

**Zeitschrift:** Bulletin des Schweizerischen Elektrotechnischen Vereins, des Verbandes Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen = Bulletin de l'Association Suisse des Electriciens, de l'Association des Entreprises électriques suisses

**Band:** 78 (1987)

**Heft:** 24

**Artikel:** UNIPEDE : 8. Konferenz über Öffentlichkeitsarbeit in Wien = UNIPEDE : 8e Colloque des relations publiques à Vienne

**Autor:** Hofer, P.

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-903954>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 23.11.2024

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

---

## UNIPEDE: 8. Konferenz über Öffentlichkeitsarbeit in Wien

---

Das Symposium über Öffentlichkeitsarbeit war dem Thema «Förderung des Image der Elektrizitätswirtschaft» gewidmet und fand vom 23.–25. September 1987 in Wien statt. An dieser Tagung der UNIPEDE (Internationale Union der Erzeuger und Verteiler elektrischer Energie) nahmen Delegierte aus 23 Ländern teil. Eingeladen hatte der Verband der Elektrizitätswerke Österreichs (VEÖ), dem auch die Organisation des Anlasses oblag.

**An der Eröffnungssitzung vom 23. September konnten Dr. E. Wenzl, Wien, Präsident des VEÖ, und Dr. J. Bucher, Luzern, Vizepräsident der UNIPEDE – in Abwesenheit des UNIPEDE-Präsidenten, Professor R. Guck –, rund 250 Konferenzteilnehmer begrüßen. In seinem einleitenden Referat «Herausforderungen an die Elektrizitätswirtschaft und Rolle der Öffentlichkeitsarbeit bei der Zielverwirklichung» gelangte Dr. J. Bucher zusammenfassend zu folgenden Schlussfolgerungen:**

- Die Zielsetzungen der Elektrizitätsbranche und der Elektrizitätswerke müssen dynamisiert werden; sie müssen über die Versorgungsaufgabe hinaus zu einer echten Dienstleistungspartnerschaft erweitert werden und zu einem Dialog im Bereich der Umwelthanliegen führen.
- Die heutige politische und Umweltsituation fordert von uns ein ganzheitliches, über die reine Elektrizitätswirtschaft hinausgehendes Denken und Handeln.
- Das Schwergewicht der Öffentlichkeitsarbeit muss vorerst gegen innen gerichtet sein; erst wenn die Branche und die einzelnen Elektrizitätswerke ihre Haltung, ihre Verhaltensweise auf die Herausforderungen der Zeit ausgerichtet haben, kann die PR-Arbeit im technischen Sinn nach aussen wirksam werden und glaubhaft wirken.

Das ungekürzte Referat ist in dieser Bulletin-Nummer publiziert.

Die dreitägige Konferenz stand unter der Leitung von Dr. A. Peter, Olten, Vorsitzender des UNIPEDE-Ausschusses für Öffentlichkeitsarbeit.

Jede der sechs Arbeitssitzungen stand im Zeichen eines sogenannten Hauptthemas und umfasste eine Reihe von Vorträgen und Kurzreferaten, welche im Plenum anschliessend diskutiert wurden. Äusserst interessant und anspruchsvoll waren die Referate der beiden Meinungs- und Sozialforscher B. Cutler (GB) und B. Cathelat (FR); diese zeigten den Wertewandel und die Entwicklung des Lebensstils in Europa auf, mit welchen wir in den letzten Jahren konfrontiert waren, und was uns diesbezüglich die 90er Jahre voraussichtlich noch bringen werden. Diese Perspektiven waren zugleich Ermahnung und Aufforderung, Veränderungen rechtzeitig wahrzunehmen und ihnen Rechnung zu tragen. Die erste Arbeitssitzung unter dem Titel «Diagnose» wurde mit der Kurzpräsentation von vier Fallstudien zur Meinungsforschung abgeschlossen.

Die beiden folgenden Sitzungen behandelten einerseits die zentrale Philosophie «Der Kunde ist König» und andererseits das Thema «Die Elektrizitätswirtschaft als guter Bürger». Diesen einleitenden Hauptreferaten von Dr. E. Wenzl (AT) und R. Dafer (GB) folgten die Vorstellung von Beispielen aus der Praxis von Elektrizitätswerken verschiedener Länder.

Daraus ging hervor, dass die Elektrizitätswirtschaft sich primär für ihren Hauptauftrag, die Sicherstellung der Stromversorgung, einzusetzen hat, gleichzeitig aber auch Verantwortung, beispielsweise im sozialen und kulturellen Bereich wahrnimmt.

Was unvorhersehbare und überraschende Krisen bedeuten, ihr möglicher Ablauf und die Verhaltensmuster in Theorie und Praxis waren die Themen der beiden nächsten Arbeitssitzungen. Trotz guten Lehren, die aus der Praxis gezogen werden können, zeigte die angeregte Diskussion: eindeutige und allgemein gültige Rezepte gibt es nicht. Sehr treffend war in diesem Zusammenhang das Kurzreferat «Vorbeugen ist besser als heilen» von R. Rosseel (BE); in seiner Zusammenfassung führte er aus:

- Jede verfügbare Information muss so rasch wie möglich und in Eigeninitiative der Unternehmung verbreitet werden. Wichtig ist dabei, dass Übereinstimmung und Einheitlichkeit der Aussagen gewährleistet sind; Voraussetzung dafür ist eine optimale Organisation.
- Das richtige Verständnis der Nachrichten muss durch eine gute Vorbereitung sichergestellt werden, um die Verständlichkeit zu erhöhen und ihre Glaubwürdigkeit zu verbessern.

Recht interessante Parallelen zu den PR-Aktivitäten der Elektrizitätswirtschaft, aber auch neue Möglichkeiten zeigten die Vorträge aus den drei Bereichen Tourismus (IT), Automobilindustrie (FR) und Chemie (CH) auf.

Die letzte Arbeitssitzung «Branchen-Kampagnen» war der Vorstellung von sechs konkreten Aktionen von Unternehmen und Organisationen der Elektrizitätswirtschaft gewidmet. Über Ziel, Zweck und erfolgreiche Durchführung des Tages der offenen Tür in den schweizerischen Elektrizitätswerken, dem «Stromtag '86», berichtete P. Hofer (CH) und illustrierte seine Ausführungen mit Bildern aus allen drei Landesteilen. Auch diese Beispiele waren Beweis dafür, wie vielfältig die Möglichkeiten sind, mit attraktiven Kampagnen die Öffentlichkeit zu erreichen und damit zur Imageförderung beizutragen.

Mit einem kurzen Resümee, dem Dank an Gastgeber und Organisatoren sowie dem Hinweis, dass die 9. Konferenz über Öffentlichkeitsarbeit im Jahre 1990 stattfinden werde, konnte Dr. A. Peter (CH) den UNIPEDE-Anlass in Wien schliessen.

P. Hofer, VSE

## UNIPEDE: 8e Colloque des relations publiques à Vienne

Le Colloque des relations publiques consacré à la «Promotion de l'image de marque de l'économie électrique» s'est déroulé du 23 au 25 septembre 1987 à Vienne (Autriche). Des délégués venant de 23 pays ont pris part à ce colloque de l'UNIPEDE (Union internationale des producteurs et distributeurs d'énergie électrique) qui s'est tenu à l'invitation du «Verband der Elektrizitätswerke Österreichs (VEÖ)», qui en a également assuré l'organisation.

**Lors de la séance d'ouverture du 23 septembre, E. Wenzl, Vienne, président du VEÖ – en l'absence du professeur R. Guck, président de l'UNIPEDE –, J. Bucher, Lucerne, vice-président de l'UNIPEDE, ont pu accueillir quelque 250 participants. Dans son exposé «Défis relevés par l'industrie électrique et rôle des relations publiques pour l'aider à atteindre ses objectifs», J. Bucher a tiré, en résumé, les conclusions suivantes:**

- **Les objectifs de l'économie électrique et des entreprises d'électricité doivent être dynamisés. Ils doivent être élargis pour passer de la tâche d'approvisionnement à une réelle prestation de services et à un dialogue dans le domaine des préoccupations écologiques.**
- **La situation politique et écologique actuelle exige de nous une manière de penser et d'agir plus globale et non pas limitée à la seule économie électrique.**
- **Les relations publiques doivent d'abord mettre l'accent sur les aspects internes. Ce n'est que lorsque la branche et les diverses entreprises d'électricité auront orienté leur attitude et leur comportement vers les défis du moment que le travail des relations publiques pourra devenir efficace et crédible vers l'extérieur.**

**L'exposé intégral est publié dans ce numéro.**

**Ce colloque de trois jours a été dirigé par M. A. Peter, Olten, président du Comité d'études des relations publiques de l'UNIPEDE.**

**Les séances de travail, qui étaient chacune consacrées à un thème principal, ont comporté une série d'exposés et de comptes-rendus discutés ensuite par l'assemblée plénière. Les deux exposés présentés par les professeurs B. Cutler (GB) et B. Cathelat (FR), deux spécialistes des sondages d'opinion et des recherches sociales, étaient exigeants mais fort intéressants. Ils ont montré le changement des valeurs et l'évolution du style de vie en Europe, phénomènes auxquels nous avons été confrontés ces dernières années, et ce qui, selon toute probabilité, nous attend encore vers les années 90. Ces perspectives ont été à la fois un avertissement et une invitation à percevoir à temps les modifications et à en tenir compte. La première séance de travail intitulée «Diagnostic» s'est achevée par une brève présentation de 4 études de cas relatives à des enquêtes d'opinion dans divers pays.**

**Les deux séances de travail suivantes ont étudié les thèmes «Le client est roi» et «L'industrie électrique, bon citoyen». Les exposés d'introduction tenus par E. Wenzl (AT) et R. Dafter (GB) ont été suivis de la présentation d'exemples tirés de la pratique des entreprises d'électricité de divers pays.**

**Il en est ressorti que l'économie électrique doit avant tout s'engager pour sa tâche principale qui est de garantir l'approvisionnement en électricité, tout en assumant toutefois une certaine responsabilité, p. ex. dans les secteurs social et culturel.**

**Les thèmes des deux séances de travail suivantes ont porté sur l'importance des crises imprévisibles et inattendues, leur déroulement possible et le modèle de comportement en théorie et en pratique. Malgré les enseignements utiles qui peuvent en être tirés, la discussion animée a montré qu'il n'existe pas de recettes évidentes et généralement valables. Et dans ce contexte, le bref exposé «Mieux vaut prévenir que guérir» de R. Rosseel (GB) a été fort apprécié. Il a expliqué dans son résumé que:**

- **toute l'information disponible doit être diffusée le plus rapidement possible et sur l'initiative propre de l'entreprise, en évitant toute incohérence ou discordance, ce qui nécessite une organisation sans faille;**
- **la perception correcte des messages doit être assurée par un travail de préparation visant à faciliter leur compréhension et à améliorer leur crédibilité.**

**Les exposés présentés par des professionnels du tourisme (IT), de l'industrie automobiles (FR) et de la chimie (CH) ont fait découvrir non seulement des parallèles assez intéressants avec le travail d'information de l'économie électrique, mais également de nouvelles possibilités.**

**La dernière séance de travail «Les campagnes de publicité institutionnelle» s'est penchée sur la présentation de six opérations concrètes d'entreprises et d'organisations de l'économie électrique. P. Hofer (CH) a parlé de la «Journée de l'électricité '86», journée «portes ouvertes» des entreprises d'électricité suisses, de son sens, son but ainsi que du succès de sa réalisation. Il a illustré son exposé de nombreuses photos prises dans les trois régions de Suisse. Ces exemples ont également été la preuve qu'il existe de nombreuses possibilités pour sensibiliser le public avec des manifestations intéressantes et ainsi contribuer à améliorer l'image de marque de l'économie électrique.**

**A. Peter (CH) a clos le colloque de l'UNIPEDE à Vienne après avoir présenté un bref compte-rendu, remercié les hôtes et organisateurs et informé que le 9e Colloque des relations publiques aura lieu en 1990.**

**P. Hofer, UCS**