

**Zeitschrift:** Wasser- und Energiewirtschaft = Cours d'eau et énergie  
**Herausgeber:** Schweizerischer Wasserwirtschaftsverband  
**Band:** 35 (1943)  
**Heft:** (9)

**Artikel:** Marktforschung in der schweizerischen Elektrizitätswirtschaft  
**Autor:** Kaestlin, R.  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-921349>

### **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:** 18.02.2026

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

Beiblatt zur «Wasser- und Energiewirtschaft», Publikationsmittel der «Elektrowirtschaft»

Redaktion: A. Burri und A. Härry, Bahnhofplatz 9, Zürich 1, Telefon 7 03 55

**Marktforschung in der schweizerischen Elektrizitätswirtschaft***Von Dr. R. Kaestlin, Elektrowirtschaft, Zürich*

In fast allen Betrachtungen, die wir unter dem Titel «Zukunft unserer Elektrizitätswirtschaft» in der Fach- und Tagespresse antreffen, beschäftigen sich die Verfasser mit der Zukunft der Elektrizitätserzeugung. Es wird von geplanten Speicherwerken, vom Zehnjahresprogramm oder von der Notwendigkeit der Einsparung von importierten Energieträgern durch Nutzung unserer einheimischen Wasserkräfte geredet. Die einzige absatzseitige Grundlage dieser Betrachtungen ist die Zahl 250—300 Mio kWh, die als zu erwartende Mindestverbrauchszunahme in den kommenden Jahren zu gelten hat.

Dass heute die Probleme der Bereitstellung neuer Energiemengen dominierend im Vordergrund stehen, hat seinen Grund. Die Absatzentwicklung ist in der gegenwärtigen Kriegszeit ausserordentlich günstig. Sie geht so weit, dass sie ihre Grenze sogar an den vorhandenen Erzeugungsmöglichkeiten findet. Dieser für die Elektrizitätsversorgung ungewöhnliche Zustand bewirkt aus naheliegenden Gründen, dass man sich in erster Linie mit der Ausweitung der Erzeugungsmöglichkeiten befasst. Der Beschaffungsmarkt elektrischer Energie wird gegenwärtig so eingehend studiert, wie vielleicht nie zuvor.

Es drängt sich nun die Frage auf, ob nicht, besonders im Hinblick auf die Nachkriegszeit, ein grösseres Interesse dem Studium des Absatzmarktes zugewendet werden sollte. Die Voraussagen für die Zukunft haben ergeben: 250—300 Mio kWh jährlich mehr! Gewiss werden auch detaillierte Angaben gemacht, die die zu erwartende Verbrauchszunahme in den verschiedenen Verbrauchsgruppen getrennt angeben. Aber auch diese Zahlen sagen nicht viel über die Gestalt der zu erwartenden Bedarfe im einzelnen aus. Es fragt sich nun: sind diese Zahlen in ihrer absoluten und umfassenden Einfachheit ausreichende Grundlage für die absatzmässige Weiterentwicklung unserer Elektrizitätswirtschaft?

Wenn man sich vor Augen hält, welche Vielzahl von Versorgungsunternehmen Hunderte von verschiedenen Gebieten mit unterschiedlichen Tarifen, unterschiedlichem Elektrifizierungsgrad in den verschiedenen Anwendungen und verschiedensten

Energiedisponibilitäten versorgen und die Elektrizitätswirtschaft ausmachen, so muss man doch eingestehen, dass die Angabe gesamtschweizerischer Mehrverbrauchszahlen für die Elektrizitätswirtschaft intern geringen Wert hat.

Für Werbung und Propaganda für Kraftwerksbau nach aussen ist die Zahl «250—300 Mio kWh jährlich mehr» in ihrer eindrucklichen Einfachheit zweifelsohne geeignet. Die Elektrizitätswirtschaft und besonders die einzelnen Versorgungsunternehmen müssen aber mehr wissen. So z. B.:

In welchen Gebieten können welche Verbräuche gesteigert werden?

Unter welchen Voraussetzungen ist das möglich?

Welche Eigenschaften müssen die Verbrauchsgeräte aufweisen?

Auf welchen Wegen können sie abgesetzt werden?

Welche Abnehmerkreise kommen jeweils in Frage?

Was dürfen die Geräte kosten?

Wie gestaltet sich die Spitzenverantwortlichkeit im einzelnen?

Zu welchen Preisen kann die Energie verkauft werden?

Wie wird das Verhältnis zwischen hoch- und niederwertigem Absatz sein?

Besonders diese letzte Frage ist von Bedeutung für die weitere Entwicklung der Elektrizitätsversorgung. Jedermann ist sich zum Beispiel klar darüber, dass nur zur Speisung von Elektrokesseln keine Werke gebaut werden können.

Eine Differenzierung des zukünftigen Absatzes nach den angegebenen Punkten sollte mit allen Mitteln angestrebt werden, damit Absatzdispositionen und Werbung in der Elektrizitätswirtschaft ziel-sicher in die Zukunft schreiten können. Um eine best-mögliche Bedürfnisbefriedigung beim Abnehmer unter Wahrung der innerbetrieblichen Interessen des Versorgers zu erzielen, müssen die Bedürfnisse in allen ihren Einzelheiten bekannt sein, und zwar für jedes Versorgungsgebiet.

Der Weg, der zu diesen Erkenntnissen führt, ist die *Marktforschung*. Die Notwendigkeit der gründlichen Marktforschung für die weitere Entwicklung der Elektrizitätswirtschaft steht also nicht zur Diskussion. Von verschiedenen Seiten ertönen bereits Stimmen, die bewusste, methodische und wissen-

schaftliche Erforschungen der weiteren Absatzmöglichkeiten und damit der Absatzsteigerung elektrischer Energie verlangen.

Diese Erkenntnis der Notwendigkeit der Marktforschung ist für die schweizerische Elektrizitätswirtschaft neu, wenn ja auch seit jeher Marktforschung betrieben wurde, die allerdings nur in groben Zügen dachte und sich keiner verfeinerten Technik bediente. Dass nun gerade in der heutigen Zeit die Forderungen nach gründlicherer Marktforschung durchzudringen beginnen, liegt nicht etwa daran, dass Marktforschung an sich etwas Neues ist, sondern das liegt im heutigen Entwicklungsstadium der Elektrizitätsversorgung begründet.

Um die Absatzsteigerung, die uns in ihrer absoluten Grösse bekannt ist, in die wirtschaftlich richtigen Bahnen zu lenken, müssen also die noch vorhandenen Absatzmöglichkeiten im einzelnen studiert und analysiert werden. Die ökonomische Eigenart der Elektrizitätsversorgung bringt es dabei mit sich, dass die wirtschaftlich erreichbaren Bedürfnisse nicht nur quantitativ erforscht werden müssen, sondern auch qualitativ, zeitlich und nach ihrer Intensität.

So unbestritten die Forderung nach Marktforschung in der Elektrizitätswirtschaft erhoben werden kann, so sind doch die Schwierigkeiten gross. Das hat dazu geführt, dass darüber, wie eine Marktforschung nach Technik und Zielsetzung in der Elektrizitätswirtschaft aussehen muss, weitgehende Unklarheit herrscht.

An dieser Stelle sei davon abgesehen, die Gründe aufzuzählen, die die Marktforschung in der Elektrizitätswirtschaft erschweren. Die Elektrizitätswirtschaftler kennt sie alle.

Hier sollen nur die wichtigsten Verhältnisse erwähnt werden, die einer umfassenden Marktforschung in der Elektrizitätswirtschaft entgegenstehen. Eine Hauptschwierigkeit ist, dass es für die Elektrizität keine einheitlichen Markt gibt, sondern einen Markt, der sich zersplittert und der in allen möglichen Dimensionen variiert, trotzdem die Ware «kWh» immer dieselbe ist. Es gibt also eine Unzahl von Märkten, die sich sowohl von der Nachfrage- als auch von der Angebotseite her ständig ändern. Bedingt dies schon von der Bedürfnisse Seite her mannigfaltigste Marktforschungen – entsprechend der Mannigfaltigkeit der Bedürfnisse, die die Elektrizität zu befriedigen vermag – so werden die Verhältnisse noch dadurch kompliziert, dass auch auf der Erzeugungsseite von Versorgungsgebiet zu Versorgungsgebiet die innerbetrieblichen Faktoren anders gelagert sind. Das heisst nichts anderes, als dass man es mit einer Vielzahl von Beschaffungs- und Absatzmärkten zu tun

hat. Unter diesen Umständen könnte man zu der Auffassung gelangen, eine zentrale Marktforschung sei sinnlos und könnte nur sehr oberflächliche Resultate ergeben. Will man gründlich vorgehen, so muss man für jede Anwendung in jedem Versorgungsgebiet eine besondere Untersuchung vornehmen.

Ist es nun unter diesen Verhältnissen aussichtslos, sich von einer Stelle aus mit Marktforschung in der Elektrizitätsversorgung zu befassen? Wir glauben diese Frage verneinen zu können.

Gewiss werden die letzten Ergebnisse der Marktforschung an konkreten Fällen an einem bestimmten Ort gefunden werden müssen. Alle andern allgemeingültigen Ergebnisse wären wirklichkeitsfern. Dennoch kann von einer zentralen Stelle aus wertvolle Vorarbeit geleistet werden. Marktforschung für die Elektrizitätswirtschaft schlechthin ist dann mit Erfolg möglich, wenn sie sich zunächst darauf beschränkt, Grundzüge und Richtlinien auszuarbeiten, die auf die verschiedensten Verhältnisse sowohl auf der Erzeugungs- als auch auf der Verbrauchsseite angewendet werden können. Es wird sich also darum handeln, die Technik und das Vorgehen in der Elektrizitätswirtschaftlichen Marktforschung festzulegen.

Die «Elektrowirtschaft» Schweiz. Gesellschaft für Elektrizitäts-Verwertung hat sich in der letzten Zeit eingehend mit den Fragen der Marktforschung in der schweizerischen Elektrizitätswirtschaft beschäftigt. Sie hat mit einigen Werken Fühlung genommen und konnte dabei feststellen, dass einzelne Werke in dieser Richtung schon mit Erfolg Versuche unternommen haben. Sie ist aber auch bei vielen anderen Werken auf reges Interesse gestossen. In Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Marktforschung, die der organisatorische Mittelpunkt aller Marktforschungsbestrebungen ist, hofft sie, Anregungen besonders allgemeiner Natur zu erhalten. Die «Elektrowirtschaft» wird sich mit der Anpassung der allgemeinen Grundzüge der Marktforschung an die Erfordernisse der Elektrizitätswirtschaft befassen und hofft auf diesem Gebiete praktische Arbeit zu leisten. Sie wird dadurch der Sache der Elektrizität dienen.

Zum Schlusse sei noch folgendes festgehalten. Gewiss steht heute die Beschaffung neuer Energiemengen für unsere Elektrizitätsversorgung im Vordergrund. Wir wissen aber nicht, wann der Absatzmarkt uns wieder mehr beschäftigen wird. Das soll uns mahnen, den Absatz und seine Erforschung nicht zu vernachlässigen. Schliesslich ist nicht die Erzeugung von Elektrizität, sondern die Befriedigung von Bedürfnissen, der Absatz, unsere primäre Aufgabe.