**Zeitschrift:** Wasser- und Energiewirtschaft = Cours d'eau et énergie
**Herausgeber:** Schweizerischer Wasserwirtschaftsverband
**Band:** 40 (1948)
**Heft:** (2)

**Artikel:** Über die Marken der Elektrizitätswerke
**Autor:** Lisowsky, A.
**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-921600

**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:** 10.07.2025

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

# Über die Marken der Elektrizitätswerke

von Dr. *A. Lisowsky*, St. Gallen

Die Frage «Sollen Elektrizitätswerke Markenwerbung treiben?» ist aus grundsätzlichen Erwägungen und weil sie seit langem praktisch durchgeführt wird, bejaht worden[1]. Eine andere Frage ist, ob die Durchführung, wie sie in der Praxis vorkommt, richtig, d. h. mit bester Werbewirkung erfolgt. Um das zu beurteilen, sollen die nachstehenden Beispiele der Markengestaltungen von Elektrizitätswerken betrachtet werden.

Zunächst seien aber die sieben Erfordernisse für die Marke eines Elektrizitätswerkes, wie sie formuliert wurden, aufgezählt[1]. Auf eine ganz kurze Formulierung gebracht, sind es:

1. die heraushebende Individualisierung,
2. die Qualitätsüberzeugung,
3. die Einprägsamkeit,
4. die ausserbetriebliche Repräsentation,
5. die innenbetriebliche Wertüberzeugung,
6. die Andeutung eines öffentlichen Charakters,
7. die Vermenschlichung der Technik.

Ein solches Bündel von Anforderungen in einem Markenzeichen zu vereinigen, wobei in unserem Falle noch die Begrenztheit der Motive besonders gross ist, ist eine sehr schwierige Aufgabe. Eine einwandfreie Gestaltung in inhaltlicher und formaler Hinsicht ist vielleicht überhaupt nicht möglich. Wie haben sich die nachstehenden *Beispiele von Markengestaltungen* (die nicht systematisch, sondern ziemlich zufällig aus Briefköpfen zusammengestellt worden sind) mit den aufgezählten Forderungen auseinandergesetzt?

EWZ EWB AEK

Nr. 1 Nr. 2 Nr. 3

Diese drei ersten Beispiele von Signeten der Elektrizitätswerke (die man beliebig vermehren könnte), sind *reine Buchstabenmarken.*

Ihnen ist eigentümlich, dass sie in einfacher Blockschrift lediglich die Anfangsbuchstaben des Namens der Unternehmung verwenden. Wie alle Abkürzungen, so machen auch diese — im Zusammenhang mit der sonstigen Werbetradition (AEG, SBB usw.) — einen ausgesprochen nüchternen, rationalen und nicht eigentlich werbenden Eindruck. Lediglich in Nr. 2 ist durch die graphische Zeichnung der Buchstaben ein geschlossener Block von einer gewissen repräsentativen Wucht gelungen, mit dem aber auf der anderen Seite die Inhalte des Schweren und Starren verbunden werden können. Bei den Werken überwiegen diese reinen Buchstabenmarken.

Nr. 4 Nr. 5

[1] Vgl. Schweizer Elektro-Rundschau 1947, Nr. 10.

Die Signete Nr. 4 und 5 sind ebenfalls reine Buchstabenmarken. Sie versuchen jedoch durch die besondere Anordnung der Buchstaben eine Individualisierung zu verwirklichen. Die Verschränkung der drei Buchstaben in Nr. 4 ist recht originell, aber durch das Absinken und die Verzettelung nach rechts werden auch negative Inhalte ausgelöst. Demgegenüber ist Nr. 5 vom richtigen Gedanken der Zusammenschliessung zu einem Siegel ausgegangen, aber die dabei zu stark verbogenen Buchstaben sind ästhetisch nicht ganz glücklich.

EWL EWR STÄDTISCHES ELEKTRIZITÄTSWERK RORSCHACH EWSG

Nr. 6 Nr. 7 Nr. 8

Die Markenzeichen Nr. 6, 7 und 8 stellen einen neuen Typ der kombinierten Marken dar. Als Signete städtischer Werke haben sie zwecks Betonung des Charakters öffentlicher Dienste ein Wappen als heraushebendes und repräsentatives Element eingefügt, wodurch zugleich auch ein schmückendes, irrationales Moment hineingekommen ist. Die graphische Lösung, die sehr schwer ist, scheint nicht in allen Fällen ideal. Im Fall 6 ist das Wappen unorganisch angehängt, im Fall 8 einfach aufgeklebt (wodurch die Lesbarkeit und damit die Verständlichkeit der Buchstaben leidet). Am besten gelungen ist die Wappenanbringung im Fall 7, nur ist die Gesamtanordnung in Gestalt eines oben abgeschnittenen Flachovals — gerade bei dem sonst erstrebten symmetrischen Aufbau — nicht harmonisch. Es wirkt irgendwie «unvollständig».

EWS

Nr. 9

Mit Signet Nr. 9 tritt zu der blossen Buchstabenkombination ein neues Bildelement hinzu: ein Blitzstrahl, als der Zusatz einer Sachbezogenheit.

Bereits die drei vorhergehenden Zeichen haben durch den Zusatz einen auflockenderen und erzählenden Charakter bekommen. Aber was er berichtete, war eigentlich sachfremd. Nun kommt eine sacheigene Aussage durch die Zeichnung zum Ausdruck: «Man hat es hier mit Elektrizität zu tun.» Das ist gut. Nur erzählt dieser Blitzstrahl, der überdies nach links unten, also zurückspringt und «auf uns niederfällt» auch noch etwas anderes und Unerwünschtes. Er deutet die Gefährlichkeit der Elektrizität an.

Deshalb scheint es besser, den Tatbestand der Elektrotechnik gefühlsneutral auszudrücken, so wie es in Signet Nr. 10 versucht worden ist. Nur ist diese Gestaltung der Plus-Minus-Polarität unklar, nicht zuletzt dadurch, dass die Bildidee von dem weissen Linienzug getragen wird, während der Durchschnittsbetrachter vom Schwarzen auszugehen pflegt. Auch ist der kokken- oder schraubenkopfähnliche Binnenkreis unverständlich, so dass hier ein Schriftzusatz als Erläuterung nötig wäre.

Nr. 10

Nr. 11

Nr. 12

Ein gutes, gefühlsneutrales Sachzeichen, wenn auch nur mit dem Zusatz «Elektrowirtschaft» verständlich, ist als *reine Bildmarke* Signet Nr. 11. In der Gestaltung kommt der Gedanke der Doppelpoligkeit, des Kraftzentrums, der Wärmespirale, ja auch des Stromes einschliesslich der Wellen und Schwingungen deutlich zum Ausdruck.

Als Beispiel, wie man das — auch für die Signete der Elektrizitätswerke erwünschte — Merkmal der hohen Qualität und den Gedanken der Hochwertigkeit der Leistung unausgesprochen und doch eindeutig durch das Bild der Krone symbolisieren kann, sei zum Schluss das Signet Nr. 12 gebracht. Obwohl — wie andere Urzeichen (Stern, Kreuz, Kreis, Dreieck, Pfeil usw) — stark abgebraucht, wirkt es doch immer wieder auf das Unterbewusste. Im vorliegenden Fall tritt noch eine lapidare und liebenswürdige Gestaltung des Bildzeichens hinzu, die die sinnfremde und graphisch nicht einwandfreie Verquickung mit dem Werbesatz etwas ausgleicht.

So wie hier der werbende *Inhalt der Hochwertigkeit* der Leistung einbezogen ist, so soll er auch die Marken der Elektrizitätswerke lebendig machen. Hier zeigen sich noch wichtige Aufgaben der Markenwerbung der Werke. Dabei könnten neben den modernen Symbolformen auch antike Zauberzeichen, sowie Formen und Formeln aus der Alchemie Anregungen bieten. Die Inhalte der Repräsentation können auch an der äussersten Form, der Drucktechnik (z. B. an der Kostbarkeit des Prägedrucks) ansetzen. Im einzelnen dazu weitere Vorschläge zu machen, ist eine Angelegenheit des schöpferischen Werbeschaffens und -gestaltens. Jeder Einzelfall hat seine Besonderheit und geht damit über den Rahmen dieses Artikels hinaus.

## Archivieren mit Mikrofilm

So wie man in der Technik des Schreibens bemerkenswerte Fortschritte erzielt hat, schreitet auch die Entwicklung im übersichtlichen Klassieren und Sicherstellen der Flut von Schriftstücken stets vorwärts.

Je mehr wir schreiben, um so eindringlicher wird uns bewusst, wieviel Raum wir für das Archivieren der Belege brauchen. Manches muss für Jahre, anderes für Jahrzehnte, einzelnes aber für immer aufbewahrt werden. Bei Behörden, öffentlichen Körperschaften, Industriekonzernen, Verlegern, Versicherungsgesellschaften und Banken, stellt sich zudem die Frage: Wie kann das Dokumentationsmaterial in Sicherheit archiviert werden?

Diese Probleme brachten die Amerikaner schon vor dem Kriege dazu, die Phototechnik, insbesondere das Mikrofilmverfahren, in den Dienst des raumsparenden und sicheren Archivierens zu stellen.

Wie sieht nun so eine moderne Mikrofilmanlage aus? Da ist zunächst die Kamera, die wie ein Stahlaktenschrank aussieht und die vertikal übereinander den Mechanismus für das Ab- und Aufrollen des zu exponierenden Filmes, ein auswechselbares Objekt für 24-, 19- oder 11malige Verkleinerung, zwei Serien von Glühlampen mit Stufenschalter für das Belichten, den Auflagetisch und die Transportbänder für die Dokumente enthält.

Das Schema Fig. 6 zeigt, dass wir es mit einem sich stets bewegenden Film zu tun haben. Sowohl die aufzunehmenden Dokumente, wie der Film bewegen sich in einem aufeinander abgestimmten dauernden Fluss. Der Film läuft nur dann, wenn im Belichtungsfeld Dokumente durchgleiten und die Glühbirnen aufleuchten.

Die Distanz und das Objektiv bleiben fest. Auf die Qualität der Aufnahme wirkt lediglich der Grad der Belichtung ein, der individuell abzustufen ist. Der Film ist unperforiert 30 oder 46 m lang und 35 mm breit. Er nimmt zwei bis vier Reihen von Dokumenten auf. Auf einem Film, das heisst auf einer Filmdose von ca. 10 mm Durchmesser und ca. 40 mm Höhe finden ca. 6000 Aktenstücke in der Briefbogengrösse A 4 Platz. Das entspricht ungefähr dem Inhalt eines modernen Vertikal-Registraturschrankes mit drei Schubladen und bedeutet damit eine Raumeinsparung von 90:1. Pro Stunde lassen sich mühelos gegen 3000 Aktenstücke aufnehmen.

Eine Mikrofilmkamera enthält: Motoren für den Transport von Filmen und Dokumenten, ein Verstärker- und Kondensatorensystem für das Synchronisieren dieser Transporte, die schon erwähnte Glühlampenserie für das Belichten, Ausschalter und automatisch wirkende Kontakte und schliesslich einen Transformer zum Ausgleich von Unterschieden in der Netzspannung. Der Anschluss ist nur an Wechselstrom möglich; zwei Phasen werden mit ca. 15 Ampere belastet.

Zur Bedienung kann Büropersonal von durchschnittlicher Begabung herangezogen werden. Das zweite Glied in der Kette ist der Entwickler. Er ist wie die Kamera, bei vollem Tageslicht zu bedienen und arbeitet automatisch. Der exponierte Film wird zwischen Rollen durch

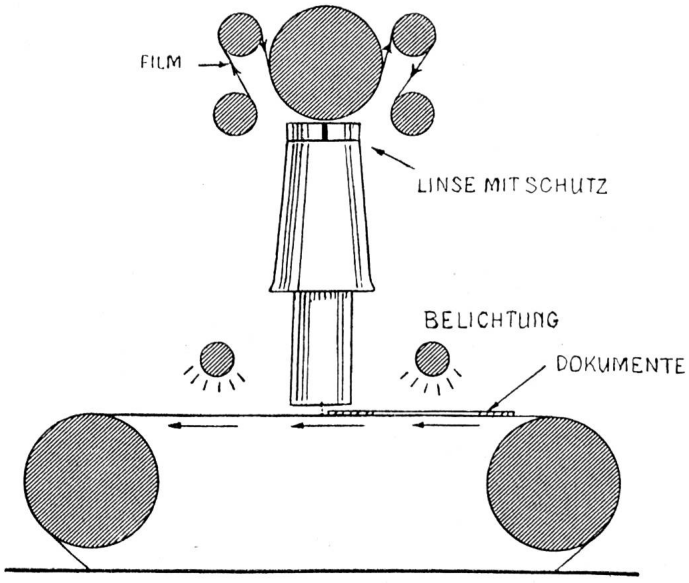


Fig. 6 Schema des Aufnahmeapparates. Film und Dokumente bewegen sich in entgegengesetzter Richtung.