Forum

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **97 (2006)**

Heft 2

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Nutzungsbedingungen

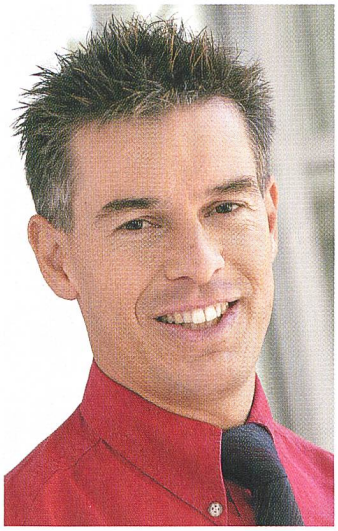
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung 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



Klare Farbe, klare Herkunft. Die neue Sensibilisierungskampagne von ewz

«Une couleur, une provenance»: la nouvelle campagne de sensibilisation d'ewz

Harry Graf, Leiter Corporate Communications bei ewz

«Wissen Sie, woher Ihr Strom kommt?»
Diese Frage stellten wir unseren Kundinnen und Kunden in mehreren repräsentativen Umfragen. Und wir stellten ernüchtert fest: Die wenigsten wissen eine schlüssige Antwort darauf. Dieser Umstand sowie die vom Bundesrat eingeführte Vorschrift zur Stromkennzeichnung (EnG Art. 5bis) ab 2006 waren die Auslöser für die neue ewz-Werbekampagne. Damit wollen wir unseren Kundinnen und Kunden den ewz-Strom auf sympathische und wertneutrale Art bewusst näher bringen und sie dafür sensibilisieren, wie, wo und in welcher Qualität ewz Energie produziert bzw. von Partnern bezieht. Der Strom erhält erstmals ein «Gesicht» und besteht nicht mehr nur aus Zahlen. Am Ende der Kampagne soll den ewz-Kundinnen und -Kunden bewusst sein, dass der Strom aus der Steckdose auf ganz unterschiedliche Weise produziert wird und welche Menge von welchem Strom in der Stadt Zürich abgegeben wird.

In der ersten Periode von Ende Oktober bis Mitte Dezember 2005 kamen Sujets zum Einsatz, welche auf die verschiedenen Stromarten hinwiesen, die ewz produziert oder einkauft. Unter dem Motto «klare Herkunft, klare Farbe» erhielt jede Stromproduktionsart eine aussagekräftige Kennzeichnung zugeordnet. Die klare Farbzuteilung ermöglicht uns, komplexe Botschaften auf einfache und wirkungsvolle Art visuell zu unterstützen. In der zweiten Phase von Mitte Januar bis Mitte März 2006 stehen die in der Stadt Zürich abgegebenen Anteile der einzelnen Stromarten im Zentrum. Die Hauptkommunikationsmittel sind Zeitungsinserate und Plakate.

Die Botschaft «klare Farbe, klare Herkunft» wird mittels einprägsamer Farben pro Sujet stark visuell geprägt:

- Tiefblau steht für nach *naturemade star*-zertifizierten Ökostrom aus Wasserkraft von Höngg
- Gelb für nach *naturemade star*-zertifizierten Solarstrom
- Blau für nach *naturemade basic*-zertifizierte Wasserkraft aus dem Bergell
- Rot für Kernkraft aus Gösgen.

«Savez-vous d'où vient votre courant?»
Voilà la question que nous avons posée à nos clients au cours de plusieurs enquêtes représentatives. Force a malheureusement été de constater que peu en détenaient la réponse. Cette constatation ainsi que la prescription introduite par le Conseil fédéral de marquer l'électricité (LEn, art. 5bis) à partir de 2006 sont à l'origine de la nouvelle campagne publicitaire d'ewz. Notre but est de faire connaître à nos clients l'électricité d'ewz de manière sympathique et neutre au niveau de la valeur et de les sensibiliser sur la manière, le lieu et la qualité avec laquelle ewz produit de l'énergie ou s'approvisionne auprès de ses partenaires. Pour la première fois, l'électricité ne consiste plus seulement en des chiffres, mais un visage lui est conféré. A la fin de la campagne, les clients devront être conscients que le courant arrivant dans leurs prises électriques est produit de diverses manières et connaître les quantités des divers types d'énergie vendus dans la ville de Zurich.

Durant la première période allant de fin octobre à mi-décembre 2005, différents sujets ont été utilisés pour informer au sujet des divers types d'énergie qu'ewz produit et achète. Sous la devise «une couleur, une provenance», une couleur parlante est attribuée à chaque type de production d'électricité, ce qui nous permet de faire passer des messages complexes de façon simple et efficace au niveau visuel. Au cours de la seconde phase, de mi-janvier à mi-mars 2006, l'accent sera mis sur les pourcentages des divers types d'électricité vendus en ville de Zurich. Les principaux instruments de communication seront les annonces dans les journaux et les affiches.

Le message «une couleur, une provenance» est véhiculé au moyen de couleurs faciles à retenir:

- Bleu foncé pour le courant vert certifié *naturemade star* provenant de la centrale hydraulique de Höngg
- Jaune pour l'énergie solaire certifiée *nature made star*
- Bleu clair pour l'énergie hydraulique du Bergell certifiée *naturemade basic*
- Rouge pour l'énergie nucléaire de la centrale de Gösgen.