

Zeitschrift: Bulletin des Schweizerischen Elektrotechnischen Vereins
Herausgeber: Schweizerischer Elektrotechnischer Verein ; Verband Schweizerischer Elektrizitätswerke
Band: 22 (1931)
Heft: 3

Artikel: L'Office d'Éclairagisme en Suisse, son organisation et son activité
Autor: Mercanton, L.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1060495>

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: 14.01.2026

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

sollten einmal von kompetenter Seite die Betriebsverhältnisse und Betriebskosten des Dieselmotors genau festgestellt werden. Es wäre auch den Tarifbeamten und den Werken Anleitung zu geben über die Anwendung der Strompreise für thermische Zwecke. Herr Wächli spricht den Wunsch aus, dass diese Sache aufgegriffen und gefördert werde.

Herr Dr. Kägi: Sicherlich ist die persönliche Werbung ausserordentlich wichtig. Weil der Installateur Kontakt mit der Kunstschaft hat, ist er zum Akquisiteur gut geeignet. Der Verband kann alles tun, um den Installateur in dieser Richtung zu erziehen. Die Zeitschriften nehmen diesbezügliche Artikel gerne auf. Die Frage, ob Verkäuferkurse eingeführt werden sollen, wird gegenwärtig geprüft. Der Verband freut sich, dass die Werke in derselben Richtung arbeiten.

Unser Ziel ist, den Stand der Installateure zu heben. Es ist ein neues Reglement für die Meisterprüfung vorgesehen. Die Anforderungen an die konzessionierten Installateure werden durch dieses erhöht. Das Reglement wurde dem VSE zur Prüfung vorgelegt. Die Berufsverbände haben die Kompetenz, solche Reglemente aufzustellen, möchten dies aber zusammen mit den Werken tun. Ich bin überzeugt, dass alle Beteiligten grosses Interesse an dieser Meisterprüfung haben. In diesem Reglement ist ein Punkt vorhanden, der beim Sekretariat des VSE grossen Widerstand ausgelöst hat. Nämlich: Der Installateur, der die Meisterprüfung bestanden hat, soll auch das Recht haben, das Gewerbe zu betreiben, wenn er die Bedingungen der Prüfung erfüllt hat. Diese Bestimmung hat für viele Werke

gar keine Änderung im Gefolge, weil das Konzessionswesen bereits besteht. Die Monopole müssen fallen, wenn dieses Reglement in Kraft tritt. Nur dort, wo man zusammenwirkt, wo persönliche Fühlung vorhanden ist, kann das erreicht werden, was zu erreichen ist. Diese Monopole sind eine Fessel für die Entwicklung des Stromabsatzes und der Elektroindustrie. Wir hoffen, dass wir mit dem erwähnten Meisterprüfungsreglement bald zu einem Ziel gelangen werden.

Herr Präsident Ringwald: Wir hoffen, einen goldenen Mittelweg zu finden. Zum Vortrag selbst ist noch viel interessantes zu sagen. Die Ausführungen von Hrn. Heinzelmann gaben manche nützlichen Winke für die Werbetätigkeit. Es gibt für die Werbung und Propaganda gewisse Richtlinien, wie man es machen soll. Es gibt bei allem, was auf die lebende Masse losgelassen wird, auch eine psychologische Seite. Die Leute, die werben sollen, müssen eine gewisse Fähigkeit besitzen, mit dem Publikum umzugehen. Kochlehrerinnen sind ausserordentlich nützlich, doch sollte für das Wort «Kochlehrerin» ein anderer, besser passender Ausdruck gefunden werden. Ihre Auswahl ist von grosser Bedeutung. Sie soll nicht in erster Linie das Dozieren los haben, aber die Gabe besitzen, natürlich mit den Leuten zu sprechen. Sie sollte ihre Weisheit hinter sympathischen Zügen zu verstecken wissen, denn sie kommt damit bei den Hausfrauen weiter. Sie darf nicht rechthaberisch und vor allem nicht launisch sein. Die Kochlehrerin sollte auch eine Frohnatur sein. Die eventuell fehlenden technischen Begriffe können ihr dann schon beigebracht werden. Das gleiche gilt von den Akquisiteuren.

L'Office d'Éclairagisme en Suisse, son organisation et son activité.

Conférence de L. Mercanton, adjoint à la direction commerciale de la Société Romande d'Electricité, Territet.

659(494):628.93(494)

L'orateur parle en détail de la raison d'être, de l'organisation et des buts de l'Office d'Éclairagisme, créé en décembre 1929 avec la collaboration de l'Union de Centrales suisses d'électricité, de l'Union suisse des installateurs-électriciens et de représentants des fabriques de lampes à incandescence.¹⁾

¹⁾ Voir aussi Bull. ASE 1930, p. 188, 420, 619, 720 et 792.

Der Referent berichtet eingehend über Organisation, Zweck und Ziel der Zentrale für Lichtwirtschaft, die im Dezember 1929 unter Mitwirkung des Verbandes schweizerischer Elektrizitätswerke, des Verbandes schweizerischer Elektroinstallationsfirmen und Vertretern der Glühlampenfabriken gegründet wurde.²⁾

²⁾ Vergl. auch Bull. SEV 1930, S. 188, 420, 619, 720 und 792.

L'Office d'Éclairagisme, en allemand «Zentrale für Lichtwirtschaft», est né d'une entente intervenue entre les trois groupements suivants: «Union de centrales suisses d'électricité (UCS)», «Union suisse des installateurs-électriciens (USIE)» et les fabriques syndiquées de lampes à incandescence. — Par contrat du 18 décembre 1929 les fabriques de lampes à incandescence, en contrepartie des avantages qui leur sont accordés par les deux associations UCS et USIE, s'engagent pendant une durée de quatre ans à verser 3 centimes par lampe vendue, aux membres des deux associations, mais au minimum une somme de fr. 135 000.—. Cette somme se répartit de la façon suivante:

fr. 45 000.— sont acquis à la Station d'essai de l'Association suisse des électriciens, 30 % de la somme restante, soit au minimum fr. 27 000.— se partage entre l'UCS et l'USIE et les 70 % soit au minimum fr. 63 000.— est à la disposition de l'Office d'Éclairagisme.

Celui-ci est ainsi certain d'avoir un revenu annuel d'au moins fr. 63 000.— qu'il doit affecter à la réalisation de son programme qui, comme vous allez le voir, est étendu et varié. Son but est de faire connaître dans le public suisse et dans tous

les milieux professionnels les avantages incontestables d'un éclairage rationnel.

Il se donne pour tâche d'augmenter l'utilisation de la lumière électrique et de faire triompher, plus que par le passé, l'idée des services qu'il est possible de rendre à la clientèle en l'orientant sur les nouvelles méthodes d'éclairage. Il veut aider les installateurs et les centrales d'électricité par des conseils, autant de nature technique que publicitaire et économique. Dans le cadre de ce programme très vaste, l'Office d'Éclairagisme prépare le matériel nécessaire pour sa propagande et met à la disposition de ceux qui le désirent des pièces toutes prêtes pour des cours spéciaux ou des conférences publiques.

Parmi les nombreuses mesures envisagées pour la réalisation de son programme, permettez-moi de citer les conférences sur l'éclairage des vitrines, des magasins, des ateliers, des usines, des écoles, des appartements privés et des bureaux, les séances de démonstration, les communiqués aux journaux, la diffusion de brochures de propagande, la participation à des expositions et des foires, etc. Ce sont les Comités locaux pour le développement des applications de l'électricité (en allemand «Elektrogemeinschaft») qui seront chargés, chacun dans

son rayon particulier, d'appliquer les suggestions et les directives élaborées par le Comité de l'Office d'Eclairagisme. Ces Comités locaux seront l'armature indispensable de toutes les campagnes de propagande et, fait très important à signaler, ils seront également formés sur la base paritaire de représentants des installateurs et de représentants des centrales, et travaillent en étroite liaison avec l'Office d'Eclairagisme. Celui-ci mettra à leur disposition le matériel nécessaire pour des conférences ou des expositions, un conférencier spécialisé dans ces questions, et prendra toutes les mesures opportunes qui lui seront signalées par les Comités locaux. Vous voyez que le programme de l'Office d'Eclairagisme est très rempli et qu'il mérite de retenir l'attention et l'intérêt des centrales suisses et des installateurs. De plus, toute la population suisse profitera naturellement du travail qui s'accomplira, car tous les efforts fournis dans le domaine de l'éclairagisme ont pour but l'hygiène publique, la santé et le confort de chacun. Avant d'aller plus loin je tiens à souligner d'une façon toute spéciale trois points importants sur lesquels j'aimerais attirer particulièrement votre attention. La ligne de conduite de l'Office d'Eclairagisme peut se résumer en trois mots: collaboration, propagande, services.

Nous sommes en effet en présence d'une collaboration de corporations, d'un fait économique analogue par certains côtés aux contrats collectifs et aux caisses paritaires d'assurance-veillesse et chômage. Il est très important de noter cette première caractéristique de l'Office d'Eclairagisme, qui est née de la collaboration de 3 corporations. La collaboration des divers groupements économiques et sociaux au sein de l'Etat est appelée à jouer dans l'avenir des nations un rôle de toute première importance, et il est fort possible que ce soit cette formule, créée au Moyen-âge par des hommes d'Etat de grande intelligence et l'une des pierres angulaires de l'édifice fasciste, qui sauvera le monde civilisé des maux terribles dont il souffre actuellement. Pour nous, confédérés et patriotes, c'est une question de la plus haute importance.

Ce sera probablement la formule de l'avenir et c'est la raison pour laquelle je vous demande d'accorder votre sympathie à l'Office d'Eclairagisme, car il constitue dans un cadre très restreint et spécial un essai à encourager dans le domaine de la collaboration des corporations. Passons maintenant à une autre face de la question. C'est en s'inspirant des méthodes les plus récentes de la publicité et de la propagande que l'Office d'Eclairagisme remplira son programme. Chaque année une campagne de propagande sera organisée avec un but déterminé. Pour cette année c'est l'éclairage à la maison, au foyer, qui fait l'objet d'une propagande toute spéciale au sujet de laquelle je reviendrai au cours de mon exposé. Parmi les mesures efficaces qui sont utilisées depuis quelques années par plusieurs centrales et par des installateurs, je citerai l'acquisition faite par un représentant qualifié, connaissant bien la clientèle, et dont le travail est facilité par des

lettres-circulaires, des annonces avec clichés dans les journaux et des cartes-réponses envoyées directement aux clients ou remises à l'occasion de conférences ou d'expositions. Pour s'épargner des frais inutiles et un insuccès, il est très avantageux d'écouter les avis et les propositions de conseils-publicité éprouvés et dont la science a fait ses preuves. La dernière caractéristique du programme de l'Office d'Eclairagisme est l'idée des services à rendre à la clientèle. Voilà un principe bien moderne et dont les Américains ont fait la base de leur technique des affaires. Le client est sacré, il devient dans la conception moderne du commerce «Sa Majesté le Client» et tout doit être mis en mouvement pour servir le client, pour lui faire sentir que notre but est de le conseiller et de lui donner pour son argent le maximum de bien-être et de confort. L'Office d'Eclairagisme n'a pas négligé ce côté important de la question et je tenais à le signaler à votre attention.

Maintenant disons deux mots de l'organisation de l'Office d'Eclairagisme. Il est composé de deux représentants de chacune des trois associations en présence et il est présidé par le directeur de l'*«Elektrizitätswerk der Stadt Zürich»*, Monsieur Trüb. Son secrétariat est dirigé par M. Guanter, ingénieur spécialiste des questions d'éclairage. Le secrétariat de l'Office d'Eclairagisme reste en contact étroit avec les secrétaires de l'Union de centrales suisses d'électricité et de l'Union suisse des installateurs-électriciens, et toute mesure prise soit par le Comité de l'Office, soit par le secrétariat est ainsi assurée d'obtenir l'approbation des trois groupements intéressés.

Ici je me fais un agréable devoir de signaler l'accord intervenu entre *«L'Elektrowirtschaft»*, organisatrice de cette séance de discussion, son directeur M. Burri et l'Office d'Eclairagisme. Quoique poursuivant des buts plus spéciaux et plus limités que l'*«Elektrowirtschaft»*, il fut d'emblée évident pour l'Office d'Eclairagisme qu'une collaboration dans le domaine de la propagande aurait comme conséquence les meilleurs résultats. J'aurai dans la suite de mon exposé à revenir sur les fruits de ce travail commun.

Je viens de vous donner ainsi quelques renseignements qui vous permettront, je l'espère, de vous faire une idée assez précise sur la structure de l'Office d'Eclairagisme, sur son but, ses moyens financiers et moraux, et je vais aborder sans autre préambule la description des efforts donnés durant cette première année de travail.

Pour réussir dans une affaire dans laquelle la publicité est l'élément principal, il faut savoir se restreindre pour pouvoir mieux concentrer son effort et provoquer un mouvement d'opinion durable, en profondeur. Ceci est un principe élémentaire que vous avez sûrement tous appliqué dans vos campagnes de publicité.

Notre office a fait de même. Il a fixé toute son attention pour l'année 1930 sur le problème de l'éclairage au foyer; vous êtes tous renseignés sur les progrès encore considérables qu'il y a à provo-

quer dans ce domaine et vous comprendrez aisément les raisons qui nous ont poussé à entreprendre cette première campagne de propagande. Pour pouvoir directement influencer tous les milieux intéressés, soit toutes les classes de la population, il nous parut nécessaire de remettre à chaque ménage une brochure qui expose agréablement et d'une façon vivante et captivante tous les principes de l'éclairagisme pour l'éclairage des maisons, appartements, villas, etc. Le texte allemand et son adaptation française ont été faits, comme vous pourrez vous-mêmes le constater, avec un soin extrême. La plus grande place a été laissée à des photographies fort bien prises, qui séduisent les regards les plus blasés et capteront sans aucun doute l'attention des maîtresses de maison, qui tiennent à embellir et moderniser leurs foyers, leurs homes. A ce propos vous me permettrez une toute petite diversion qui a trait à un facteur psychologique très important en publicité. C'est celui de la personne qu'on veut influencer. Qui faut-il atteindre? Qui achète? Qui en définitive prendra une décision? Dans le domaine de l'éclairage au foyer comme dans celui de la vente des petits appareils électriques, fers, grille-pain, lessiveuses, aspirateurs, cireuses, etc., et même j'irai jusqu'aux armoires frigorifiques de ménage, l'expérience prouve qu'il faut s'adresser à la mère, qui a le souci de la santé de ses enfants, à l'épouse qui veut créer du confort pour son mari, à la femme qui cherche l'élégance, les commodités et qui arrive à décider son ministre des finances à acheter tel ou tel appareil, à modifier un vieil éclairage, bref à lui accorder ce qu'elle désire. On a coutume de dire quand un crime est commis et que l'assassin est introuvable: cherchez la femme! Actuellement dans beaucoup de campagnes de propagande il faut prendre comme ligne de conduite le précepte suivant: cherchez à convaincre la femme et votre cause sera à demi-gagnée!

Cette petite parenthèse était nécessaire pour expliquer comment la brochure de l'Office d'Eclairagisme, qui s'intitule «Un meilleur éclairage au foyer», en allemand «Besseres Licht ins Heim», a été construite et tout le soin qui a été apporté à en faire un instrument de propagande de premier ordre. Son succès a du reste été considérable. Voici quelques chiffres qui illustreront ce que je viens d'affirmer: 124 centrales d'électricité et 88 maisons d'installation ont commandé en tout 400 000 exemplaires. Sur ce chiffre il faut distinguer 286 000 exemplaires en langue allemande et 114 000 exemplaires en langue française. C'est donc un très joli résultat. Les $\frac{3}{4}$ environ, soit 300 000 exemplaires, seront envoyés directement par la poste à tous les ménages d'une localité. 506 localités, dont 324 suisses-françaises, seront ainsi desservies directement. J'ajouterais encore que son prix est de 7 centimes, avec un supplément de 3 centimes pour distribution par les postes fédérales. Ce coût vraiment modeste qui est d'ailleurs le prix de revient est dû à la grande quantité d'exemplaires que nous avons pu commander. L'Office d'Eclairagisme a été très sensible aux nombreuses marques d'en-

couragement reçues de tous les côtés à cette occasion et je me fais un agréable devoir de remercier ici tous ceux qui nous ont soutenu. Puisque nous examinons la question de la propagande par la presse, je dois mentionner tout de suite que les colonnes des organes des deux associations des centrales et des installateurs, soit le «Bulletin de l'Association Suisse des Electriciens» et l'«Elektroindustrie» ont été mises à la disposition de l'Office d'Eclairagisme, qui les utilise avec beaucoup de satisfaction pour ses communications aux membres des deux associations. En plus, ensuite d'une entente avec «l'Elektrowirtschaft» à laquelle j'ai déjà fait allusion il y a un moment, la revue de diffusion des applications de l'Électricité, «l'Electricité pour tous», en allemand «Die Elektrizität», a consacré entièrement un de ses numéros trimestriels à l'éclairage au foyer. Vous n'ignorez pas que «Die Elektrizität» tire à 210 000 exemplaires, ce qui constitue ainsi un moyen de propagande très efficace.

Jetons, si vous le voulez bien, notre regard d'un autre côté et voyons les résultats obtenus par notre office dans le domaine de l'organisation des «Elettrogemeinschaften», dont l'appellation française est «Comités locaux pour le développement des applications de l'Électricité». Pour simplifier je les appelerai tout simplement «Comités locaux».

Le 2 avril un Comité local se fondait à Bâle. Il est formé de 3 représentants de l'«Elektrizitätswerk der Stadt Basel» et de 3 représentants des maisons d'installation. Il est présidé par un des représentants de la centrale, qui assume également les travaux de secrétariat. L'effort accompli par ce comité local bâlois en quelques semaines est vraiment remarquable et ceux d'entre vous qui ont visité la «Woba» à Bâle ont sûrement remarqué le stand réalisé par les forces électriques de la ville de Bâle et par notre office. Il eut un très grand succès et attira de nombreux visiteurs, qui purent voir des exemples tangibles des principes d'un éclairage rationnel appliqués aux principaux locaux d'une villa ou d'un appartement. On pouvait y voir tout d'abord une démonstration comparative d'un mauvais et d'un bon éclairage au moyen de réflecteurs et d'abat-jour de toutes espèces. Ensuite il était possible de se faire une idée exacte des moyens utilisés par la technique moderne pour parer aux dangers de l'éblouissement, pour déterminer la façon d'éclairer un local, directement, indirectement, ou encore par une combinaison des éclairages direct et indirect. Cette exposition était vraiment instructive à tous points de vue et sa réussite nous encouragera à persévérer dans cette voie déjà si bien tracée. Un Comité local s'est également formé à Coire en prenant la succession d'une commission déjà existante pour l'éclairage des vitrines.

Il est constitué par les installateurs de la ville de Coire et par 5 fonctionnaires du service électrique. Son bureau est formé d'un représentant de la centrale et d'un représentant des installateurs; il est présidé par un spécialiste indépendant et neutre, connaissant les questions de technique d'éclairage et de propagande.

St-Gall n'est pas resté en arrière et son Comité local fut fondé le 18 juin. Nous y trouvons 2 représentants de la centrale, dont un est le président du comité local, de 2 représentants des maisons d'installation et d'un représentant des maisons d'installation qui ne sont pas affiliées à l'Union suisse des installateurs - électriciens. On fait appel ainsi à toutes les forces et à toutes les bonnes volontés. Ce Comité local vient d'organiser une exposition très remarquée au musée des arts et métiers de la ville de St-Gall et celle-ci sera ouverte au public jusqu'au 26 octobre. Le nombre des visiteurs jusqu'à présent permet d'espérer un succès bien mérité. En continuant l'énumération des Comités locaux par ordre chronologique, nous avons maintenant celui de Zurich, fondé à la fin du mois d'août et qui réunit trois représentants du service électrique de la ville de Zurich, dont l'un préside le Comité, et de 3 représentants des maisons d'installation affiliées à l'Union suisse des installateurs. Son secrétaire a voix consultative et tient les procès-verbaux. Ce Comité local a commencé son activité en organisant un cours spécial de formation professionnelle destiné aux installateurs et aux monteurs, et envisage d'installer les vitrines de la Semaine Suisse de façon à faire une heureuse propagande pour un bon éclairage au foyer.

Enfin, il nous est très agréable de pouvoir indiquer la constitution au début de septembre du Comité local de la Ville de Berne, formé de 3 représentants des installateurs et d'autant de représentants du service électrique. Ce Comité est présidé par le service électrique qui se charge également du secrétariat. Avant de terminer cette liste je tiens à mentionner l'intéressante exposition organisée à Schaffhouse du 1^{er} au 15 octobre 1930 et qui est due à une collaboration du service électrique et de l'Association des installateurs-électriciens. Tous ceux qui l'ont vue sont unanimes à reconnaître son excellente organisation et son intéressante présentation.

Vous voyez que les résultats acquis sont appréciables. Si le nombre des Comités locaux n'est pas encore important, cela tient au fait que de grandes centrales ont le monopole de l'installation ou que les localités doivent être de grandes villes pour qu'un Comité local puisse travailler avec fruit.

Je ne ferai que citer quelques-unes des autres mesures prises pour donner à la campagne de cette année le maximum de rendement. L'Office d'Eclairagisme a édité des papillons «La lumière électrique est bon marché», dont 60 000 exemplaires ont déjà été souscrits. En plus, il prépare des textes destinés à des communiqués à la presse et à l'organisation de conférences. Il mettra à la disposition des intéressés des clichés et toute la documentation voulue pour l'organisation de cours ou de séances de discussion. Il a réalisé en outre avec le concours de la S. A. Praesens un film intitulé «Obscurité ou lumière», qui apportera également tout le concours de son éloquence aux autres mesures envisagées pour la campagne de cette année. J'espère que ces quelques informations vous permettront de vous faire une idée suffisante sur le but, l'organisation

et l'activité de l'Office d'Eclairagisme et que vous apprécierez avec sympathie les initiatives qu'il prend, puisqu'en diffusant dans le public et dans les milieux professionnels les applications saines, hygiéniques et rationnelles des méthodes les plus récentes de la science de l'éclairage, il sert également et directement les intérêts des centrales d'électricité et des maisons d'installation. Avant de terminer cet exposé j'ajouterais que l'Office d'Eclairagisme attend avec beaucoup d'espoir tous les conseils et toutes les suggestions des centrales d'électricité et des installateurs. Une affaire de propagande a besoin continuellement d'idées nouvelles pour pouvoir progresser et toutes les critiques faites dans un esprit d'objectivité et animées d'un désir de collaboration nous seront très précieuses.

Inutile de vous dire également que l'Office d'Eclairagisme est toujours à la disposition des centrales, des installateurs et de tous les milieux intéressés, pour tous les renseignements que ceux-ci pourraient désirer et pour les conseiller dans les problèmes d'éclairage ou de propagande. En matière de conclusion, je vous demande d'examiner comme par le passé avec bienveillance et intérêt les demandes et les offres de l'Office d'Eclairagisme et de lui donner votre appui en montrant ainsi votre compréhension des idées nouvelles.

Die Diskussion wurde von Fräulein Borel (Electricité Neuchâteloise) und den Herren Groslier (Représentant de l'UIPD, Paris), Roesgen (E. W. der Stadt Genf) und Präsident Ringwald benutzt.

Fräulein Borel ist überzeugt, dass der persönliche Verkehr mit der Kundenschaft viel wirksamer ist als jede andere Art von Propaganda. In Neuenburg wurde eine Auskunftsstelle ins Leben gerufen³⁾ mit der Aufgabe, das Publikum über die vielseitigen Verwendungsmöglichkeiten der Energie aufzuklären und ihm beim Kauf und der Einrichtung von Stromverbrauchern, zur Beleuchtung, zum Kochen usw. mit Rat und Tat beizustehen. Es wurden zu diesem Zwecke viele gründliche und sorgfältige Studien gemacht über die zweckmäßigste Art der Beleuchtung in Wohnungen, Schulen, Bureaux, Schaufenstern, Werkstätten usw. Frl. Borel betont wiederholt die Wichtigkeit, mit den Konsumenten in direktem, persönlichem Verkehr zu bleiben.

Herr Groslier: Auch in Paris wurde für die elektrische Beleuchtung Propaganda gemacht, besonders auch auf dem Gebiete der Schaufensterbeleuchtung, jedoch anfänglich mit geringem Erfolg. Mit der Zeit beobachteten aber die Ladeninhaber die Anziehungskraft gut beleuchteter Schaufenster und Verkaufsräume und ihre Käuflust erweckende Wirkung und liessen ihre Schaufenster und Verkaufsräume mit guter Beleuchtung ausstatten. Wenn sie dann aber nach Geschäftsschluss nach Hause kamen, konnten sie selbst den Unterschied zwischen der guten Beleuchtung ihrer Geschäftsräume und der schlechten Beleuchtung ihrer Wohnräume wahrnehmen und liessen nach und nach auch in ihren Wohnungen nur gute elektrische Beleuchtung installieren.

Herr Roesgen: In der Stadt Genf verhinderten hohe Energiepreise lange die Entwicklung des Energieabsatzes. In erster Linie wurden die Tarife reduziert. Außerdem musste man sich mit den Installateuren verständigen, welche verlangten, dass das Elektrizitätswerk seine Installationsabteilung aufhebe. Letzteres ist nun zum Teil geschehen. Es muss aber noch eine definitive Lösung gefunden werden.

Herr Präsident Ringwald weist darauf hin, dass in Cafés und Restaurants noch viel zur Förderung des Energieabsatzes, besonders von Lichtenergie, getan werden könnte. Wenn die Gaststätten gut beleuchtet sind, so sehen die Gäste den Unterschied zwischen der guten Beleuchtung und ihrer oft noch schlechten Heimbeleuchtung und werden angeregt, das eigene Heim besser zu beleuchten.

³⁾ Siehe Bull. SEV 1929, Nr. 19, S. 675.