Elektrizitätswerke als Werbemittel

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

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **39 (1947)**

Heft (11-12)

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-921885

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

schen Darstellungen über das Zusammenspiel der beiden Werkkategorien.

Als lebendiger Blickfang für die Ausstellung wurde ein grosses Modell des Kraftwerks Wettingen der Stadt Zürich aufgebaut, dessen Zentrale von innen beleuchtet war und über dessen Wehranlagen Wasser überlief.

Elektroindustrie: Die Entwicklung der Elektrizitätswirtschaft der Schweiz war seit jeher von den Wechselbeziehungen abhängig, in denen Elektroindustrie und Elektrizitätswerke zueinander standen. Es wurde daher in dieser Schau der Maschinenfabrik Oerlikon die Möglichkeit geboten, an besonderer Stelle auf ihr Schaffen hinzuweisen. Neben einigen Bildern aus dem Werkbetrieb wurden Bilder von in der Schweiz ausgeführten Kraftwerksanlagen gezeigt, die die übrigen Darstellungen ergänzten. Diese Hinweise werden bei späterer Wiederholung der Ausstellung in andern Städten durch Bilder der Brown Boveri ergänzt.

Elektrizitätsverbrauch: Auf dieses wesentliche Teilgebiet der Elektrizitätswirtschaft konnte leider aus räumlichen Gründen nicht näher eingetreten werden. Es wurde einzig durch eine mehr symbolische Darstellung darauf hingewiesen, dass es heute keinen Wirtschaftszweig gibt, der nicht in irgendeiner Form auf den Bezug von Elektrizität angewiesen ist.

Eröffnung: Die Eröffnung der Ausstellung erfolgte am 18. Oktober in Anwesenheit von namhaften Vertretern der Presse, der Elektrizitätswerke und der Industrie. Die bei dieser Gelegenheit unter dem Vorsitz von Direktor B. Steiner der Oscar Weber AG. durchgeführten Pressekonferenz wurde vom Präsidenten des Verbandes Schweizerischer Elektrizitätswerke, Direktor H. Frymann, benützt, um einen «tour d'horizon» zu geben über die gesamte Versorgungslage, eine Übersicht, die wertvoll ergänzt wurde durch die Ausführungen von den Direktoren W. Trüb (EWZ) und A. Engler (NOK) über die Verhältnisse in den Versorgungsgebieten der Stadt Zürich und der Nordostschweiz.

Fig. 26 Ansicht des Schaufensters mit Blickfang und Karte mit Kraftwerken, die im Bau und die projektiert sind.

Der von Herrn E. Scholz, Reklamechef der Firma Oscar Weber, angeregten und vorbildlich gestalteten Ausstellung war ein voller Erfolg beschieden. Sie fand weit über die Grenzen der Stadt und deren Einzugsgebiet hinaus Aufmerksamkeit. Die Firma Oscar Weber entschloss sich deshalb, die Ausstellung vom 22. Januar bis 12. Februar in St. Gallen und vom 18. Februar bis 8. März in Bern in ihren dortigen Geschäftshäusern zu wiederholen. Es ist zu hoffen, dass der Ausstellung in diesen Städten der gleiche Erfolg beschieden sein wird wie in Zürich. *Bü.*

Elektrizitätswerke als Werbemittel

Die Werbung für die Elektrizität und die Aufklärung über elektrizitätswirtschaftliche Zusammenhänge stossen immer wieder auf das Hindernis, dass es nicht möglich ist, den Begriff «Elektrizität» bildhaft darzustellen. Dieses Hindernis ist um so schwerwiegender, als die Aufnahmeintensität und -leichtigkeit durch das Sinnesorgan «Auge» weitaus am grössten ist. Eingehende psychotechnische Untersuchungen haben bewiesen, dass es siebenmal leichter ist, etwas visuell aufzunehmen als z. B. durch das gesprochene oder das gedruckte Wort. An jeder Plakatwand können wir erkennen, dass der bildhaften Darstellung des zu verkaufenden und bekannt zu machenden Gutes bei weitem der Vorzug zu geben ist. Auf das Bildhafte wird niemals verzichtet, meist wird es mit einem Merkspruch oder «Slogan» verbunden, in vielen Fällen bleibt sogar die augenfällige Darstellung ganz allein. Diese Erkenntnis müssen wir uns zunutze machen, wenn wir für die Elektrizität ganz allgemein werben und aufklären wollen.

Die Elektrizität oder sie umgebende Zusammenhänge können nun aber nicht wie ein Waschmittel oder ein Lippenstift bildhaft gemacht werden. Während die Gasindustrie z. B. die Möglichkeit hat, die Flamme des brennenden Gases zu verwenden — was auch ausgiebig gemacht wird —, so kann das die Elektrizität nicht. Sie muss sich darauf beschränken, in der Verbrauchssituation gezeigt zu werden, was auf die bildhafte Darstellung eines oder mehrerer Geräte herauskommt. Diese Schwierigkeit, die im Gerät wirkende Elektrizität und ihr Herkommen dem Konsumenten näherzubringen, ist ohne Zweifel mit ein Hindernis für die Vertrauens- und Sympathieerweckung für die Elektrizität.

Die eben angedeutete Schwierigkeit tritt uns besonders in der Jugendwerbung entgegen. Bei der Gewinnung der Jugend in- und ausserhalb der Schule ist es noch viel nötiger als bei den Erwachsenen, mit Anschauungsmaterial zu arbeiten. Dabei müssen aus verschiedenen Gründen die Verbrauchssituationen in den Hintergrund treten; es gilt vielmehr, die Zusammenhänge zu zeigen. Mit Texten kann nicht viel erreicht werden, und das ist mit ein Grund, warum die «Elektrowirtschaft» in ihrer Jugendwerbung so grosses Gewicht auf bildhafte Darstellungen und Werbemittel legt. Sie hat im Pestalozzikalender 1947 zwei farbige Darstellungen von einem Hochdruck Speicher- und einem Niederdruck-Laufwerk gestiftet, sie hat das Schulwandbild, von dem in dieser Nummer die Rede ist, geschaffen, und Lichtbilderserien für Schulzwecke sind in Vorbereitung. Mit all diesen Mitteln soll in erster

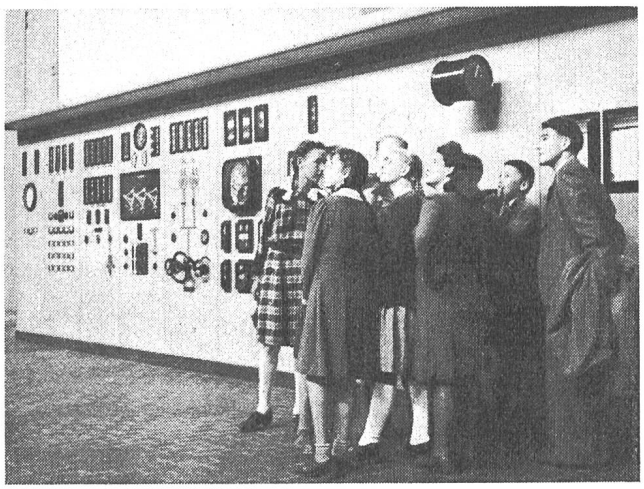

Fig. 27 Schüler im Maschinenhaus Rupperswil.

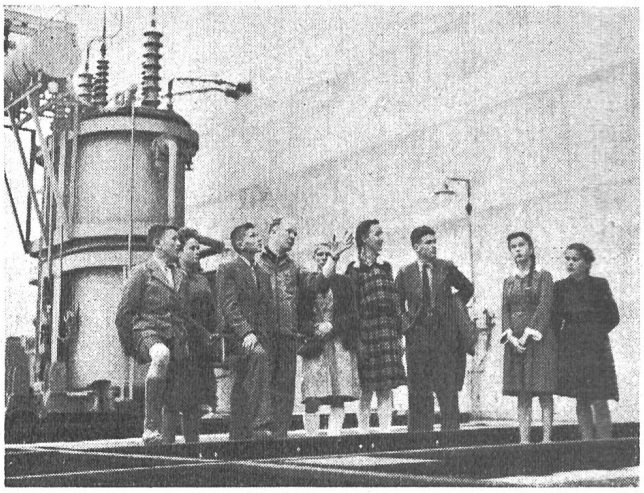

Fig. 28 Der Maschinist erläutert die Freiluftanlage.

Linie visuell gewirkt, d. h. das Verständnis, das Interesse und die Begeisterung durch die Anschauung geweckt werden.

In diesem Zusammenhang ist nun darauf hinzuweisen, dass die Elektrizitätswerke über die eindrucksvollsten Demonstrations- und Werbemittel verfügen, die man sich wünschen könnte: über Elektrizitätswerke. Auch ein Schulwandbild muss wenn möglich durch lebendige Anschauung ergänzt werden. Die Begeisterungs- und damit die Werbekraft, die von einer richtig geleiteten Besichtigung eines Elektrizitätswerkes und dessen Anlagen ausgeht, kann nicht hoch genug veranschlagt werden. Wenn man der Jugend im Alter zwischen 12 und 20 Jahren in noch grösserem Masse die Besichtigung von Werken ermöglicht, so wird eine engere Beziehung zur Elektrizität geschaffen, die auf Vertrautsein und eigener Anschauung beruht. Mit solchen Besichtigungen kann auch eine Vorstellung von den Aufwendungen und Schwierigkeiten geweckt werden, die die Elektrizitätsversorgung mit sich bringt. Auf lange Sicht betrachtet, könnte es auch möglich sein, das eine oder andere unbegründete Vorurteil z. B. gegen den Kraftwerkbau zu schwächen oder gar zu beseitigen. Es gibt verschiedene Unternehmungen, die in grosszügiger Art und Weise regelmässige Schulbesuche in ihren Werken ermöglichen und sogar veranlassen. Im allgemeinen wird aber in dieser Beziehung zu viel Zurückhaltung geübt.

Die «Elektrowirtschaft» hat erfahren, als es sich darum handelte, als Klassenpreise bei einem Jugendwettbewerb des «Schweizer Kamerad» einige Werkbesichtigungen zu vermitteln, dass das unter Umständen gar nicht ohne weiteres möglich ist. Es wurde in einem Fall geltend gemacht, «das Reglement» gestatte den Zugang zur Zentrale grundsätzlich nur Personen über 18 Jahren. Es war nachher möglich, diese Hindernisse zu umgehen, und die Besichtigung war ein voller Erfolg. Damals wurde uns erst so richtig bewusst, welche werblich-propagandistischen Möglichkeiten die Besichtigung eines Elektrizitätswerkes und vielleicht nicht nur bei der Jugend bietet. Alle Werke, die über eigene Erzeugungsanlagen verfügen, sollten in dieser Beziehung aufgeschlossener sein und freimütig den Schulen der Umgebung die Werke zeigen und zum Werkbesuch anregen. Jedes Elektrizitätswerk ist ein gewichtiges und eindrückliches Werbeobjekt, das helfen kann, die an sich unsichtbare Elektrizität und was damit zusammenhängt den Menschen näherzubringen. Diese Ausführungen mögen dazu anregen, die bessere werbliche Ausnutzung der eindrücklichen und interessanten Anlagen unserer Elektrizitätswirtschaft zu überdenken. Wege dazu werden sich immer finden lassen.

Kurzmeldungen

◆ Die Elektrifikation der österreichischen Bahnlinie Attnang–Linz konnte nicht, wie vorgesehen, im Sommer 1947 beendet werden, weil die Masten und die Fahrleitungen nicht erhältlich gemacht werden konnten.

◆ Der Wassermangel hat in Schweden eine schwere Energiekrise bewirkt. Haushalt und Industrie sind stark eingeschränkt und auch die elektrischen Bahnen mussten ihre Fahrpläne wesentlich reduzieren. Die Situation wurde noch kritischer, als in der Reserve-Dampfzentrale Västeras ein grosser Generator für zwei Monate ausfiel.

◆ Die dänische Regierung hat Schweden die Zurverfügungstellung einer nächtlichen Leistung von 200 000 kW angeboten, damit es über den Energiemangel hinwegkommen könne, der die industrielle Produktion stark behinderte.

◆ Auch in Finnland musste eine scharfe Einschränkung des Elektrizitätsverbrauchs durchgeführt werden. Haushalt und Industriebetriebe müssen sich einschränken, wobei besonders die Papier- und Zellulosewerke schwer betroffen werden.

◆ Auch in Norwegen mussten schwere Einschränkungen verfügt werden. In Oslo wird die Versorgung während fünf Nacht- und zwei Tagesstunden unterbrochen. Gegenüber dem letzten Jahr müssen 30 % eingespart werden.

◆ In den französischen Kolonien Kamerun, Äquatorialafrika und Madagaskar wird der Bau von bedeutenden Wasserkraftanlagen studiert.

◆ Pläne für den Ausbau der Elektrizitätsversorgung in Transilvanien (Rumänien) werden vorbereitet.

◆ Die elektrotechnische Industrie Jugoslawiens hat ihre Produktion wesentlich vergrössern können. So soll die Glühlampenerzeugung heute 270 % des Vorkriegswertes ausmachen. Ein neues Glühlampenwerk ist überdies in Zagreb im Bau und wird die Produktion 1948 aufnehmen.