Zeitschrift: Wasser- und Energiewirtschaft = Cours d'eau et énergie

Herausgeber: Schweizerischer Wasserwirtschaftsverband

Band: 40 (1948)

Heft: (12)

Rubrik: Kleine Mitteilungen, Energiepreisfragen, Werbemassnahmen, Verschiedenes

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: 17.07.2025

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

wendungen auf dem Gebiet der Elektrowärme und -kälte, der durch Graphiken, Lichtbilder und Filmvorführungen ergänzt wurde. Im Anschluss an ein gemeinsames Mittagessen wurden unter kundiger Führung in mehreren Gruppen die ausgedehnten Fabrikations-, Versuchs- und Lagerräume besichtigt. Es war dabei Gelegenheit geboten, besonders die Neuerungen im Herd- und Plattenbau sowie im Bau von Kühlschrankkompressoren kennenzulernen. Über diese Fragen werden wir in den nächsten Nummern der Schweizer Elektro-Rundschau eingehender berichten.

Elektrische Energie und Elektrogeräte sind komplementäre Güter, und das eine ist ohne das andere wertlos. Unsere Elektrizitätswerke sind auf technisch und gebrauchsmässig einwandfreie Geräte angewiesen, die auch äusserlich den Abnehmern gefallen und dazu beitragen, die Elektrizitätswirtschaft zu fördern. Die apparatebauende Industrie unseres Landes ist mit Energie und Tatkraft am Werke. Beim Besuch der Therma hat man sich in dieser bedeutenden Unternehmung persönlich davon überzeugen können. Aber auch alle übrigen Unternehmungen dieser Branche arbeiten ohne Zweifel daran, immer bessere, zweckmässigere und schönere Geräte auf den Markt zu bringen.

Der Therma sei auch an dieser Stelle der Dank für die angenehme und lehrreiche Gastfreundschaft ausgesprochen.

Werbe- und Aufklärungsaufwendungen amerikanischer Elektrizitätswerke

Die Public Utilities Advertising Association hat bei 135 Gas- und Elektrizitätsversorgungsunternehmungen Erhebungen über die absolute Höhe der Werbe- und Aufklärungsausgaben und deren prozentuale Verteilung auf die verschiedenen Werbemöglichkeiten durchgeführt. Die Resultate sind auch für uns von einigem Interesse, insbesondere soweit sie die Elektrizitätswerke betreffen.

Die genannte Erhebung hat ergeben, dass von den 135 untersuchten privaten und öffentlichen Gas- oder Elektrizitätsunternehmungen etwa die Hälfte pro Abonnent jährlich zwischen 86 Rp. und Fr. 2.53 für Werbung und Aufklärung ausgeben. Bei einem Drittel der Unternehmungen betragen diese jährlichen Aufwendungen sogar zwischen Fr. 2.58 und Fr. 4.25. (Umrechnungskurs 1 $ = Fr. 4.30.) Nur ganz wenige Unternehmungen geben weniger oder mehr aus. Immerhin sind fünf Unternehmungen festgestellt worden, die jährlich pro Abonnent über Fr. 6.88 ausgeben. Das scheinen aber Sonderfälle zu sein. Im Mittel wurde von allen Unternehmungen Fr. 2.54 pro Abonnent und Jahr für Werbung aufgewendet. Betrachtet man nur die untersuchten 42 Elektrizitätswerke, die über 7 456 796 Abonnenten verfügen, so betragen ihre Jahresaufwendungen Fr. 3.26 pro Abonnent. Bei der Betrachtung dieser recht eindrücklichen Zahl, ist in Betracht zu ziehen, dass einerseits die amerikanische Elektrizitätswirtschaft dem Kontakt mit der Öffentlichkeit eine viel grössere Bedeutung zumisst, als es z. B. bei uns der Fall ist, und dass anderseits in den USA der Kampf gegen die Verstaatlichungstendenzen ziemliche Mittel erfordert. Die mittleren Aufwendungen der betrachteten Elektrizitätswerke würden auf unsere Verhältnisse übertragen bedeuten, dass ein grosses städtisches Werk mit z. B. 100 000 Abonnenten jährlich Fr. 326 000 für Werbung und Aufklärung ausgeben müsste. Ein Vergleich mit unseren Verhältnissen ist aber kaum möglich, nicht zuletzt darum, weil in den Jahresabrechnungen unserer Elektrizitätsunternehmungen die Ausgaben für Werbung, Aufklärung und Beziehungen mit der Öffentlichkeit überhaupt nicht getrennt ausgewiesen werden. Diese Posten werden verschämt in andere versteckt. Die Gründe dafür sind bekannt und für die Einstellung den wichtigen Problemen der Aufklärung gegenüber, die da und dort noch vorhanden ist, bezeichnend, aber sie sind nicht überzeugend.

Es sei hier noch angeführt, dass die untersuchten amerikanischen Gas- und Elektrizitätswerke zur Hauptsache einen Prozentsatz von 0,4—1 % der Gesamtbruttoeinnahmen für Werbung und Aufklärung ausgeben. Nur auf die Einnahmen aus dem Elektrizitätsverkauf in unserem Lande bezogen, ergäbe das eine Jahressumme von 2—4 Mio Fr.! Bei allem Unterschied der Verhältnisse gibt das doch zu denken.

Von Interesse ist es auch festzustellen, wofür ein Elektrizitätswerk in Amerika seine Werbe- und Aufklärungsmittel ausgibt. Folgende Tabelle gibt darüber Auskunft.

Von den untersuchten 42 Werken gaben von den gesamten Werbeaufwendungen aus für:

Inserate in Tageszeitungen	34,5 %
Ausarbeitung dieser Inserate	5,2 %
Radiopropaganda	8,8 %
Werbung auf Rechnungen und Briefen	5,5 %
Werbebriefe	4,4 %
Schaufenster und Läden	3,8 %
Ausstellungen und Messen	4,3 %
Filmwerbung	7,0 %
Kataloge	3,5 %
Hauszeitschriften	5,2 %
Werbung durch Jahresberichte	3,2 %
Löhne für Werbepersonal	11,8 %
Marktforschung	2,2 %
Permanente Ausstellungsräume	4,4 %
Diverse, nicht zu trennende Posten	13,1 %
Gemeinschaftswerbung	10 %

Aus dieser Zusammenstellung ist ersichtlich, wie vielfältig die Werbe- und Aufklärungstätigkeit bei den Elektrizitätswerken in den Vereinigten Staaten aufgefasst wird. Ein grosser Teil dieser Werbe- und Aufklärungsmöglichkeiten wird allerdings auch bei uns ausgeschöpft, wobei aber mit bedeutend bescheideneren Mittel gearbeitet wird als es in den USA möglich ist. Dass unsere Elektrizitätswirtschaft es nicht nötig hätte, darf daraus allerdings nicht geschlossen werden.

Die Leistungen eines öffentlichen Dienstes, mögen sie für die Allgemeinheit noch so wichtig sein, geraten leicht in Vergessenheit, wenn man ihnen nicht durch ein Zusammenwirken aller modernen Aufklärungsmittel immer erneut Ausdruck zu verleihen weiss.

(Aus einem SBB-Jahresbericht)

Auswertung des neuen Dokumentarfilms

Im Laufe des Monats Dezember wurde der neue Dokumentarfilm «Wasserkraft — Ewige Kraft» durch die «Elektrowirtschaft» erstmals in einer weiteren Öffentlichkeit ausgewertet. Diese Auswertung erfolgte durch Pressevorführungen in sechs Schweizer Städten, zu denen ausser der Presse auch Mitglieder der Behörden, Politiker, Wirtschaftsführer, Fachleute und weitere interessierte Kreise eingeladen wurden. Diese Vorführungen fanden statt: am 30. November in Genf, am 2. Dezember in Zürich, am 8. Dezember in Bern, am 15. Dezember in Lausanne, am 17. Dezember in Basel und am 21. Dezember in Lugano.

An diesen Vorführungen wurde, nach einigen einleitenden Worten, jeweils die lange Fassung des Films vorgeführt. Anschliessend an die Vorführung wurde den Gästen von der «Elektrowirtschaft» ein Apéritif offeriert, bei dem sich in zwangloser Weise eine Aussprache und ein Austausch von Eindrücken ergab. Diese Apéritifs wurden entweder im Foyer des Kinos selbst oder in einem benachbarten Restaurant serviert. Die Gäste haben diese Art der Organisation der Filmvorführung geschätzt und es konnten dabei wertvolle persönliche Beziehungen zu Behörden und Pressevertretern angeknüpft werden. Es hat sich gezeigt, dass im allgemeinen ein sehr grosser Teil der Eingeladenen sich zu den Vorführungen einfand. Mit diesen sechs Vorstellungen konnte die ganze bedeutende Presse unseres Landes erfasst und etwa 600 führende Persönlichkeiten unseres Landes mit dem Film bekannt gemacht werden. Das Echo und die Besprechungen des Films in der Presse waren zahlreich und in fast allen Fällen positiv. In einer der nächsten Nummern der «Schweizer Elektro-Rundschau» werden wir eine Zusammenstellung über diese Presseurteile veröffentlichen.

Auf die weitere Auswertung des Films haben diese Vorführungen den guten und beabsichtigten Einfluss gehabt. Bereits liegen Anfragen für die Verwertung des Films in Kino und Fernsehen in den Vereinigten Staaten vor, das Eidg. Politische Departement hat eine Vorführung des Films in Paris angeregt und Verhandlungen mit weiteren Interessenten im Ausland konnten angebahnt werden.

Man kann heute schon mit Genugtuung feststellen, dass dieser Film auf dem besten Wege ist, im In- und Ausland für die schweizerische Elektrizitätswirtschaft und für unser Land allgemein zu wirken.

Kurzmeldungen

◆ Die Produktionskapazität der amerikanischen Firmen für schweres elektrisches Material ist fast bis Ende 1951 ausverkauft. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Elektroindustrie gegenüber dem Jahre 1939 ihre Kapazität um über 50 % gesteigert hat.

◆ Es sind Anzeichen vorhanden, dass für Elektro-Haushaltgeräte in den USA die Zeit des «sellers market» zu Ende geht. Die Produktion beginnt über die Nachfrage hinaus zu wachsen. Seit 1942 sind in den USA 680 neue Unternehmungen für die Fabrikation von Elektrogeräten entstanden. Man vermutet, dass diese Branche als eine der ersten mit ernsteren Absatzschwierigkeiten werde rechnen müssen.

◆ In Bayern sind gegenwärtig 1178 km des Bahnnetzes elektrifiziert. Nach einem neuen Plan sollen in den nächsten 20 Jahren weitere 2360 km auf elektrischen Betrieb umgestellt werden. Den Anfang soll die Strecke Regensburg–Nürnberg machen.

◆ Die Produktion elektrischer Glühlampen hat in Polen einen neuen Hochstand erreicht. Im September 1948 wurden 1 500 000 Glühlampen hergestellt, gegenüber 800 000 im entsprechenden Monat des Vorjahres.

◆ Die Elektrizitätserzeugung in der USSR ist für 1947 mit 54 Milliarden Kilowattstunden angegeben worden.

◆ In Russland herrscht grosser Mangel an Technikern. Die russische Elektrizitätswirtschaft hatte sich für 1947 das Ziel gesetzt 16 000 Techniker für Kraftwerkbetrieb auszubilden. Es wurden aber nur etwas mehr als 4000 Techniker ausgebildet. Ein akuter Technikermangel ist die Folge.

◆ In Rumänien hat das Innenministerium einen Plan aufgestellt, nach dem 2,7 Mld Lei für die Wiederinstandstellung und den weiteren Ausbau der Elektrizitäts- und Wasserversorgung aufgewendet werden sollen.

◆ Auf Jütland in Dänemark soll eine thermische Zentrale errichtet werden, die das südöstliche Versorgungsnetz Jütlands beliefern soll. Die Zentrale soll zwei Dampfturbinengruppen von je 32 500 kW erhalten. Ein späterer Ausbau auf insgesamt 200 000 kW ist vorgesehen. Teilweise Betriebsaufnahme ist für 1951 geplant.

◆ In Italien sind die Preise für kleine elektrische Standardmotoren italienischer Provenienz nahezu zweimal so hoch wie die Preise für die entsprechenden britischen oder amerikanischen Fabrikate.