

Zeitschrift: Schweizerische Bauzeitung
Herausgeber: Verlags-AG der akademischen technischen Vereine
Band: 92 (1974)
Heft: 9: Werkvertrag (Fortsetzung)

Artikel: Über Techniker und Werbung
Autor: Voiret, J.-P.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-72274>

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: 02.02.2026

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

Über Techniker und Werbung

Von Dr. J.-P. Voiret, Thalwil¹⁾

«Technische» Werbung

Technische Werbung wird meist von Werbefachleuten gemacht, die selbst keine Techniker sind. Sie werden zwar von den Technikern des Auftraggebers beraten oder informiert, sind aber schliesslich für die *Formulierung des Werbetextes* verantwortlich.

Was die Psychologie anbelangt, so behandeln leider immer noch allzu viele (dem amerikanischen Beispiel folgend) den Ingenieur (Hauptleser von technischer Werbung) gleich wie den Durchschnittskonsumenten. So liest man denn heute noch obskure Dinge von «*unübertroffener Leistung*» und «*unerreichtem Wirkungsgrad*», während der Fachmann sich nur für *PS*, *Milliwatt*, *Prozente* usw. interessiert und sofort bei Zahlen merkt, dass das angeblich «phantastische» Produkt ungefähr das gleiche leistet wie das Konkurrenzprodukt. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts gibt es eben nicht mehr viele Wunder.

Es ist erstaunlich, wie viele Gestalter von Werbetexten immer noch an die Wirksamkeit von Schlagwörtern wie «*Dingsda leistet mehr*» glauben. Sie mögen vielleicht noch ihren Dienst tun beim Verkauf von Rasenmähern oder Mittelklassewagen. Die Objekte, die uns hier interessieren, sind aber vielmehr Oszillographen, Textilmaschinen, Industriefilter, Turbinen, Hydraulikpressen. Überlegen wir einen Moment, wie so etwas gekauft wird.

Superlative und Zahlen

Wer kauft technische Einrichtungen? Der Einkaufschef? Ja und nein. Er trifft zwar die Kaufsentscheidung, lässt sich aber von den Ingenieuren und Technikern der

Firma beraten. Weil er Kaufmann ist. Weil eine automatische Verpackungsmaschine, eine Hochvakuumbedampfungsmaschine, eine 300-PS-Schneefräse, eine Revolverdrehbank, ein Koordinatenbohrwerk oder eine NC-Maschine nur vom Fachmann beurteilt werden kann. Nachher vergleicht der Einkaufschef die Preise und Rabatte.

– Die *technische Werbung* richtet sich also an den *Techniker*

Bei diesem sind die sogenannten werbewirksamen Sprüche, Behauptungen und Wortspiele keinen Pfifferling wert; sie ärgern ihn nur. Er will *Sachlichkeit*, er will *Daten*:

– Werbewirksam ist die Klarheit des Inserats, des Prospekts
– Werbewirksam ist eine saubere, das Auge anziehende Graphik

– Werbewirksam ist jene Annonce, die Antwort gibt auf das, was er wissen will.

Das Bekenntnis «Ich benütze nur noch Dingsda», das Photo des zufriedenen Berufsmannes mit dem Daumen nach oben, das Wortspiel «alle Lager auf Lager», die Behauptung «Seit wir Dingsda im Betrieb haben, sparen wir Fr.» sind allesamt reif für die Rumpelkammer.

Das Schwergewicht in der technischen Werbung muss also auf der Sachlichkeit liegen, damit das Interesse des Ingenieurs geweckt wird, damit er die Annonce im Annoncenwald überhaupt beachtet. Für den Rest, da muss halt das Produkt etwas bieten:

- mit seiner Technik,
- oder mit seinem Preis,
- oder mit seiner Qualität,
- oder mit seinem Design.

Anders geht es heute nicht.

Adresse des Verfassers: Dr. sc. tech. Jean-Pierre Voiret, dipl. Ing. ETH, 8800 Thalwil, Alte Landstrasse 79.

¹⁾ Auszug aus dem Leitartikel der «Technischen Rundschau» 65 (1973), H. 32, S. 1–3, erschienen unter dem Titel «Informieren und Werben – treffende Texte und Übersetzungen für Techniker».

Aus Technik und Wirtschaft

Neue Materialprüfmaschine

Die Materialprüfmaschine Instron, Modell 1122, ist ein völlig neues, kompaktes Tischmodell mit einer Kapazität bis zu 5 kN (500 kP) für Zug und Druck. Sie ist besonders für Qualitätskontrolle, On-line-Produktionskontrolle und Forschungsarbeiten geeignet.

Die Einheit umfasst einen starren, aufrechten Rahmen und eine getrennte, mit dem Rahmen verbundene Konsole. Der Rahmen ist auf einer robusten Grundplatte montiert, die eine grosse, flache Arbeitsfläche bietet. Der Kreuzkopf wird von Präzisionsspindeln in den beiden Ständern unter voller Servosteuerung auf und ab bewegt.

Das Steuerpult ist im Baukastensystem konstruiert. Die drei Grundbausteine umfassen das Kreuzkopfantriebssystem, den Druckmessdosensverstärker und das Registriersystem. Zusätzliche Standardsteuermodule, die die Leistungsfähigkeit der Maschine wesentlich erhöhen, lassen sich leicht hinzufügen. Alle inneren Verbindungen werden durch Mehrfachstecker und Mehrfachsteckdosen hergestellt. Die gedruckten Platinen, die auf der neuesten integrierten Schalttechnik beruhen, sind steckbar; die Baugruppen können für Servicezwecke herausgenommen werden, ohne die Verbindung zu unterbrechen.

Die Wahl der Geschwindigkeit des Kreuzkopfes und des Papiervorschubes erfolgt elektronisch durch Drucktaster. Die Kreuzkopfgeschwindigkeit variiert von 0,05 bis 1000 mm/min.

Sondergeschwindigkeiten können vorgesehen werden. Der Papieranschub variiert zwischen 1 und 1000 mm/min.

Das Registriergerät ist besonders für diese Maschine konstruiert. Es ist ein leistungsfähiger Kompensationsschreiber mit Zeit-

Bild 1 (links). Die neue Instron-Materialprüfmaschine Modell 1122. Das getrennte Steuerpult wird zusammen mit den drei auf dem Registriergerät übereinandergestapelten Basismodulen gezeigt

Bild 2 (rechts). Durch die zusätzliche Verwendung von Steuermodulen bei der Konsole kann die vielseitige Verwendbarkeit der Materialprüfmaschine noch erheblich gesteigert werden

