Zeitschrift: Die Berner Woche in Wort und Bild : ein Blatt für heimatliche Art und

Kunst

Band: 15 (1925)

Heft: 48

Artikel: Die Konkurrenz
Autor: Hess, Gottfried

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-647816

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: 04.12.2025

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

Monaten durch Zeichnung von Anteilscheinen das nötige Rapital zur Errichtung eines Studios im Kursaal Schänzli und einer eigenen Antenne mit Sendeapparaten in Münschenduchse aufgebracht. Die Berner Sendestation ist also zum wichtigsten Teil die Angelegenheit einer rührigen Berseinigung von Radiofreunden, teine bloße kapitalistische Unsternehmung. Sie verdient sicher die Sympathie und Unsterstützung des großen Publikums.

Ohne diese Unterstützung wird das Unternehmen nicht gedeihen können; denn Radio-Bern benötigt 20,000 Abonnenten, um seinen Betrieb zu finanzieren; das ist viel, wenn
man bedenkt, daß in der ganzen Schweiz heute bloß zirka
25,000 Anschlüsse bestehen; man rechnet eben auf eine rasche
Berbreitung des Radios. Das Abonnement kostet jährlich
Fr. 12 und ist auf telephonischen Anruf hin beim Telephonamt erhältlich. Man muß sich anmelden; wildes Teilnehmen ist strasbar.

Was will die Sendestation Bern? Darüber äußert sich der Führer der Radio-Ausstellung wie folgt:

"Der Berner Sender soll das ganze Gebiet des Rantons Bern mit Radiowellen von folder Stärke verforgen, daß überall mit Silfe gang einfacher Apparate der Empfang möglich ist, damit auch dem weniger Bemittelten die Borteile des drahtlosen Rundspruchdienstes zugute kommen können. Der tägliche Sendedienst soll so reichhaltig wie möglich werden und ständig mit der Entwicklung fortschreiten. Den größten Teil der Sendezeit wird die Radiostation verwenden für die Uebermittlung von Konzerten. Daneben aber sollen Vorträge unterhaltender und belehrender Natur abwechseln und so neben dem Bergnügen auch die Bildung verbreiten. Neben diesen Beranstaltungen mehr idealer Natur werden aber auch Emissionen von volkswirtschaftlicher Bedeutung durchgeführt. Dazu zählen wir vor allem die für den Fremdenverkehr und die Landwirtschaft äußerst wichtigen Wetter= berichte. Gerade dem Ausbau des drahtlosen Wetterdienstes wird ja im Ausland je länger je mehr die größte Beachtung geschenkt. Er soll nicht nur den Bauer vor drohenden Unwettern rechtzeitig warnen, sondern er soll auch namentlich im Sommer die Hochtouristen über gefahrdrohende Witterungsumschläge orientieren. Neben den Wetterberichten spielen die Banknachrichten und Börsenberichte eine große Rolle . . .

Wie hat man sich nun den Vorgang der Lautübertrasgung bei der Berner Station zu benken?

Die schematische Zeichnung auf S. 767 gibt darüber Aufschluß. Die Lautaufnahme geschieht in einem Raum des Rursaals Schänzli, im sogenannten Studio (Fig. 1). Das ist ein mäßig großer Saal, der ganz mit widerhalls dämpfenden Tüchern ausgeschlagen ist. Sier vor einem feinen Mitrophon sang beispielsweise am letten Montag abend Felix Löffel, von Josef Hirt am Piano begleitet. Die Töne und Klänge wurden durch einen Berstärker (Fig. 2), der in einem Lokal neben dem Studio von einem Techniter bedient wird, geleitet. Von hier aus gingen die elettrischen Stromimpulse über die normale Telephonlinie auf die Telephonzentrale Berns (Fig. 3), wo die Verbindung mit der Sendestation Münchenbuchsee (Fig. 4) hergestellt wurde. Sier in Münchenbuchsee (siehe Abbild. der Un= tennenmafte S. 766) erft wurden die immer noch verhältnismäßig schwachen Stromimpulje in die starten elettrischen Wellen*) umgewandelt und von den Antennen zu den Empfängern (Fig. 5) ausgestrahlt. Aehnlich ist der Borgang bei der Wiedergabe der Abend-Konzerte des Kursaalorchesters; nur daß hier das Mitrophon nicht im Studio, sondern im Orchesterraum angebracht ist.

Die Radio-Sendestation Bern nimmt zu einem Teil die Räume in Anspruch, die früher dem Glücksspiel-Betried dienten. Wir können es in Bern nur begrüßen, daß heute im Rursaal Schänzli eine so unterhaltliche und volksbeleh-

rende Einrichtung, wie das Radio, die Roulette ersett. Möge Radio-Bern blühen und gedeihen!

Die Konkurrenz.

Herr Rellstab, Zigarrenfabrikant, ließ sich von einem Reklamemann beraten. Sein Fabrikat sollte noch viel bestannter werden, die bestehenden Reklamewaffen schienen ihm aber ziemlich abgenüht und wirkungslos zu sein. Der Restlamefachmann ließ ihn reden und zeichnete unterdessen auf ein Unterlageblatt Punkte und maserige Ringe darum, dis er plöhlich auffuhr und Herrn Rellstab jäh unterbrach: "Ich hab's! Meine Idee wird Ihnen unbedingt helsfen. Halten Sie diese diese diese geheim!"

Der Fabrikant schwieg und war gang Dhr.

"Es ist nämlich eine alte Weisheit, Herr Rellstab, die wir zu nutzen gedenken. Und gerade die ältesten, die sogenannten Binsenweisheiten sind für den Reklamemann die fruchtbarsten Ackerfelder!

Den Menschen nämlich genügt es nicht, wenn wir schlechtschin vortrefslich sind. Wir müssen es im Unterschied zu anseren sein, dann machen wir Schule. Der Mensch denkt meistens in Romparativen. Bon einem Beamten, einem Ansgestellten, einem Apparat oder sei es wer es wolle, zu äußern: "Er ist gut", genügt ihm nicht. Er muß sagen können: "Er ist besser". Nämlich besser als sein Borgänger, besser als das Dagewesene, besser als seine Nebenexistenzen. Auch Ihr Fabrikat muß also "besser" sein. Nicht beleidigt sein, mein Herr, ich meine natürlich nicht besser an Qualität, sondern schlechthin "besser". Schaffen Sie sich eine künstliche Konsturrenz, und..."

"... Als ob man noch künstlicher Konkurrenz bedürfte ...", fiel ihm der Fabrikant unwillkürlich in die Nede. "Sie selbst schaffen die Konkurrenz, meine ich. Ihr Kabrikat teilen Sie in zwei Marken mit ungleicher Backung, und was das Neue ist, Sie lassen die beiden Marken in der Reklame als zwei wetteisernde Gegner erscheinen, nur der Name darf zum Berwechseln ähnlich gewählt werden. Nennen wir beispielsweise die gelbe Berpackung "Bim" und die dunkelbraune "Bam". Sie lassen Bim unter dem Namen eines Geschäftsfreundes in der einen, Bam unter Ihrem Namen in dieser anderen Stadt erscheinen. Wersen Sie einen geschliffenen Konkurrenzkampf in die Zeitungen, und das

Uebrige ergibt sich von sich selbst."

Und Rellstabs Konkurrenz machte sich bemerkbar. Zu= erst stand überall zu lesen: "Raucht Bim! Qualitätsware. Man achte auf die gelbe Backung!" Zwei Tage später folgte der Aufruf: "Raucher! Bim ist gut. Bam ist besser. Baktung bunkelbraun." Und die Raucher erwachten. Run mußte auspropiert werden, wer recht hatte. Beide Marten spurten ein erstes Mal die Wirtung der Reflame. Bim mußte sich aber rechtfertigen: "Bim! Nur echt mit der gelben Berpadung. Man hüte sich vor minderwertigen Nachahmungen!" Dann folgte das Klischee des Rauchers mit dem reklameglücklichen Gesichte. Daneben der Text: ,,,,Ich rauche nur noch Bam." Dann später das nämliche Gesicht und da= neben: "Und ich rauche nur noch Bim. — Bim ist besser." Auf ähnliche Beise erschien "Die Marke des Renners". Und der scheinbar unedle Bettstreit begann die weitesten Rreise zu interessieren und zu bannen. Beide Marken wurden geraucht aus Treue, aus Protest, aus Herausforderung, und was für herrn Rellstab die hauptsache war, immer häufiger und andächtiger. Und wenn einmal ein Zweifelnder zu sagen wagte: "Mir ift Klim, bim, bam und bum ein und basselbe", fand er schon Ueberzeugte genug, die beide Gorten als Renner geprüft und den Unterschied genau heraus= gefunden hatten. Und das war die Hauptsache. Bor allem aber: Der Reklamemann hatte recht mit seiner "Binsen-weisheit". Gottfried Ses.

^{*} Bern hat Wellenlänge 302, Zürich 515.