

**Zeitschrift:** Bulletin des Schweizerischen Elektrotechnischen Vereins, des Verbandes Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen = Bulletin de l'Association Suisse des Electriciens, de l'Association des Entreprises électriques suisses

**Band:** 91 (2000)

**Heft:** 19

**Vorwort:** Von Rabattmarken und gläsernen Kunden = Timbres de rabais et clients transparents ; Notiert = Notiert

**Autor:** Baumann, Martin

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 19.11.2024

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

## Von Rabattmarken und gläsernen Kunden

Vielen unserer Leserinnen und Leser dürften die Rabattmärkli in Erinnerung geblieben sein. In den Kriegs- und Nachkriegsjahren waren die meisten Portemonnaies um einiges schlechter gefüllt als heute. So war denn manche Hausfrau mehr als froh, wenn sie die Zeit bis zum nächsten Zahltag durch Einlösen eines Rabattmarkenheftes überbrücken konnte. Auch bei jenen, die mehr als das Nötigste verdienten, standen die Rabattmarken hoch im Kurs; sie dienten der Finanzierung von nicht alltäglichen Ausgaben wie Ferien, Weihnachtsgeschenken usw. Neben den Rabattmarken der Konsumgenossenschaften sind auch jene Silva-Checks in Erinnerung geblieben, mit denen sich faszinierende farbige Bilder erwerben liessen, die man dann eigenhändig in hervorragende Bücher wie *Tiere der Heimat*, *Alpenblumen*, *Flugpioniere* usw. einkleben konnte.

In den Jahren des steigenden Wohlstandes verloren die Rabattmarken an Glanz. Zur Befriedigung der teurer werdenden Wünsche – Autos, Fernsehen, Auslandsferien – konnten sie ebenso wenig wie das Sparkässeli auf der Bank einen Beitrag leisten. Neue Finanzierungsmethoden waren nötig, welche durch Aufspalten der Anschaffungskosten Nutzung und Finanzierung in Übereinstimmung zu bringen vermochten. Gleichzeitig wuchsen abseits der Wohngebiete Einkaufszentren, welche mit Nettopreisen die nun automobilen Kunden von den Quartierläden der Konsumgenossenschaften wegzulocken vermochten.

So ganz vergessen haben die PR-Leute die Rabattmarken aber doch nicht, wobei sich die Motivation gegenüber früher allerdings stark verändert hat. Es ist nicht mehr die Kundentreue, die man in erster Linie zu gewinnen sucht – der traut man ohnehin nur noch verbal –, es ist das Kundenverhalten, das man zu erkennen und zu manipulieren versucht. Die Anbieter moderner Customer-Relations-Systeme erstreben den «gläsernen Kunden», d.h. den Kunden bzw. die Kundin, deren Konsumentenverhalten weitestgehend auf riesigen Speichersystemen abgebildet ist und die man somit ohne teure Streuverluste bewerben kann. Über die nicht gerade billige Informatik wird wohlweislich wenig diskutiert.

Trotz berufsbedingtem Verständnis für die Aufgabe der PR-Leute und trotz nostalgischen Erinnerungen an die Rabattmärkli muss ich gestehen, dass die heute gebotenen Vergünstigungen bei mir meist Aggressionen auslösen – mit Ausnahme jener, bei denen ein Handwerker bei Bezahlung innert 10 Tagen einige Skonto-Prozente anbietet. Ich ärgere mich, wenn ich von meiner Bank alle paar Wochen eine Mitteilung kriege, dass ich wieder 0,6 Bonuspunkte gewonnen habe und dass ich bei soundso vielen Punkten eine Menge toller Abenteuer und Wochenendflüge erleben könne. Wer ausser vermögenden Pensionärinnen und Pensionären hat denn noch Zeit zum Sammeln und Verwalten aller möglichen Mitgliedskarten, Märkli und Bonuspunkten. Wer hat noch Zeit herauszufinden, welche der Telefongesellschaften am 14. Oktober 2000 von 21.00 bis 21.30 Uhr die billigste Leitung nach Honolulu anbietet. Die heutigen PR-Spezialisten vergessen ganz offensichtlich, dass sich der moderne Homo oeconomicus in der knappen Freizeit um die dritte Säule zu kümmern hat. Sie vergessen, dass Sparhefte und Kassaobligationen in den letzten Jahren genauso zur nostalgischen Erinnerung geworden sind wie einige Jahre zuvor die Rabattmarkenhefte und dass sich demnach immer mehr Leute ihre Pension mit Börsengeschäften abzusichern haben.



Martin Baumann  
Redaktor SEV

*Notiert / note*

## Wachsende Bedeutung der Kernenergie

Im Jahr 1999 haben in Frankreich, Indien, der Slowakei und in Südkorea vier Reaktorblöcke neu mit der Stromproduktion begonnen. Im

gleichen Zeitraum wurden in Schweden und in Kasachstan je ein Kernkraftwerksblock ausser Betrieb genommen. Damit stieg die Energieproduktion aus

Kernenergie laut Statistik des Konzerns BP Amoco um 3,8% – schneller als jede andere in der Statistik berücksichtigte Energiequelle (nicht enthalten sind die Solar- und die Windenergie).

Anfang 2000 umfasste der zivile Nuklearpark der Welt 441 Kernkraftwerksblöcke in 31 Ländern. Diese Angaben gehen aus der neuen Reaktortabelle «Die Kernkraftwerke der Welt 2000» hervor, die jetzt von der Schweizerischen Vereinigung für Atomenergie (SVA) veröffentlicht wurde. Der alljährlich aufdatierte Faltprospekt führt die in Betrieb stehenden Kern-

kraftwerksblöcke, das Jahr ihrer ersten Stromabgabe, die Nettoleistung sowie den Atomstromanteil und die installierte Gesamtleistung der Kernkraftwerke des jeweiligen Landes auf. Abgerundet wird die Reaktortabelle mit Übersichten der 441 weltweit in Betrieb und der 38 in Bau stehenden sowie der 120 definitiv abgeschalteten Kernkraftwerksblöcke.

**Beachten Sie das Forum auf der letzten Seite**

## Timbres de rabais et clients transparents

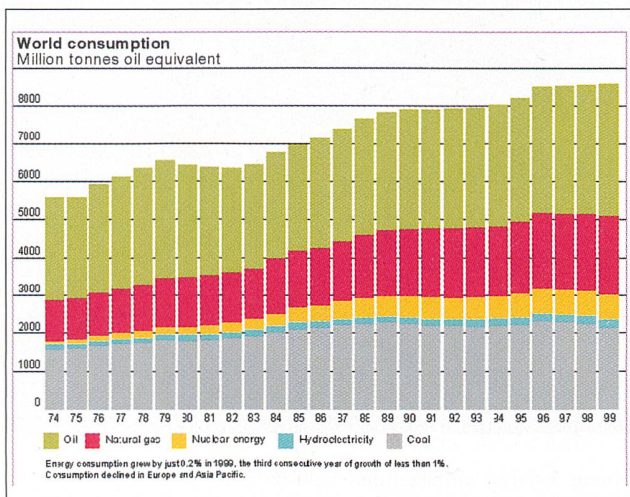
Beaucoup de nos lectrices et lecteurs se souviennent sans doute des timbres de rabais. Durant les années de guerre et d'après-guerre, les porte-monnaie étaient généralement nettement moins remplis qu'aujourd'hui. Et bien des ménagères étaient heureuses de pouvoir s'arrondir les fins de mois avec le carnet de timbres. Et même chez ceux qui gagnaient plus que le minimum nécessaire, les timbres de rabais étaient très appréciés; ils servaient à financer des dépenses moins courantes comme les vacances, les cadeaux de Noël, etc. Outre les timbres de rabais des sociétés coopératives, on se souvient également des chèques Silva qui permettaient d'acheter de magnifiques images en couleur que l'on pouvait coller soit-même dans d'excellents livres comme *Les animaux de la patrie*, *Les fleurs alpines*, *Les pionniers de l'aviation*, etc.

Au cours des années de prospérité croissante, les timbres de rabais ont perdu de leur attrait. Ils se prêtaient aussi peu à la satisfaction des désirs plus coûteux – auto, télévision, vacances à l'étranger – que le carnet d'épargne à la banque. Il fallait de nouvelles méthodes de financement permettant d'harmoniser utilité et financement en répartissant les frais d'acquisition. En même temps, des centres d'achats à grande surface faisaient leur apparition en dehors des zones résidentielles, dont les prix nets détournaient des magasins de quartier des coopératives les clients désormais motorisés.

Mais les spécialistes des relations publiques n'ont pas tout à fait oublié les timbres de rabais même si la motivation a fortement changé par rapport à ce qu'elle était. On ne cherche plus avant tout à fidéliser les clients – ce à quoi on ne croit d'ailleurs qu'en théorie –, c'est plutôt le comportement des clients que l'on essaie de saisir et de manipuler. Les fournisseurs de systèmes modernes de Customer Relations sont à la recherche du «client transparent», c'est-à-dire du client ou de la cliente dont le comportement de consommation est, dans une large mesure, reproduit sur d'immenses systèmes de mémoire et dont on peut s'assurer les faveurs sans de coûteuses pertes de distribution. Et l'on passe sous silence le prix de l'informatique, pourtant pas négligeable.

Bien que, par ma profession, je comprenne la tâche des gens des relations publiques, et malgré des réminiscences nostalgiques liées aux timbres de rabais, j'avoue que les systèmes actuellement proposés déclenchent généralement chez moi des agressions – à l'exception du cas où un artisan offre quelques pour-cent d'escompte pour paiement dans les 10 jours. Je m'énerve lorsque je reçois de ma banque, toutes les quelques semaines, un avis selon lequel j'ai encore gagné 0,6 points de bonus et qu'avec tant et tant de points, j'aurai droit à de magnifiques aventures et excursions de week-end. Exception faite des retraités fortunés: qui a encore le temps de collectionner et de gérer toutes les cartes de membre, timbres et points de bonus possibles et imaginables? Qui a encore le temps de trouver la compagnie de téléphone proposant la ligne la plus économique pour Honolulu le 14 octobre 2000 de 21h00 à 21h30? Les spécialistes actuels des relations publiques oublient manifestement que l'homo oeconomicus d'aujourd'hui doit, dans ses rares loisirs, s'occuper du troisième pilier. Ils oublient que les carnets d'épargne et les obligations sont devenus ces dernières années un souvenir aussi nostalgique que les carnets de timbres de rabais quelques années auparavant et que de plus en plus de gens sont contraints d'assurer leur retraite par des affaires boursières.

Martin Baumann  
rédacteur ASE



Weltenergieverbrauch in Mio. Tonnen Öl-Äquivalenten

Die installierte Leistung aller Kernkraftwerke der Welt stieg 1999 um rund 4000 MW auf insgesamt 354.521 MW. Der Anteil der Kernenergie an der totalen Elektrizitätserzeugung der Welt liegt bei 17%. Wie die SVA-Reaktortabelle weiter zeigt, stand Frankreich 1999 mit einem Atomstromanteil von 77% an der gesamten Stromerzeugung des Landes an der Spitze, gefolgt von Litauen (73%), Belgien (58%), Schweden und der Slowakei (je 47%), Südkorea (43%) sowie der Ukraine und Bulgarien (je 42%). In der Schweiz fiel wegen der aussergewöhnlich

hohen Stromproduktion der Wasserkraftwerke im niederschlagsreichen Jahr 1999 der Atomstromanteil an der Gesamtproduktion von 40,0 auf 35,3%.

### Iter-Standort in Frankreich

Über Jahre hinweg stockte der politische Entscheidungsprozess zur Realisierung des nächsten grossen Schrittes in der kontrollierten Kernfusion. In einer weltumspannenden Zusammenarbeit sollte längst die Entscheidung zum Bau eines



Wir gehen den Besonderheiten  
der Elektrotechnik auf den Grund.

Und entdecken spannende  
**Lösungen.**

Wettbewerbsfähigkeit ist auch in der Elektrotechnik eine Frage der Beweglichkeit. Deshalb sind flexible und ganzheitliche Lösungen von zentraler strategischer Bedeutung.

Zürich Tecta für die Elektrotechnik ist ein neues Modell für eine neue Zeit. Eine echte Innovation, die so einzigartig ist wie Ihr Unternehmen – und

Ihnen mit nur einem Vertrag umfassenden Schutz garantiert. Regional. National. International. Geben Sie Ihren Visionen Perspektiven. Mit einer Lösung nach Mass – und einem Partner, der bereit ist für das Unerwartete in der Zukunft.

Zürich Schweiz, Unternehmen, Postfach, 8085 Zürich  
Tel. 01 628 28 28, Fax 01 628 89 00, <http://www.zurichbusiness.ch>



**ZÜRICH**

ersten energieliefernden Experimentalreaktors gefallen sein. Dazu hatten die Partner Europa, Japan, Russland und USA das Projekt Iter (International Thermonuclear Experimental Reactor) gegründet.

Keiner der Partner hatte jedoch bisher einen Standort für Iter offeriert. Nur der Aussen-seiter Kanada bot Anfang des Jahres einen attraktiven Bau-platz in der Nähe von Toronto an. Nun haben die Franzosen überraschenderweise offiziell Interesse an einem Standort im südfranzösischen Cadarache bekundet, womit das Iter-Projekt wieder deutlich an Fahrt gewinnt. Die Fusionsforscher im Forschungszentrum Jülich zeigten sich über die Nachricht erfreut: «Das Angebot für einen Projektstandort bedeutet für die Kernfusion einen wichtigen Fortschritt», sagte Prof. Ulrich Samm vom Jülicher Institut für Plasmaphysik.

## UMTS

Akronyme sind praktisch – meistens jedoch nur für den faulen Schreiber und weniger für den Leser, der über unverständliche Abkürzungen bestenfalls hinweglesen kann. Da wäre es doch allemal besser, der Schreiber hätte sich die Mühe gemacht, die Kurzfassung wenigstens ein einziges Mal auszuschreiben.

Wir wollen das deswegen hier an zentraler Stelle für einen Begriff nachholen, der unseren Lesern wahrscheinlich schon häufig begegnet ist und den sie mangels Erklärung bisher völlig falsch verstanden haben: UMTS oder unplanmässige Mehreinnahmen zur Tilgung der Staatsschulden.

So, jetzt wär' das auch mal geklärt. Wir danken unserem treuen Leser K. Villiger aus Bern für diesen Hinweis. *hst*

## Revision der ISO-9000-Norm

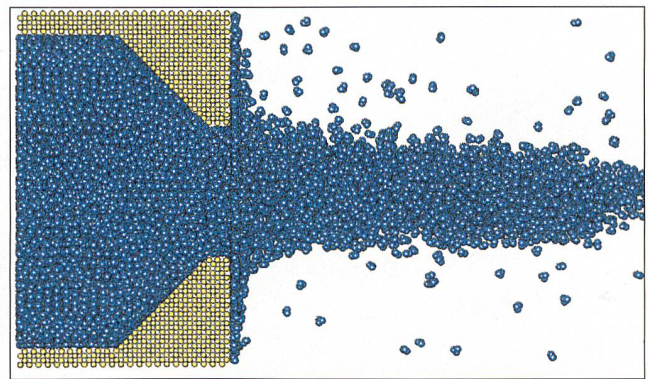
Die nationalen Mitgliedsorganisationen der ISO (International Organization for Standardization) haben ihre Zustimmung zum Draft International

Standard der ISO-9000er-Revisionen gegeben. Die Dokumente ISO 9000, ISO 9001 und ISO 9004 werden nun noch einer weiteren Überarbeitung unterzogen, bevor dann der Final Draft International Standard (FDIS) im September diesen Jahres für zwei Monate zur Abstimmung gegeben wird. Nach dessen Annahme erlangen die überarbeiteten Standards Ende des Jahres Gültigkeit.

Die ISO-9000-Standards sind die erfolgreichsten der bislang über 12 000 von ISO entwickelten Standards. Es wird geschätzt, dass weltweit in über 150 Ländern rund 350 000 Qualitätsmanagementsysteme, die auf diesen Normen aufgebaut sind, in Organisationen aller Art implementiert sind.

## Nano-Spray

Obwohl die Nanotechnologie schon seit Jahren als Schlüsseltechnologie der Zukunft propagiert wird, ist bis heute kaum eine Anwendung bekannt, die sich in der Praxis bewähren könnte. Die Schwierigkeiten hängen unter anderem damit zusammen, dass im Grössenbereich von Milliarden Metern



Versprühen von Propan durch eine 6 nm grosse Düse

andere Kräfteverhältnisse walten als in der uns gewohnten Umwelt: Die Schwerkraft beispielsweise, die die Gestaltung vieler herkömmlicher Maschinen bestimmt, spielt in der winzigen Nanometerwelt zumeist keine Rolle. Umso bedeutender sind elektromagnetische Kräfte zwischen einzelnen Atomen und Molekülen.

Dieser Zusammenhang wird von Simulationsrechnungen bestätigt, die am Georgia Institute of Technology durchgeführt wurden. Die Forscher haben untersucht, wie 200 000 Propanmoleküle von einer 6 nm grossen Düse versprüht werden.

Trotz einem hohen Druck von 5000 MPa (5000 Atmosphären) bildet sich an der Düse ein dünner Molekülfilm, der den Gasfluss behindert und irgendwann sogar blockiert. Dieser Effekt, der im makroskopischen Massstab völlig harmlos wäre, kann durch Verdampfen des Films bei erhöhter Düsens-temperatur oder eventuell durch eine besondere Oberflächenbeschichtung der Düse verhindert werden.

Die Forscher hoffen, dass ihre Simulationsergebnisse in einem weiteren Schritt experimentell überprüft werden können. *hst*

## Rätsel – Enigme

### Rätsel: Who's who?

In unserem ersten Rätsel nach den Sommerferien wollen wir es etwas gemüthlicher angehen lassen. Es handelt vom Treffen von Herrn Grün, Frau Rot und ihrem gemeinsamen Sohn Blau. (Mit den Namen seiner Eltern konnte er sich nicht anfreunden.) Einer der drei sagt: «Ich trage ein rotes T-Shirt, während ihr ein blaues beziehungsweise ein grünes T-Shirt tragt. Keiner von uns trägt jedoch eine Farbe, die seinem Namen entsprechen würde.» Herr Grün antwortet: «Stimmt, du hast recht.» Die Frage lautet: Welche Farbe trägt der Sohn der Familie?

Bitte senden Sie Ihre Lösung bis zum 25.9.00 an das *Bulletin*

*SEV/VSE*, Stichwort Rätsel, Luppenstrasse 1, 8320 Fehraltorf, oder an [pr.bulletin@sev.ch](mailto:pr.bulletin@sev.ch). Zu gewinnen gibt es diesmal das Buch von Ian Stewart: *Spielt Gott Roulette? Uhrwerk oder Chaos*.

Die Lösung und der Gewinner oder die Gewinnerin werden in Heft 21 veröffentlicht.

### Enigme: Who's who?

Pour notre première énigme après les vacances d'été, nous voulons y aller plus tranquillement. Il s'agit d'une rencontre entre Monsieur Levert, Madame Lerouge et leur fils commun Lebleu (qui ne trouvait pas à son goût les noms de ses parents). Un des trois déclare:

«Je porte un T-Shirt rouge, alors que vous autres portez des T-Shirts bleu et vert respectivement. Mais aucun d'entre nous ne porte la couleur correspondant à son nom.» Monsieur Levert répond: «C'est juste, tu as raison.» La question est la suivante: Quelle couleur porte le fils de la famille?

Veillez envoyer votre solution d'ici au 25.9.00 au *Bulletin ASE/AES*, Rubrique «Enigme», Luppenstrasse 1, 8320 Fehraltorf, ou à [pr.bulletin@sev.ch](mailto:pr.bulletin@sev.ch). Cette fois-ci, le prix à gagner est le livre de Ian Stewart: *Dieu joue-t-il aux dés? Les mathématiques du chaos*.

La solution et les gagnants seront publiés au numéro 21.

Quelle/Source: *High-Tech Exec*



TECHNISCHE PROBLEMLÖSUNGEN

EXPERTISEN

SICHERHEIT ANLAGEN

NORMUNG

RISIKOANALYSEN

IT SECURITY

INSPECTION CENTER

SICHERE ELEKTRIZITÄT

WEITERBILDUNG

INNOVATIONSMANAGEMENT

TECHNIK UND UMWELTSCHUTZ

INFORMATION

Der SEV ist Ihr kompetenter, unabhängiger Partner für alle Fragen der Energie- und Informationstechnik. Das SEV-Konzept TSM® Total Security Management prägt alle unsere Dienstleistungen: Entscheiden Sie sich jetzt für das Know-how und die Beratung des SEV.

Schweizerischer Elektrotechnischer Verein, Luppenstrasse 1, CH-8320 Fehraltorf, Tel. +41 1 956 11 11, Fax +41 1 956 11 22, Internet: www.sev.ch, weitere Niederlassungen: Association Suisse des Electriciens ASE Romandie, Lausanne, DR. GRAF AG/ RISCARE AG, Gerlafingen, SEV (Hong Kong) Ltd., Hong Kong



Garantiert branchenspezifische Qualitäts- und Sicherheitsmerkmale. Eröffnet neue Möglichkeiten zur Marktprofilierung.



Garantiert Übereinstimmung mit internationalen Sicherheits-Standards. Ermöglicht internationalen Marktzutritt.



Dieses Zeichen garantiert die sichere Anwendung der Elektrizität.





Nous faisons en sorte que vos clients soient toujours br nchés



**Always online. Just in time.**

**EM**



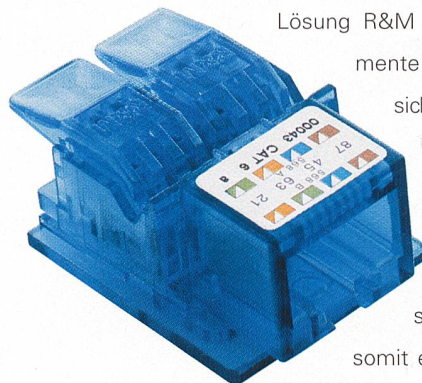
Convincing cabling solutions

# Welche steht Ihnen am besten?



## R&M STARsystem Ihr Entscheid für die Zukunft

Umfassendes Know-how, permanente und intensive Forschung haben R&M zu einem führenden Anbieter im weltweiten Telekommunikationsmarkt gemacht. Die moderne Gebäudeverkabelungs-



Lösung R&M STARsystem ist für anspruchsvolle Kundensegmente interessant, die höchsten Wert auf die Zukunftssicherheit ihrer IT-Infrastruktur legen und grosse Datenmengen mit Zeitrelevanz übermitteln. Herzstück und Weltneuheit dieser Verkabelungslösung ist das neue blaue R&M freenet Kat. 6 Anschlussmodul. Es setzt absolut neue Massstäbe, bietet wesentlich mehr Bandbreite und somit eine höhere Performance. Mit R&M STARsystem

entscheiden Sie sich schon heute für die Zukunft, denn kommende Netzwerkstandards sind problemlos umsetzbar. Daneben bieten wir Ihnen höchste Qualität aller Produkte, einfache und schnelle Installation, ein dreistufiges Garantieprogramm sowie umfassende Service- und Dienstleistungsangebote. Jetzt müssen Sie sich nur noch für die Zukunft entscheiden, den Rest übernehmen wir für Sie. Interessiert? Dann rufen Sie uns doch einfach an!

**R&M freenet**

The LAN solution

Reichle & De-Massari AG  
Binzstrasse 31  
CH-8622 Wetzikon  
Telefon +41 1 931 97 77  
Telefax +41 1 931 93 29  
www.rdm.ch

**Info 01 931 97 77**