Zeitschrift: Bulletin des Schweizerischen Elektrotechnischen Vereins, des Verbandes Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen = Bulletin de l'Association suisse des électriciens, de l'Association des entreprises électriques suisses

Herausgeber: Schweizerischer Elektrotechnischer Verein ; Verband Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen

Band: 74 (1983)

Heft: 4

Rubrik: Öffentlichkeitsarbeit = Relations publiques

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: 09.12.2025

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

Öffentlichkeitsarbeit
Relations publiques

«Alles braucht Strom» – Inseratenkampagne 1983

Wie schon im Jahre 1982 veröffentlicht auch dieses Jahr der VSE im Rahmen der Tätigkeit der Kommission für Information eine Serie von acht Inseratsujets in Tageszeitungen, Anzeigern und Zeitschriften aller Sprachregionen der Schweiz. Diese Inserate sollen den Stromkonsumenten die Bedeutung des Stromes für unser wirtschaftliches und privates Leben vermehrt bewusst machen und ihnen einige einfache Grundinformationen aus der Elektrizitätswirtschaft näher bringen. Die Inserate erscheinen ab Januar 1983.

Ro

«Il nous faut de l'électricité» – campagne d'information par annonces dans la presse 1983

Comme en 1982, l'UCS publie à nouveau cette année, dans le cadre des activités de la Commission pour l'information, une série de huit sujets d'annonces dans les quotidiens, les feuilles locales et les magazines de toutes les régions linguistiques de la Suisse. Ces annonces ont pour but de rendre les consommateurs conscients de l'importance de l'électricité pour notre vie privée et professionnelle et de leur communiquer quelques informations simples sur l'économie électrique. Les annonces paraissent dès janvier 1983.

Ro

Im Hause muss beginnen, . . .
Gute Zusammenarbeit zwischen Lokal- und Regionalpresse und «Ihrem» EW lässt sich durch nichts ersetzen

Rund 60 Communiqués, Presseartikel, Reportagen, Pressefotos und Pressegrafiken hat die Informationsstelle des VSE im Jahr 1982 an die Schweizer Presse versandt, und diese «Strom-Botschaften» sind in etwa 1500 Zeitungen und Zeitschriften abgedruckt worden. Dabei handelte es sich aber fast ausschliesslich um Zusammenhänge und Informationen rund um den Strom, die sich auf die gesamte schweizerische Elektrizitätswirtschaft bezogen. Diese Pressemitteilungen werden zwar ziemlich oft auch von regionalen und lokalen Blättern übernommen. Auf die lokalen Gegebenheiten, die bei unserer förderalistischen Struktur sehr wichtig sind, können sie aber nur in seltenen Fällen eingehen, handle es sich nun um Tarif- oder Anschlussfragen, Aus- und Umbau von Kraftwerken, Verteilanlagen und Leitungen usw.

Il faut commencer chez soi . . .
Rien ne remplace une bonne collaboration entre la presse régionale et locale et «votre» entreprise d'électricité

En 1982, le Service de l'information de l'UCS a envoyé à la presse suisse environ 60 communiqués, articles de presse, reportages, photos et graphiques, et ces «messages sur l'électricité» furent publiés dans environ 1500 journaux et magazines. Il s'agissait la plupart du temps de problèmes et d'informations tournant autour de l'électricité et concernant l'économie électrique suisse dans son ensemble. Les communiqués de presse sont certes souvent repris par des feuilles locales et régionales. Toutefois, ils ne peuvent que rarement tenir compte des circonstances locales qui sont très importantes dans notre structure fédéraliste, qu'il s'agisse de questions de tarifs ou de raccordement, d'agrandissement ou de rénovation de centrales, de sous-stations ou de lignes, etc.

Dazu kommt, und das zeigt sich immer wieder, dass eine Botschaft vom «eigenen» Elektrizitätswerk, womöglich von einem leitenden Mitarbeiter unterzeichnet, in der Bevölkerung wesentlich stärkeren Widerhall findet als eine Mitteilung des anonymen Verbandes aus Zürich. Kurz, die Pressearbeit der Informationsstelle des VSE und der anderen überregionalen Stellen kann die Zusammenarbeit des einzelnen EW mit «seinen» Lokal- und Regionalblättern nicht ersetzen – die beiden Ebenen müssen sich gegenseitig ergänzen! Es gibt so viele Gelegenheiten und «Aufhänger» für eine interessante Pressemitteilung: Stromverbrauchs- und Produktionszahlen des letzten Quartals oder Halbjahres, der Jahresabschluss des Unternehmens, geplante, laufende und abgeschlossene Bauprojekte, Stellungnahme zu energiepolitischen Tagesfragen, Energieberatung für die Leserschaft usw.

Eine grosse Erleichterung für diese wichtige Sparte der Öffentlichkeitsarbeit sind persönliche Beziehungen zu den Redaktoren und Herausgebern der wichtigsten Blätter. Über einen gelegentlichen Telefonanruf bei der Zeitung oder eine Rückfrage des Redaktors ergibt sich oft das Folgende von selbst; es gibt weniger Missverständnisse, und die Texte müssen nicht mehr unbedingt «pfannenfertig» redigiert sein, weil der Redaktor weiss, was er daraus machen kann und darf. Allgemein gilt: Lieber alle zwei Monate mit einer kurzen Mitteilung an die Leser gelangen als nur einmal im Jahr mit einer ganzen Seite über die GV oder einer Erklärung zum letzten Stromausfall. *Ro*

En outre, il s'avère à chaque fois qu'un message, provenant de la «propre» entreprise d'électricité et si possible signé par un collaborateur cadre, trouve plus de résonance auprès de la population qu'un communiqué de l'association anonyme de Zurich. Bref, le travail de presse du Service de l'information de l'UCS et des autres services suprarégionaux ne peut remplacer la collaboration entre l'entreprise d'électricité avec «ses» feuilles locales et régionales – les deux niveaux doivent se compléter mutuellement!

Il existe tant d'occasions et de «sujets» pour un communiqué de presse intéressant: chiffres de la consommation et de la production d'électricité du dernier trimestre ou semestre, résultats de l'exercice de l'entreprise, projets de constructions prévues, en cours ou terminés, prise de position sur les questions actuelles en matière de politique énergétique, conseils en matière d'énergie pour les lecteurs, etc.

Dans ce domaine important des relations publiques, des contacts personnels avec les rédacteurs et les éditeurs d'importants journaux facilitent les choses. Un appel téléphonique auprès du journal ou une demande de précision de la part du rédacteur permet d'éviter des malentendus, et les textes ne doivent pas être rédigés définitivement car le rédacteur sait ce qu'il peut et lui est permis de faire. Mieux vaut s'adresser tous les deux mois aux lecteurs avec un court communiqué qu'une fois par an avec une page entière sur l'assemblée générale ou une déclaration sur la dernière panne d'électricité. *Ro*

Das Schwarze Brett – ein Informationsfriedhof?

Warum hat das Schwarze Brett, obwohl es heute meist nicht mehr Schwarz, sondern Grün oder eine andere freundliche Farbe trägt, in vielen Unternehmen einen so schlechten Ruf; warum löst seine Erwähnung bei vielen Mitarbeitern so wenig positive Gefühle aus? Die Antwort ist einfach: Es scheint das unvermeidliche Schicksal vieler Schwarzer Bretter zu sein, mit der Zeit zu einem ungepflegten, ja teilweise geradezu verlotterten Informationsfriedhof zu verkommen. Dabei braucht es verhältnismässig wenig Aufwand, um die Schwarzen Bretter – in den meisten Elektrizitätsunternehmen gibt es ja mehrere davon – zu wertvollen Informationsvermittlern zu machen, die viel Leerlauf, Umtriebe und Rückfragen ersparen. Hier einige wichtige Punkte, die es dabei zu beachten gilt:

- Das schwarze Brett *muss einen Betreuer haben,* der sich um sein Wohlergehen kümmert, der neue Anschläge plaziert, Ordnung in die zur Verfügung stehende Fläche bringt und der vor allem mindestens wöchentlich *die überholten und nicht mehr benötigten Papiere wieder entfernt.* Wenn das Schwarze Brett einmal gründlich in Ordnung gebracht worden ist, braucht seine Pflege wenig Zeit. Einige prüfende Blicke und ordnende Handgriffe in regelmässigen Abständen genügen durchaus.
- Die Informationen, die aufs Schwarze Brett kommen, sollen leicht aufzunehmen sein. Das heisst: ausschliesslich *kurze, präzise und aktuelle Mitteilungen,* in einem Schreibstil abgefasst, der von den Lesern nicht erst geistige Akrobatikleistungen verlangt.
- Die Mitteilungen sollten in einer *möglichst grossen und gut lesbaren Schrift* geschrieben sein, damit man nicht fast seine Nase aufs Brett drücken muss, um den Text zu entziffern.
- Das Schwarze Brett sollte so gross sein, dass sich auch mehrere Mitarbeiter gleichzeitig informieren können, und der Platz, an dem es hängt, soll so gewählt sein, dass man eine Zeitlang ungestört davor stehenbleiben kann, ohne von Vorbeigehenden geschubst zu werden.
- Eine gute Beleuchtung ist ebenfalls wichtig, und zwar so angebracht, dass man beim Lesen nicht im Licht steht oder geblendet wird.
- Aushänge, die aus irgendeinem Grund längere Zeit am Brett bleiben müssen, steckt man mit Vorteil in eine Klarsichthülle, sonst werden sie von den darauf herumfahrenden Zeigefingern und vorbeistreifenden Kleidungsstücken bald schmuddelig und unansehnlich.

Kurz, das Schwarze Brett, sofern es wirklich ernst genommen und entsprechend gepflegt wird, ist auch im Zeitalter der totalen

Le tableau d'affichage – un cimetière d'informations?

Pourquoi le tableau d'affichage a-t-il une si mauvaise réputation dans de nombreuses entreprises? Pourquoi le fait de le mentionner déclenche-t-il des réactions peu positives parmi de nombreux collaborateurs? La réponse est simple: Le destin de nombreux tableaux d'affichage semble être celui d'être laissé à l'abandon jusqu'à en devenir un cimetière d'informations. Il n'y a pourtant pas besoin de grand chose pour faire de ces tableaux – dont les entreprises d'électricité en possèdent souvent plusieurs – des moyens d'information précieux qui évitent tout effort inutile et demandes de précision. Voici quelques points importants dont il s'agit de tenir compte:

- Une personne doit prendre soin du tableau d'affichage, placer de nouvelles affiches, mettre de l'ordre sur la surface disponible et *surtout enlever au moins une fois par semaine les notices caduques et superflues.* Une fois en ordre, le tableau d'affichage ne demande que peu de temps. Un coup d'œil et quelques interventions régulières suffisent sans autre.
- Les informations destinées au tableau d'affichage doivent être faciles à enregistrer. C'est-à-dire que les communiqués doivent être brefs, précis, actuels et rédigés de manière à ce que les lecteurs n'aient pas besoin de faire de l'acrobatie mentale pour comprendre.
- Les communiqués devraient être rédigés en gros caractères lisibles pour que l'on n'ait pas besoin de s'écraser le nez en déchiffrant le texte.
- Le tableau d'affichage devrait être assez grand afin que plusieurs personnes puissent s'informer en même temps et son emplacement devrait être choisi de manière à ce que l'on puisse rester devant sans être sans cesse bousculé.
- Un bon éclairage est également important, ceci sans éblouir ni illuminer le lecteur.
- Il serait avantageux de mettre dans une chemise transparente les communiqués qui pour une raison ou une autre doivent rester affichés pendant un certain temps, afin d'éviter qu'ils deviennent sales et illisibles.

Bref, pour autant qu'il soit pris au sérieux et donc soigné, le tableau d'affichage reste, aussi au siècle de la vague d'information électronique, un porteur d'informations simple et important, facilement accessible pour un large cercle de collaborateurs.

Pour certains visiteurs, le tableau d'affichage représente aussi la «carte de visite» pour le style d'organisation et de travail de toute

elektronischen Informationsflut noch ein einfacher und wichtiger Träger für Informationen, die schnell und unkompliziert einem grösseren Kreis von Mitarbeitern zugänglich gemacht werden sollen.

Für manchen Besucher, der von aussen in den Betrieb kommt, sind die Anschlagbretter auch eine «Visitenkarte» für den Organisations- und Arbeitsstil des ganzen Unternehmens. Ganz sicher sind sie aber ein sichtbarer Ausdruck dafür, ob die Geschäftsleitung ihre Informationsaufgabe erkannt hat oder nicht und ob sie diese auch wahrnehmen will. (Gekürzt aus «Schweizerisches Kaufmännisches Zentralblatt», 24. 12. 1982.) *Ro*

l'entreprise. Il est certain qu'il exprime visiblement si la direction a reconnu ou non sa tâche d'information et si elle veut aussi en profiter. (Résumé du «Schweizerisches Kaufmännisches Zentralblatt», 24 décembre 1982) *Ro*

Der Kühlturm bringt es an den Tag ...
Von der Notwendigkeit, immer und immer wieder die einfachsten Tatsachen bekanntzumachen

Wie viele Schweizer wissen, was aus dem Kühlturm eines Kernkraftwerkes herauskommt? Bei einer kürzlich in der Presse publizierten Umfrage wurde 500 Schweizern zwischen Genf und Bodensee ein Foto von Gösgen gezeigt und die einfache Frage gestellt: «Was kommt Ihrer Meinung nach aus diesem Turm?» Die Antworten waren zu mehr als der Hälfte falsch! 6% der Befragten sagten «Abgase», 10% sogar «radioaktive Abgase», 30% sagten «Rauch», weitere 10% «Giftgase» oder «lebensgefährliche Gase», ja sogar «Verbrennungsrückstände von Atomreaktionen», «Kohlenmonoxyd» und «Energie» wurden genannt.

Dieses Beispiel zeigt wieder einmal deutlich genug, dass die Basisaufgabe der EW-Öffentlichkeitsarbeit darin bestehen muss, die elementarsten Grundtatsachen immer und immer wieder bekanntzumachen. Dies stellt hohe Anforderungen an die Kreativität und den Einfallsreichtum der damit Beauftragten, denn es ist nicht leicht, immer wieder neue Darstellungsformen und attraktive «Verpackungen» zu finden für so trockene Aussagen wie «Strom kann man nicht lagern», «Drei Viertel unserer Energie stammen immer noch aus Erdöl», «Der Stromverbrauch schwankt entsprechend unseren Lebensgewohnheiten», «Ein KKW ist nichts anderes als eine grosse Dampfmaschine mit einer neuartigen Feuerung» usw.

Wenn es nicht gelingt, diese Grundtatsachen in dauerndem, langfristigem Bemühen stärker im Bewusstsein der breiten Öffentlichkeit zu verankern, hängen alle noch so schönen Abhandlungen, Prognosen, Szenarien und Stellungnahmen zu komplexen energiewirtschaftlichen Fragen immer mehr in der Luft, und die Diskussion darüber wird noch anfälliger für leere Schlagworte und ideologiegetränkte Utopien.

Eines steht fest: Einen grossen und wichtigen Beitrag zur Bewältigung unserer Energiezukunft leisten die «Bergwerksarbeiter» mit ihrer geduldigen, beharrlichen Informations-Kleinarbeit im direkten Umfeld ihres Unternehmens. *Ro*

La tour de refroidissement révèle
la nécessité de faire connaître encore et toujours les faits les plus simples

Combien de Suisses savent ce qui s'échappe de la tour de refroidissement d'une centrale nucléaire? Dans le cadre d'une enquête publiée récemment dans la presse, on a montré à 500 personnes, entre Genève et le lac de Constance, une photo de Gösgen et on leur a posé la question suivante: «Selon votre avis, qu'est-ce qu'il sort de cette tour?» Plus de la moitié des réponses était fausse! 6% des personnes questionnées ont répondu «gaz d'échappement», 10% même «gaz d'échappement radioactifs», 30% «fumée», encore 10% «gaz toxiques» ou «gaz mortels», il fut même question de «déchets de combustion de réactions atomiques», d'«oxyde de carbone» et d'«énergie».

Cet exemple montre une fois encore que, dans le cadre des relations publiques des entreprises d'électricité, la tâche fondamentale consiste à faire connaître sans arrêt les faits fondamentaux les plus élémentaires. Au niveau de la créativité, cette tâche exige beaucoup de la part des responsables, car il n'est pas facile de trouver à chaque fois de nouvelles formes de présentation et un «emballage séduisant» pour des déclarations aussi fastidieuses que «l'électricité ne peut être stockée», «trois quarts de notre énergie provient encore du pétrole», «la consommation d'électricité varie selon nos habitudes de vie», «une centrale nucléaire n'est rien d'autre qu'une grande machine à vapeur avec une installation de chauffe nouvelle».

Si l'on ne réussit pas après tant d'efforts à rendre conscient de ces faits fondamentaux le grand public, tous les débats, prévisions et prises de position concernant des questions complexes en matière d'économie énergétique se trouveront dénués de tout fondement et la discussion à ce propos serait encore plus dominée par des paroles vides et des utopies idéologiques.

Une chose est certaine: par leur travail d'information méticuleux et patient dans l'environnement de leur entreprise, les collaborateurs chargés de cette tâche contribuent largement à résoudre les problèmes de notre avenir énergétique. *Ro*

Energiefilm «Wie lange noch?» für Eigengebrauch erhältlich

Der neue Energie-Lehrfilm «Wie lange noch?» kann nun für interne Vorführungen bei der Informationsstelle für Elektrizitätsanwendung (INFEL) ausgeliehen werden.

Der zwanzigminütige Farbtonfilm wurde im Auftrag der «Technischen Rundschau» geschaffen und behandelt in neutraler und anschaulicher Art die Rolle der verschiedenen Energieträger für die heutige und künftige Energieversorgung der Schweiz. Er eignet sich als Abrundung und Hintergrundinformation für Besuchergruppen aller Art, besonders Schulklassen, aber auch für die Mitarbeiter der einzelnen EW.

Da das Schweizer Filminstitut in Bern die Verleihrechte erworben hat, ist es allerdings nicht gestattet, den Film an Dritte, wie z. B. Schulen oder Vereine, weiterzugeben.

Bestelladresse: INFEL, Postfach 6140, 8023 Zürich, Tel. 01/211 03 55 *Ro*