

Zeitschrift: bulletin.ch / Electrosuisse

Herausgeber: Electrosuisse

Band: 99 (2008)

Heft: 14

Vorwort: Aussenbilder = Perspectives extérieures

Autor: Berger, Stephanie

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: 05.09.2025

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



Stephanie Berger, Chefredaktorin Verband Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen (VSE) – rédactrice en chef Association des entreprises électriques suisses (AES)

Auf der diesjährigen Jubiläumsfeier in Luzern hielt der ehemalige Verkehrsleiter Kurt Illi ein Referat darüber, wie es die Stadt geschafft hat, mit einem kleinen Werbebudget immer wieder in die Auswahl der sehenswertesten Städte der Welt zu kommen. Mit Aktionen wie einem Halbpriesangebot für Gäste aus der Romandie signalisierte Luzern eine zuversichtliche Offenheit für Besucher. Illis Strategie beruhte auch auf einem «Branding» nach aussen: die symbolhafte Reduktion der Stadt auf Kapellbrücke und Wasserturm. Der Erfolg dieses Fokus auf «the bridge and the tower» war 1993 nach dem Brückenbrand ersichtlich: So bot eine japanische Nachrichtenagentur an, dass sie der traumatisierten Bevölkerung Wolldecken zur Verfügung stellen könnte.

Tags davor fand in Olten das VSE-Kommunikationsforum statt. Eine Referentin der E.ON behandelte in ihrem Vortrag das Thema der Imagekrise der deutschen Stromkonzerne nach der Liberalisierung. Überschriften wie «Die Abzockungsstrategien der Stromkartelle» zerstörten dort die Glaubwürdigkeit der Branche in der Öffentlichkeit. Damit war die Thematik «Aussenbild» innerhalb weniger Tage bereits zum zweiten Mal im Mittelpunkt einer Veranstaltung der Strombranche.

Selbstverständlich ist die Marktoffnung eine Herausforderung. Sicher sind wir jedoch alle bemüht, es zu keinem Imageschaden kommen zu lassen. Die Branche darf sich nicht mit gegensätzlichen Aussagen unglaublich machen oder die Liberalisierung als Sündenbock gebrauchen. Um dem entgegenzuwirken, bezieht die neue Verbandsstrategie des VSE einen weiteren Kreis an Marktakteuren ein. Das Thema «Aussenbild» wird zudem aktiv durch die Mitarbeit externer Berater präsent gehalten. Zur Abwechslung ist der Inhalt dieses Heftes aber ein Thema, das schwarz auf weiß ist, wie es ist: die Energiestatistik des Bundesamts für Energie 2007.

Aussenbilder

Perspectives extérieures

Lors du forum AES sur la communication qui s'est tenu dernièrement à Olten, une oratrice représentant E.ON avait traité de la crise d'image que traversent les grandes entreprises électriques allemandes depuis la libéralisation du marché. Des gros titres comme «L'arnaque systématique des cartels électriques» ont fini par détruire la crédibilité de la branche auprès du grand public de notre voisin du nord.

Le lendemain, Lucerne accueillait la fête des jubilaires. Kurt Illi, ancien directeur de l'office du tourisme, a exposé comment sa ville avait réussi, malgré un budget publicitaire dérisoire, à entrer de manière répétée dans la sélection des plus belles villes du monde. En lançant des campagnes comme les offres à demi-prix pour les visiteurs romands, la ville de Lucerne a montré son ouverture confiante envers les hôtes potentiels. Kurt Illi avait en outre axé sa stratégie sur un «branding» strict: envers l'extérieur, l'image de la ville avait été réduite au Pont de la Chapelle avec la Tour d'eau, pour en faire un emblème hautement reconnaissable. L'ampleur du succès de cette focalisation a été révélée en 1993 après l'incendie du pont: une agence de presse japonaise avait proposé de mettre des couvertures en laine à disposition de la population traumatisée!

C'est ainsi qu'en l'espace de quelques jours, le thème de la «perspective extérieure» s'est trouvé à deux reprises au centre d'une manifestation de la branche.

Il est évident que l'ouverture du marché constitue un défi. Et nous nous efforçons tous d'éviter que notre image en soit ternie. Surtout, la branche doit éviter de tenir des propos contradictoires, sous peine de perdre sa crédibilité; elle doit tout autant veiller à ne pas ériger la libéralisation en bouc émissaire. C'est une des raisons pour lesquelles la nouvelle stratégie de notre association, la «Stratégie AES 2008» intègre une notion élargie du concept d'acteurs du marché. En contrepoint de ces considérations mettant en lumière la subjectivité du public, le présent numéro contient également du matériel on ne peut plus objectif: les statistiques énergétiques 2007 de l'Office fédéral de l'énergie.

Stephanie Berger