

Zeitschrift: Technische Mitteilungen / Schweizerische Telegraphen- und Telephonverwaltung = Bulletin technique / Administration des télégraphes et des téléphones suisses = Bollettino tecnico / Amministrazione dei telegrafi e dei telefoni svizzeri

Herausgeber: Schweizerische Telegraphen- und Telephonverwaltung

Band: 15 (1937)

Heft: 5

Rubrik: Briefkasten = Petite correspondance

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: 12.01.2026

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

Briefkasten — Petite correspondance.

Elektrische Feuchtigkeitsmessung in Wählerräumen.

In dem Aufsatz in Nr. 3 der Technischen Mitteilungen: „Die Luftfeuchtigkeit in Wählerräumen“ ist auf Seite 95 unter der Überschrift „Elektrische Feuchtigkeitsmesser“ erwähnt, dass für kleine, örtlich von einer Zentralstelle entfernt gelegene Wählerräume, die meist ohne jegliche Bedienung sind, die psychrometrische Messung der Luftfeuchtigkeit und infolgedessen die elektrische Übertragung von psychrometrischen Temperaturen nicht in Betracht komme.

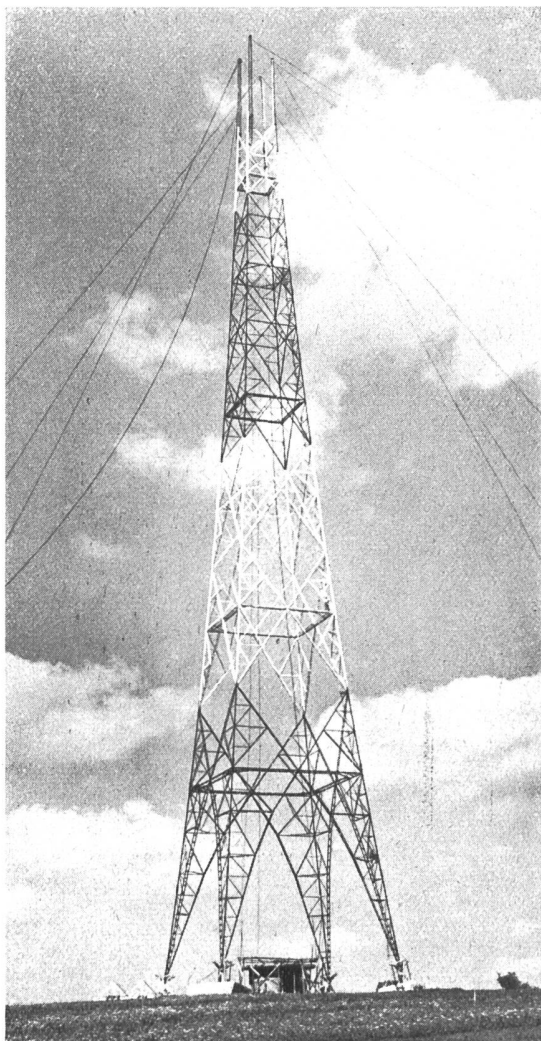
Der Vollständigkeit halber sei ergänzend bemerkt, dass für nicht örtlich entfernte und unter Aufsicht stehende Räume, also in grossen Zentralen, die elektrische Anzeige der Luft-

feuchtigkeit z. B. an einer zentralen Schalttafel heute ein gelöstes Problem ist und bei mehreren grossen Zentralen angewandt wird, z. B. in Bern und demnächst in Lausanne. Solche elektrische Feuchtigkeitsmessapparate ermöglichen u. a., von der Schalttafel aus die Handräder der Ventilationsanlage und der Feuchtigkeitzufuhr zu regeln, ohne dass man die Räume selbst betreten muss. Bisweilen sind sie mit Hilfe des elektrischen Steuermechanismus so vervollkommen, dass sie zugleich mit der Ventilation und Feuchtigkeitzufuhr elektrisch gekuppelt sind und diese automatisch auf bestimmte Luftfeuchtigkeitsgrade regeln, wie es bei den modernen Klimaanlage der Fall ist.

H. Krüger.

Verschiedenes — Divers.

Landessender Beromünster. Die Arbeiten am Antennenturm auf dem Blosenberg wurden nach längerem Unterbruch Anfang September wieder aufgenommen. Unser Bild zeigt den Turm zu der Zeit, wo wegen Fehlens der Isolatoren die Montage unterbrochen werden musste (Mitte Juli).



Phot. Otto Pfeifer, Luzern.

Sofern die Arbeitsbedingungen am Turm nicht durch ungünstiges Wetter beeinträchtigt werden, kann mit der Inbetriebnahme der neuen Antenne noch vor Neujahr gerechnet werden.

E. M.

778.554.3 = 3. **Neue Telefon-Filme.** Unter den technischen Erfindungen zur Aufklärung, Beeinflussung und Unterhaltung der Volksmassen übertrifft der Film die Druckerpresse insofern, als die Sprache des Bildes seine Verbreitung in allen Erdteilen ermöglicht.

Das Bild wirkt unmittelbarer und überzeugender als das geschriebene oder gesprochene Wort. Einerseits kann es auch vom Analphabeten gelesen werden, andererseits befriedigt es das Bedürfnis des abgehetzten oder geistesträgen „Kulturmenschen“ nach Mitteilung in konzentrierter, leicht verständlicher Form.

Mit Bildern erzwingt die Reklame täglich unsere Aufmerksamkeit, und eine Flut illustrierter Zeitschriften nötigt sogar die traditionsstolze Tagespresse, dem Bilde ihre Spalten zu öffnen.

Der Blickfang des Bildes wird durch Verwendung von Farbe verstärkt. Die Farbe wird aber noch übertroffen durch die Bewegung im Filmbild, dessen vergrösserte Projektion im verdunkelten Raum überdies jede Ablenkung ausschaltet. Durch den „Schnitt“ (Szenenfolge) und die Vertonung (Musik, Sprache, Geräusch) wird Tempo und Rhythmus bestimmt, der Stoff dramatisiert und der Zuschauer nach Belieben in Entzücken oder Entsetzen, Begeisterung oder Empörung versetzt. Obwohl der Spielfilm seinen Ursprung, nämlich die Jahrmakktbude, noch nicht verleugnen kann, gewinnt die neue Volkskunst stetig Anhänger. Die Zahl der Besucher in den schweizerischen Kineothatern beläuft sich jährlich auf 36 Millionen. Die Zürcher allein geben jährlich 5 Millionen Franken für Kinobesuch aus. Der Film hat sich im Laufe des letzten Jahrzehnts zu einem kulturpolitischen und propagandistischen Faktor ersten Ranges entwickelt, dessen Bedeutung für das öffentliche Leben nicht mehr unterschätzt werden darf. *)

Wie die Wissenschaft und die Schule hat auch die Werbung frühzeitig den Film zu Rate gezogen. Auch in der Telefonwerbung haben sich Filmvorführungen mit kurzen Vorträgen als ausgezeichnetes Mittel erwiesen, den durch die Automatisierung verloren gegangenen persönlichen Kontakt zwischen Telefonverwaltung und Telefonbenützern wieder herzustellen. Deshalb soll der Vortragsdienst im kommenden Winterhalbjahr wieder aufgenommen werden. Die Pro Telefon hat zwei tragbare Tonfilm-Vorführungsapparate für Schmalfilm (16 mm) und Normalfilm (35 mm) angeschafft und die Herstellung neuer Telefonfilme veranlasst.

Will man die Zuhörer zufriedenstellen, so muss man ihnen gediegene Unterhaltung bieten. Die Leute wollen nicht zu uns in die Fortbildungsschule und noch weniger wollen sie einen ganzen Abend lang die üblichen Reklamefilme ansehen. Die Werbung ist auf Vortrag, Diskussion und die Verteilung von Prospekten zu beschränken. In den Filmen muss sie zu Gunsten unaufdringlicher Aufklärung zurücktreten. An die Stelle des Reklame- oder Fabrikationsfilmes tritt der sogenannte Dokumentarfilm.

Die Filmwerbung durch die Kultur- und Dokumentarfilme ist wegen ihrer Unaufdringlichkeit und ihres künstlerischen Charakters die beste Werbung. *)

Im ersten, 1200 Meter langen Telefonfilm, der jetzt vollständig veraltet ist, haben wir den Leuten alles erzählt, was uns wichtig schien. Heute wird in jedem Film nur mehr ein

*) Aus der Botschaft des B. R. an die B. V. über die Schaffung einer Schweiz. Filmkammer v. 13. Juli 1937.