

**Zeitschrift:** Wasser- und Energiewirtschaft = Cours d'eau et énergie  
**Herausgeber:** Schweizerischer Wasserwirtschaftsverband  
**Band:** 40 (1948)  
**Heft:** (7-8)

**Artikel:** Die Kühlsschrankschau der EKZ  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-921620>

#### **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:** 22.02.2026

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

kein so kleines — so gut ausgearbeitete Werbemittel aufzuweisen. Wir wollen ja das Publikum fesseln, und die Werbung hat das auch fertig gebracht. Ein Beweis dafür ist der rasche Wandel unserer Lebensgewohnheiten: Mode, Weekend, Sport, Ernährung. Das Publikum lächelt zwar über Vitaminprodukte, kauft sie aber doch (lächelt über Horoskope, liest sie aber doch!).

Denken Sie also nicht: «Ich will keine Werbung betreiben, nur aufklären und informieren.» So handicapierten Sie sich, denn es ist nicht möglich. Man muss sich zuerst das, was man erreichen will, klar machen und den

Stoff an sich herankommen lassen. Erst nachher kann man entscheiden, ob er primär werblich oder aufklärend verwendet werden soll. Dabei darf man nie vergessen, dass beides im allgemeinen nicht zu trennen ist.

Es bleibt sich also im Grunde genommen gleich, ob man von der Werbung oder der Aufklärung her dem Publikum die Elektrizität und was damit zusammenhängt vertraut machen will. Nur darf man nicht vergessen, dass man eher Erfolg mit sympathischem, aufklärendem «Verkaufen» von Waren und Diensten hat, als mit trockener und langweiliger Belehrung.

Dr. Friedrich Frank

## Die Kühlschrankschau der EKZ

Am 31. Juli ging nach zweimonatiger Dauer die Kühlschrankschau in den Ausstellungsräumen der EKZ zu Ende. Die Vorbereitungen dieser Schau, die den Zweck verfolgte, einen Überblick über das Angebot auf dem Kühlerätemarkt zu geben, waren noch vom früheren Propagandachef der EKZ, Herrn Heinrich Frei, durchgeführt worden. Herr Frei konnte leider den Erfolg seiner Bemühungen um diese Schau, die er auch nach seiner Pensionierung fortsetzte, nicht mehr erleben.

Die Ausstellung zeigte insgesamt 86 Apparate von 26 in- und ausländischen Firmen. Folgende Marken waren dabei vertreten:

### Absorptionsapparate

Electrolux: Electro-Lux AG., Zürich (Schweden)  
 Farner: Farner-Werke AG., Grenchen (Schweiz)  
 Fresco: Hans Eisinger, Basel (Schweiz)  
 Gallia: Hug & Vögeli, St. Gallen (Schweiz)  
 Minerva: Fabrik und Handels AG., Zürich (Schweiz)  
 Odag: Royal Co., AG., Zürich (Schweiz)  
 Servel: Sanitär-Bedarf AG., Zürich (USA)  
 Sibir: Kühlapparate G.m.b.H., Schlieren (Schweiz)  
 Superice: Etex S.A., Genf (Schweiz)

### Motorkompressoren

Autofrigor-Frigomatic: Autofrigor AG., Zürich (Schweiz)  
 Coldrator: Int. Refrigerator Co., Brixton (England)  
 Elcalor: Elcalor AG., Aarau (Schweiz)  
 Frigidaire: Applic. Electr. S.A., Zürich (USA)  
 Frigorrex: Frigorrex AG., Luzern (Schweiz)  
 General Electric: Novelectric AG., Zürich (USA)  
 Gibson: Rosset & Co., Genf (USA)  
 Kelvinator: E. Fischer, ing. comm., Zürich (USA)  
 Leonard: Philips-Lampen AG., Zürich (USA)  
 Marquette: Royal Co. AG., Zürich (USA)  
 Montward: Rollar-Electric Ltd., Zürich (USA)  
 Norge: Royal Co. AG., Zürich (USA)  
 Philco: P. Stadlin & Co., Zürich (USA)  
 Polarcold: Dane Timber Mills, Congleton (England)  
 Prestcold: Rosset & Co., Genève (England)  
 Therma: Therma AG., Schwanden (Schweiz)  
 Westinghouse: W. Schutz S.A., Lausanne (USA)

Von den ausgestellten Modellen entfielen 29 auf Absorptionsschränke und 57 auf Kompressorenaggregate. In

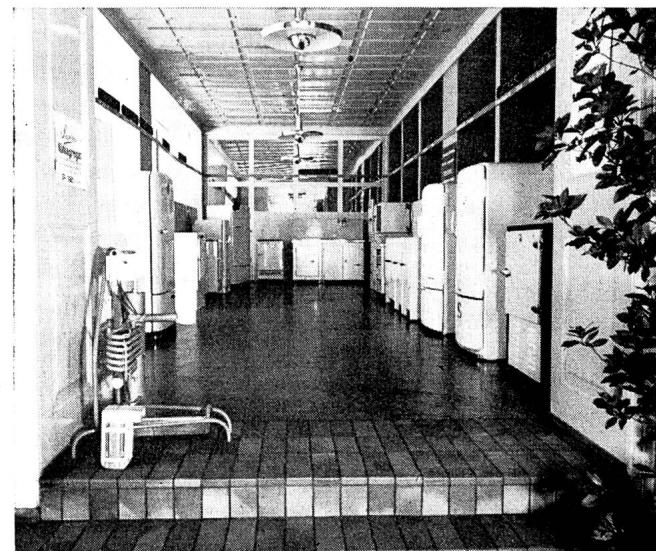


Fig. 17 Blick in den oberen Raum der Kühlschrankschau. Links am Eingang das Demonstrationsaggregat.

bezug auf die Herkunftsländer, d. h. die Fabrikationsstaaten, war die Verteilung folgende:

Schweiz	39 Geräte
USA	36 Geräte
Schweden	6 Geräte
Grossbritannien	5 Geräte

Den grössten Teil der Ausstellung machten die Haushalt-Kühlschränke aus, von denen 59 ausgestellt waren. Im weiteren waren 6 Gewerbe-Kühlschränke, 3 Glacémaschinen, 13 Kühl- und Tiefkühltruhen, 1 Kühlvitrine und 4 Herd-Spültrug-Kühlschrank-Kombinationen zu sehen.

Wie Fig. 17 zeigt, war am Eingang zum oberen Raum der Schau noch ein freistehendes Absorptionsaggregat der «Superice» als Demonstrationsobjekt ausgestellt. An Hand dieses Modells konnten sich die Besucher mit dem für viele merkwürdigen Phänomen der Kälteerzeugung mittels Wärme vertrauter machen.

Die Anordnung der Ausstellung in Nischen war sehr gelungen und gab dem Besucher einen gefälligen Überblick über die Geräte, an die er herantreten und sie aus der Nähe innen und aussen besichtigen konnte. Die Abbildungen geben eine Vorstellung von Aufbau und Reichhaltigkeit dieser Schau.

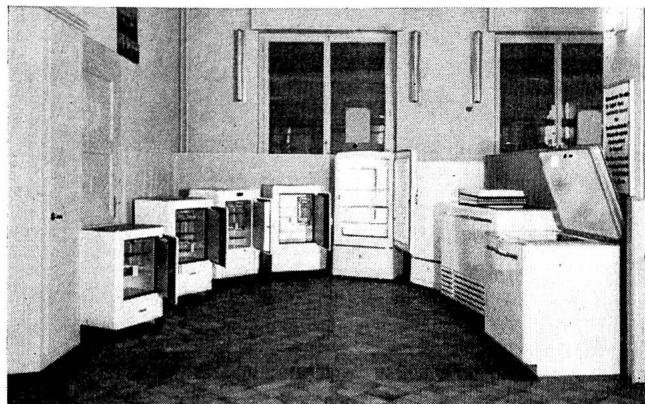


Fig. 18 Die Anordnung der Geräte in Nischen erlaubte eingehendes und vergleichendes Betrachten der Geräte.

In einem Nebenraum der Schau war ein kleiner Vortrags- und Vorführungsraum angelegt. Neben Vorträgen und Demonstrationen, die dort abgehalten wurden, konnten auch Werbe- und Aufklärungsfilme gezeigt werden.

Der Besuchserfolg des Kühlschranksalons war gut. Trotz der am 20. Juni einsetzenden Regenperiode, die mit empfindlicher Kühle verbunden war, besuchten viele Interessenten die Schau. Ohne das Eintreten der ungünstigen Witterung wäre der Besuch der Schau allerdings noch viel besser gewesen. Das bewiesen die Erfolge, die in der heissen ersten Junihälfte erzielt wurden. In diesen Tagen konnte eine Rekordzahl von Kühlschränken verkauft werden.

Obwohl sich bei der Anzahl der ausgestellten Geräte die Absorber zu den Kompressoren wie 1 : 2 verhielten, wurden gleichviele Absorber- wie Kompressorenschränke verkauft. Die Käufe verteilten sich auch zu gleichen Teilen auf in- und ausländische Fabrikate. Der verhältnismässig grössere Verkaufserfolg der Absorberschränke hängt mit der Tatsache zusammen, dass in der Schweiz das Interesse für kleinere Schränke mit bescheideneren Preisen überwiegt. Die meisten Absorberschränke haben einen Inhalt von 35—100 Liter, wobei nur «Servel» (USA) und «Electrolux» (Schweden) über diese Grösse hinausgehen. Die Kompressorenschränke weisen einen kleinsten Inhalt von 85 Liter auf (Therma), während die amerikanischen Schränke ein Minimum von 170 Liter Inhalt haben. Der kleinste Kompressorenschrank kostet aber be-



Fig. 20 Eine weitere Nische in der Kühlschrankschau, die eine Vorstellung von der Reichhaltigkeit gibt.

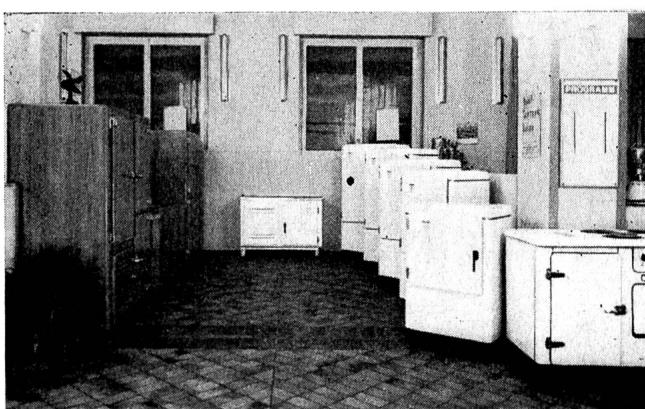


Fig. 19 Neben Haushaltkühlschränken waren auch gewerbliche Kühl anlagen ausgestellt. Rechts eine Herd-Kühlschrank-Kombination.

reits mehr als 1000 Fr., während die amerikanischen Schränke noch teurer sind. Obwohl diese USA-Geräte sehr prunkvoll ausgestattet sind und mit Plastikornamenten und allen möglichen Zutaten die Kauflust anreizen möchten, erscheinen sie schweizerischen Interessenten im allgemeinen doch etwas teuer.

Die Erfahrungen im Laufe der Ausstellung zeigten, dass in bezug auf die Preise eine Lücke besteht. Es sollte Einzelpersonen oder kinderlosen Ehepaaren ermöglicht werden, kleinere Modelle anzuschaffen. Zwischen dem 350 Fr. kostenden «35-Liter-Sibir» klafft eine grosse Lücke bis zum nächsten «40-Liter-Odag», dessen Preis 655 Fr. beträgt. Eine Ausnahme ist allerdings die 40 Liter fassende «Minerva»-Ganzholztruhe, die nach dem Absorptionssystem arbeitet und 622 Fr. kostet.

Damit ergibt sich die Tatsache, dass ein mittlerer Kühlschrank bei den heutigen Preisen für breite Volkskreise noch nicht erschwinglich ist. Vom gesundheitlichen, hauswirtschaftlichen und praktischen Standpunkt aus, sollte aber den Kühlschränken eine viel grössere Verbreitung ermöglicht werden. Die Aussichten dafür sind allerdings noch nicht sehr günstig, da eine Preisverminderung nicht zu erwarten ist. Bei geeigneter Aufklärung dürfte jedoch der 85-Liter-Therma-Kompressorenschrank, der etwas mehr als 1000 Fr. kostet, eine bedeutende Rolle spielen. Das Ausland, und besonders die USA werden kleinere Modelle nicht in grösseren Serien fabrizieren, da sie dafür nicht den nötigen Absatz haben. Wenn es einmal möglich sein sollte, gute mittlere Schränke zu etwas niedrigeren Preisen auf den Markt zu bringen, als es heute möglich ist, so ist nicht daran zu zweifeln, dass die Kühlschränke in der Schweiz rasch eine wesentlich grössere Verbreitung erlangen werden.

Immerhin darf man nicht vergessen, dass der Absatz von Kühlschränken nicht ausschliesslich eine Preisfrage ist. Auch Aufklärung und Erziehung der in Frage kommenden Abnehmer spielen eine grosse Rolle. Eine Intensivierung der diesbezüglichen Anstrengungen verbunden mit energischen Verkaufsbemühungen der Kühlschrankfirmen und der Elektrizitätswerke wird auch bei den heutigen Preisen die Verbreitung von Kühlschränken fördern können.

Die Kühlschrankschau der EKZ hat jedenfalls bewiesen, wie gross das Interesse weiter Kreise für Kühlgeräte ist.