung der Elektrizitätswirtschaft ist die Sachlage vollends eine andere. Die Verbindung zwischen Elektrizitätswirtschaft und Öffentlichkeit — für die die Verantwortung vollständig bei der Elektrizitätswirtschaft liegt — kann nicht nur die einseitige und enge von Verkäufer zu Käufer sein. Sie muss weit darüber hinaus zu einem Vertrauensverhältnis zwischen einem öffentlichen Dienst und der ganzen Öffentlichkeit entwickelt werden. In diesem weiten Rahmen, den man «öffentliche Beziehung» nennen kann, spielt neben der Aufklärung und allgemeinen Orientierung auch die Erhaltung und die Umwerbung der Sympathien der Öffentlichkeit eine grosse Rolle. Die Sympathiewerbung bedarf dabei einer gewissen Grosszügigkeit, da bei ihr die Beziehungen zwischen aufgewendeten Franken und Erfolg am wenigsten unmittelbar erkennbar ist. Dennoch muss die Einsicht aufgebracht werden, dass die Sympathie der Öffentlichkeit und der Eindruck,

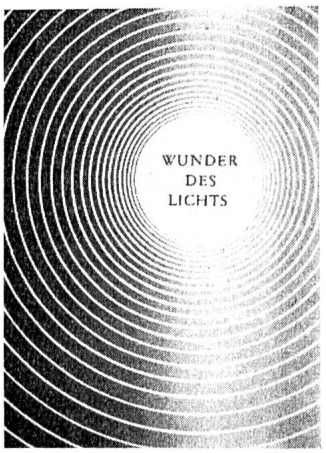


Fig. 3 Das Titelblatt der Broschüre «Wunder des Lichts».

die Werke seien grosszügig, beträchtliche reale und wirtschaftliche Bedeutung haben.

Wegen der winterlichen Energieversorgungsschwierigkeiten haben da und dort Elektrizitätsunternehmungen jeglicher Werbung abgeschworen. Diese Zurückhaltung ist in einem gewissen Mass und soweit es die direkte Förderung des Absatzes betrifft, richtig. Es geht dagegen zu weit, wenn auch die werblichen Bemühungen um Sympathie eingestellt werden. Solche Werbung um Anerkennung und um «good will» bedarf natürlich entsprechender Formen. Sie muss neutral, ansprechend und, im grossen gesehen, den Interessen der Werke förderlich sein.

Im Hinblick auf diese besonderen Verhältnisse hat die «Elektrowirtschaft» eine kleine Sympathie-Werbebroschüre herausgegeben: «Wunder des Lichts». Diese kleine 16seitige Schrift im Format 10,8×15 cm weist in einer allgemeinen, leichtverständlichen Form auf die Bedeutung des Lichts und der guten Beleuchtung hin. Ohne Lichtverkaufspropaganda zu machen, vermag sie doch Verständnis für den Wert guten Lichts zu fördern. Die Broschüre ist von Fritz Butz schön und ansprechend illustriert und sorgfältig in Mehrfarben-Offsetdruck reproduziert worden. Sie wirkt anregend, weckt das Interesse und ist ein sympathisches Geschenk für jeden Empfänger.

Diese Publikation eignet sich neben der Abgabe an Abonnenten auch für die Verteilung in Schulen und für das Auflegen in Verkaufslokalen oder als Beigabe zu Beleuchtungskörpern. Sie ist reine Sympathiewerbung und es ist zu hoffen, dass sie weite Verbreitung findet.

Das Büchlein «Wunder des Lichts» wurde in Zusammenarbeit mit der Zentrale für Lichtwirtschaft herausgegeben und kann bei der Elektrowirtschaft, Postfach Zürich 23, bezogen werden.

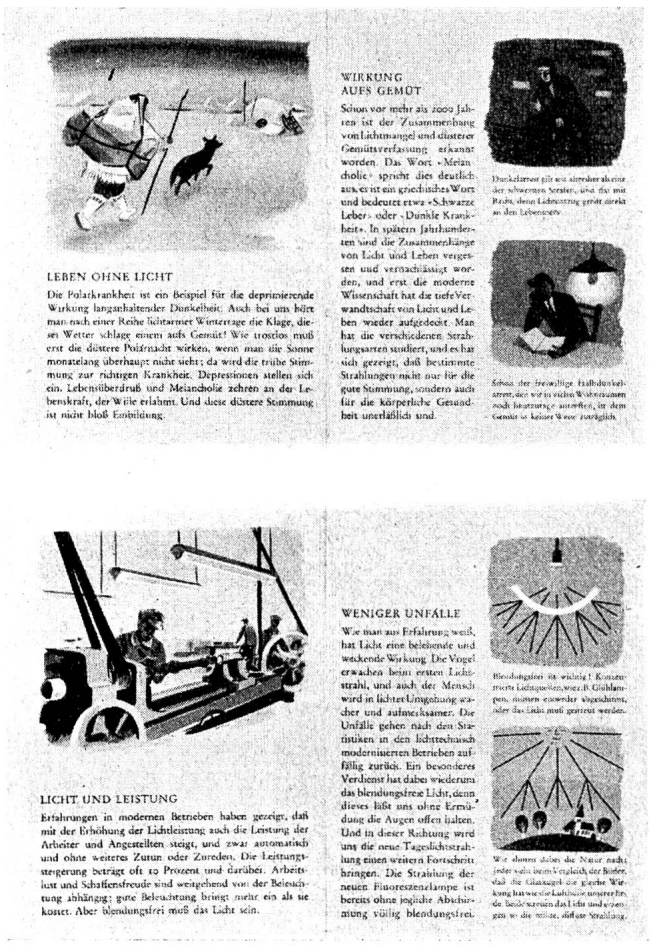


Fig. 4 Zwei Doppelseiten aus der Broschüre «Wunder des Lichts».

Orientierung im Schaufenster

Von vielen Elektrizitätsverbrauchern in Industrie, Gewerbe und Haushalt wird es oft bedauert, dass es im allgemeinen keine Möglichkeit gibt, sich bei Einschränkungen fortlaufend über die Lage der Elektrizitätsversorgung ein Bild zu machen. Die Schweizerische Bankgesellschaft in Zürich stellte deshalb auf Anregung der Elektrowirtschaft» Anfang November 1947 in einem ihrer Schaufenster an der Bahnhofstrasse den Verlauf von drei Grundwerten dar, die einen allgemeinen Überblick über die jeweilige Lage ermöglichen. In drei graphischen Darstellungen (Fig. 5, Seite 8) werden der Wasserstand des Rheins bei Rheinfelden täglich, der Inhalt der Speicherseen und der Elektrizitätsverbrauch an Mittwochen gezeigt.

Wasserstand des Rheins: Neben dem täglichen Stand der Wasserführung, der mit Nadeln gesteckt wird, enthält diese Darstellung als Vergleichswerte den Verlauf des Wasserstandes im bisher trockensten Winter 1920/21 sowie der mittleren Wasserführung während der Wintermonate. Mit diesen Angaben wird vor allem auf die mögliche Energieerzeugung der Flusswerke hingewiesen, und damit konnte während des Tiefstandes der Flüsse eindrücklich gezeigt werden, wie gross der Ausfall an Flusskraftwerkenergie war. Die in diesem Winter stark in Erscheinung getretenen Schwankungen der Wasserführung zeigten, dass zum Ausgleich grosse Speicheranlagen notwendig sind.

Inhalt der Speicherseen: Zum Vergleich der Seeabsenkung in diesem Winter werden die Absenkungskurven während des nassen Winters 1944/45 und des trockenen Winters 1946/47 angegeben. Gleichzeitig wird mit einigen Zahlenangaben darauf hingewiesen, dass allen Schwierigkeiten zum Trotz von 1939 bis 1947 die Speichermöglichkeiten durch den Bau neuer Kraftwerke erheblich gesteigert wurden.

Elektrizitätsverbrauch pro Tag: Diese Darstellung wollte vor allem den Erfolg der verfügten Einschränkungen darstellen, verbunden mit dem Aufruf zu weitern Einsparungen. Die Entwicklung des Verbrauchs während des einschränkungsfreien Winters 1944/45 sowie die Angaben der Werte auf die der Verbrauch gesenkt werden sollte, dienten hier als Vergleich.

Die Beachtung, die das graphisch gut gestaltete Schaufenster auch nach der Aufhebung der Einschränkungen fand, beweist das Interesse, das von den Passanten einer Orientierung über den jeweiligen Stand der Elektrizitätsversorgung entgegengebracht wird. Bis auf weiteres werden die Entwicklungskurven weiter nachgeführt. Für den nächsten Winter ist an gleicher Stelle die Verwendung des Materials unter Anpassung an die dann vorliegenden Verhältnisse wieder vorgesehen.