Zeitschrift: Wohnen

Herausgeber: Wohnbaugenossenschaften Schweiz; Verband der gemeinnützigen Wohnbauträger

Band: 28 (1953)

Heft: 5

Rubrik: Geschäftsmitteilungen

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: 15.07.2025

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

gaben zugewiesen werden, namentlich auch die Vorbesprechung der Traktanden des Genossenschaftsrates, der Viertel-, Halbjahres- und Jahresberichte usw. Ferner sollen diese Kreise die Vertreter in den Genossenschaftsrat abordnen. Wir können hier nicht alle Vorteile dieser Form des Aufbaues der großen Konsumgenossenschaften auf den Ladengemeinschaften aufzählen und alle Probleme behandeln, die damit verbunden sind. Nur einen Punkt wollen wir hervorheben, nämlich den, daß die *Frauen,* die in den heutigen Genossenschaftsräten sich nicht wohl fühlen, weil sie keine Gelegenheit finden oder sich dort nicht getrauen, *das* vorzubringen und *die* Fragen zu behandeln, die sich für sie als Käuferinnen ergeben, *daß in der Ladengemeinschaft erstmals die Frauen in der Konsumgenossenschaft zu ihrem Recht kämen und zu der Bedeutung, die ihnen gebührt.* Es ist selbstverständlich, daß sie durch die Ladengemeinschaft auch zu einer stärkeren Vertretung kommen werden als heute, wo die Parteimaschine sehr wenig Frauen in die Behörden zuläßt.

Und nun komme ich zu der Frage, deretwegen ich dieses ganze Problem hier im «Wohnen» aufwerfe. Die *Kolonien der Bau- und Wohngenossenschaften* würden sich sehr gut eignen als einzelne Ladenkreise, als Ladengemeinschaften. Die einzelne Kolonie der Baugenossenschaften bildet schon für sich eine Gemeinde, namentlich da, wo die Kolonie noch ein eigenes Kolonielokal besitzt und wo die Kolonie es fertig bringt, ein eigentliches Gemeindeleben mit genossenschaftlichen und kulturellen Veranstaltungen zu verwirklichen. Diese Kolonien wären die gegebenen Kreise für die Ladengemeinden. Sie würden eine wichtige Aufgabe erfüllen, die namentlich auch im Interesse der Konsumgenossenschaften liegen würde, nämlich die *Schaffung eines besseren Kontaktes zwischen Baugenossenschaft und Konsumgenossenschaft,* die Stärkung des genossenschaftlichen Bewußtseins auch in den Mitgliedern der Baugenossenschaften, was doch wohl auch dazu führen würde, daß sie leichter für die Konsumgenossenschaft gewonnen werden könnten und daß sie treuere Konsumenten würden, statt daß sie vielfach bei den Gegnern der Genossenschaftsbewegung ihre Lebensmittel und Bedarfsartikel einkaufen. Der Aufbau der großen Konsumgenossenschaft auf der *Ladengemeinde* und dort, wo sich Kolonien der Baugenossenschaften befinden, diese als die gegebenen Ladenkreise und Ladengemeinden, das wäre ein Fortschritt, der allgemein der Stärkung des genossenschaftlichen Gedankens und der Förderung der genossenschaftlichen Entwicklung dienen würde. *H. B.*

Kleine Gartenhagpredigt

Die mildere Jahreszeit will anbrechen. Es dehnt sich in den Knospen, die springen möchten, um zu blühen. Wir spüren auch so etwas in uns. Wir gehen zögernd wieder vor das Haus, einmal wieder im Gärtlein auf und ab, begrüßen die Nachbarn am Gartenhag.

Ach, ja — die Nachbarn! Unzählige Menschen haben kein Gärtlein, Ihre Nachbarn wohnen oben oder unten oder nebenan auf dem gleichen Boden des Miethauses. Vielleicht kennt man einander gar nicht, vielleicht nur «allzu gut», vielleicht aber sind auch Nachbarn da, die man zu seinen hilfreichen Freunden zählen darf.

Sünder sind wir allzumal. Und wir haben scharfe Augen, wenn es gilt, die Fehler der — andern zu erkennen. Da braucht nur eine Frau irgend etwas anders zu tun oder zu machen, als wir es gewohnt sind, dann kommt sie uns schon verdächtig vor. «Das ist eine eigene!» denken wir. «Da dürfte Vorsicht am Platze sein.» Das ist der nächste Gedanke. Und aus Vorsicht wird Mißtrauen, aus Mißtrauen wird Mißgunst und Übelwollen. Wir wissen gar nicht mehr, wie es anfing. Aber jene Frau mögen wir auf einmal gar nicht.

Wären wir gleich zu ihr hingegangen und hätten gefragt: «Sagen Sie einmal, warum machen Sie das so ganz anders als ich? Sehen Sie als Hausfrau einen Vorteil darin? Oder darf ich Ihnen einmal zeigen, wie ich das immer mache? Vielleicht können Sie etwas davon profitieren.» Ja, hätten wir es so gemacht, man hätte sich vielleicht befreundet. Man hätte gegenseitig voneinander gelernt, wie man sich die Arbeit leichter machen kann.

Aber so haben wir zuerst geschwiegen. Dann haben wir angefangen, jene Frau nicht zu mögen. Und dann sind wir gegangen und haben einer anderen Nachbarin «ganz im Vertrauen» im Treppenhaus von dieser «Merkwürdigen im dritten Stock» etwas geflüstert. Schon gibt's jetzt Parteien!

Halt! Tun wir einen Blick auf die Weltkugel! Ist es denn da anders? Die Amerikaner finden, so wie wir uns einrichten, das sei doch verrückt altmodisch und umständlich. Wir seien dann schon Sonderbare! Und wir finden, die Amerikaner seien eine kulturlose, ungebildete Bande, die nur aufs Geld aus sei. Und die Deutschen finden, alle Italiener und Franzosen seien faul und verrottet. Und die Franzosen können die Deutschen nicht schmecken; sie seien so überheblich. Statt miteinander zu reden und sogar voneinander zu lernen, machen sie einander gegenseitig — auch Dritten gegenüber — herunter. Genau wie die Hausfrauen im Treppenhaus.

So entstehen Kriege.

Und jetzt kommt der Frühling, wo sich wieder neu Gelegenheit bietet, freundschaftlich am Gartenhag mit den Nachbarn zu plaudern . . . *Fridolin*

GESCHÄFTSMITTEILUNGEN

Das Leben schöner gestalten

Ein Wunsch, der sich durch die Geschichte der Menschheit hinzieht, seit es eine Menschheit gibt. Kriege und Völkerwanderungen sind auf diesen Wunsch zurückzuführen.

In unserer Zeit waren es hauptsächlich Erfindungen technischer Art und im 20. Jahrhundert auch die Auffassungen über das Wohnen, die zum Ziele hatten, das Leben schöner zu gestalten. Tausende von Haushaltungen leben heute schöner, gesünder und glücklicher in Tausenden von Genossenschaftswohnungen. Und in allen diesen Wohnungen und in Tausenden von andern genießt man, ohne sich dessen eigentlich bewußt zu werden, die unzähligen Vorteile, die uns die Elektrizität und ihre mannigfaltigen Anwendungen bieten.

Die *Westinghouse*-Werke, deren Namen durch die berühmten Eisenbahnbremsen Weltruf genießt, haben früh die Entwicklungsmöglichkeiten der praktischen Anwendung von Elektrizität im Haushalt erkannt und keine Mühe, keine Risiken und keine Mittel gescheut, sich auf diesem Gebiete eine führende Stellung zu erringen.

In 87 Betriebsanlagen in 31 Staaten von den USA bemühen sich 112 000 Arbeiter und Angestellte, von der ein-

fachen Glühbirne bis zur Schiffsturbine erstklassige Qualitätsprodukte herzustellen. Und dies mit Erfolg. Als im Jahre 1952 der neue amerikanische Ozeandampfer «United States» das Blaue Band gewann, verdankte er diesen Sieg den *Westinghouse*-Turbinen.

1886 wurde die Gesellschaft durch George Westinghouse, den Erfinder der Eisenbahnbremsen, gegründet. Schon er bewies offenes soziales Verständnis: seine Firma führte als erste in den Vereinigten Staaten den freien Samstagnachmittag ein.

Seither wurden den Werken Rückschläge nicht erspart. Immer aber kam *Westinghouse* wieder hoch, und unter der heutigen Leitung stiegen die Verkaufsziffern von 730 Millionen Dollar im Jahre 1945 auf 1400 Millionen Dollar im Jahre 1952.

Der Verbrauch an elektrischem Strom hat sich in den USA seit 1900 in jedem Jahrzehnt rund verdoppelt. Um mit dieser Verdoppelung Schritt halten zu können, hat *Westinghouse* 230 Millionen Dollar in den letzten Jahren neu investiert und hält für die nächsten drei Jahre weitere 200 Millionen Dollar für den gleichen Zweck bereit.

Daß eine ersprießliche Entwicklung nur mit einer treuen Belegschaft möglich ist, hat die Leitung schon längstens eingesehen. Das Zusammengehörigkeitsgefühl zwischen Leitung und Belegschaft wird sorgfältig gepflegt, und das Verhältnis zu den Gewerkschaften ist ausgezeichnet. «Human Relations» waren bei *Westinghouse* eine Selbstverständlichkeit, bevor sie den Beigeschmack eines Modeartikels erhielten. Vor Jahren schon ließ die Firma ihre Produkte auch durch die Arbeiter verkaufen, mit dem Ergebnis, daß 28 000 Arbeiter in fünf Jahren 660 000 Artikel für 29 Millionen Dollar verkauften. Auch diese Arbeiterverkäufer machen ihre Erfahrungen und bringen sie der Geschäftsleitung zur Kenntnis, die ihrerseits davon wieder Nutzen zieht. Bei dem Machtfaktor, den die amerikanischen Gewerkschaften darstellen, ist nicht zu befürchten, daß die einzelnen Arbeiter durch die enge Verbindung mit der Geschäftsleitung in ein unwürdiges Abhängigkeitsverhältnis zu ihrer Firma geraten. Was aber aus dieser originellen Zusammenarbeit entspringt, ist die Erkenntnis gemeinsamer Interessen und der Tatsache, daß gegenseitiges Sich-Verstehen und Einigkeit zu Hause (im Betrieb) beginnen müssen.

Die Einsicht, daß Qualitätsarbeit nur erreicht und beibehalten wird, wenn in einem Betrieb gesunde menschliche und soziale Zustände herrschen, hat sich auch bei uns allgemein durchgesetzt.

Der Ruf ausgezeichneter Qualität, den die *Westinghouse*-Produkte in Amerika und immer mehr auch in Europa genießen, ist weitgehend auf die beinahe als ideal anzusprechenden Verhältnisse in den Werken zurückzuführen. Außerdem weiß jeder Arbeiter, daß in den Betrieben kein Artikel zur serienweisen Fabrikation gelangt, bevor nicht eingehende, oft jahrelange Versuche dieselbe Sicherheit im späteren täglichen Gebrauch des Produktes gewährleisten, die heute noch für das erste Fabrikat, für die Eisenbahnbremsen, typisch ist.

Westinghouse-Ingenieure experimentierten während zehn Jahren, bei einem Aufwand von 790 000 Dollar, bis der Kühlschrank als gebrauchsfähig und der Marke würdig befunden wurde. Der Lohn für diese Sorgfalt in der Vorbereitung blieb nicht aus: Heute gelten die *Westinghouse*-Kühlschränke in den USA als die besten. Die erreichten Verkaufsziffern zwangen die Geschäftsleitung zum Bau eines neuen Riesenbetriebes in Columbia, wo in allernächster Zeit die ausschließliche Herstellung von Kühlschränken aufgenommen wird.

Das *Westinghouse*-Prinzip geht dahin: Nicht einen momentanen, boomartigen Verkaufserfolg erzielen, sondern den guten Namen durch Qualitätsarbeit erhalten, immer mehr Leuten zum Bewußtsein bringen, daß mit einem *Westinghouse*-Produkt ein Helfer fürs ganze Leben erworben wird. Darum werden auch keine «Kühlschränkli» hergestellt, sondern Modelle von 113 bis 340 Liter Inhalt. Eine Hausfrau wird folglich nie enttäuscht sein und wird nie innert kurzem bereuen, einen zu kleinen Kühlschrank angeschafft zu haben. Auch die vorurteilslose Schweizer Hausfrau ist heute zur Einsicht gelangt, daß ein Kühlschrank eigentlich nie groß genug sein kann. Der Kolbenkompressor, mit welchem die *Westinghouse*-Kühlschränke ausgerüstet sind, kühlt nachgewiesenermaßen nach 20 Jahren noch genau so gut, wie am ersten Tage, denn er ist praktisch überhaupt keiner Abnützung unterworfen.

Aber nicht nur mit Kühlschränken will *Westinghouse* unser Leben schöner, lebenswerter gestalten.

Der Geschirrwaschautomat zum Beispiel ist so konstruiert, daß er die Vorteile der sich von vorn und von oben öffnenden Apparate vereinigt, denn durch das einzigartige Schubladensystem kann der Deckel als Abstellfläche benützt werden. Ein schmucker Schrank, mit einfachsten Linien, ist er der Geschirrwaschautomat mit dem größten Fassungsvermögen. Mit ihm wird die Hausfrau von der mühsamsten und zeitraubendsten aller Küchenarbeiten entlastet, und sie erspart sich damit wöchentlich einen ganzen Arbeitstag.

Und der Waschautomat? Er ist ein Produkt 20jähriger Erfahrung im Automatenbau und wird täglich in über 2500 Exemplaren hergestellt. In den Vereinigten Staaten ist er der weitaus am meisten verkaufte Waschautomat. Vom Nationalkomitee der amerikanischen Ingenieurvereinigung erhielt *Westinghouse,* bei Beteiligung der bekanntesten Fabrikate, als einzige Marke die höchste Auszeichnung für hervorragende Konstruktion, erstklassiges Material und überdurchschnittliche Betriebssicherheit zuerkannt.

In einem schweizerischen Industriebetrieb findet seit Jahren ein *Westinghouse*-Waschautomat ununterbrochen Verwendung, mit welchem bis heute rund 7000 Wäschen gemacht wurden, das einer 60- bis 70jährigen Betriebsdauer bei einer mittleren Familie entspricht. Dies alles ohne jede Reparatur, mit einer einzigen kleinen Zwischenrevision. Damit ist eigentlich der Beweis erbracht — und zahlreiche, in Mehrfamilienhäusern installierte Waschautomaten erhärten ihn —, daß der *Westinghouse*-Waschautomat der strengsten Beanspruchung gewachsen ist.

Gerade er ist wie eigens dazu geschaffen, unser Leben und insbesondere das Leben unserer Hausfrauen schöner zu gestalten.

Schöner einmal, weil das Waschen mit dem Automaten mühelos erfolgt, sodann hauptsächlich, weil die gesundheitsschädigenden Nachwirkungen des Waschens nach bisheriger Methode zum vornherein ausgeschaltet sind.

Wenn man bedenkt, daß zum Beispiel allein durch Rheumaerkrankungen der schweizerischen Volkswirtschaft ein jährlicher Schaden von rund 430 Millionen Franken (Tuberkulose 100 Millionen Franken!) entsteht, und wenn man weiter bedenkt, in welchem Ausmaße das Verrichten von Arbeiten in und mit Wasser Rheuma fördert, wird uns klar, wie mit diesen Waschautomaten das Leben tatsächlich schöner gestaltet werden kann. Niemand weiß zum voraus, ob er rheumaanfällig ist. Es ist aber ärztlich festgestellt, daß Rheumaanfällige durch Arbeit in und mit Wasser bestimmt der Krankheit zum Opfer fallen. Es kann sicherlich nicht als Luxus betrachtet werden, wenn Mehrfamilienhäuser mit *Westinghouse*-Waschautomaten versehen werden, es sei denn, man betrachte alles als Luxus, was zum Schutze der Gesundheit vorgekehrt wird. Durch die Installation eines Automaten fallen zudem die Kosten für den Waschherd, für den Spültrog und für die Schwingmaschine weg, und jeder Familie und jeder Hausfrau wird schwere Arbeit und viel Leid erspart. Der Schaden nämlich, welcher den Knochen und Gelenken durch Arthritis zugefügt wird, kann höchstens eingedämmt, aber nicht rückgängig gemacht werden. Im übrigen sind Genossenschaftswohnungen zum größten Teil von Leuten bewohnt, die sich den zweifelhaften «Luxus» nicht leisten können, das Erkrankungsrisiko für 15 bis 20 Franken monatlich auf die Waschfrau abzuschieben. Der *Westinghouse*-Waschautomat ist eine wirksame Verhütungsart von Gicht und Rheuma.

Ein zweiter Punkt: Das Kochen der Wäsche.

Von zahlreichen kompetenten Wissenschaftern des In- und Auslandes wird einwandfrei nachgewiesen, daß ein Erhitzen der Laugen auf Temperaturen von über 85 Grad Celsius nicht nur der Wäsche Schaden zufügt, sondern auch die Wirksamkeit der verwendeten Waschmittel herabsetzt, ja sogar gänzlich aufhebt.

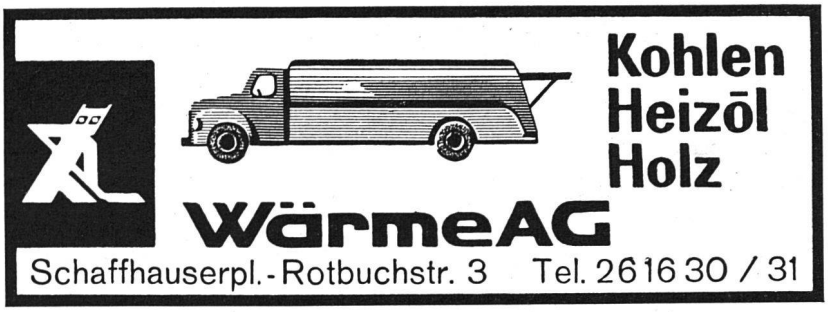
Die Schweizer Hausfrau läßt sich jedoch nur schwer von der althergebrachten Kochmethode der Wäsche abbringen. Um ihr entgegenzukommen bringt *Westinghouse* ausschließlich auf dem Schweizer Markt auch einen mit Heizung versehenen Automaten zum Verkauf, der das Kochen der Wäsche

gestattet. Da im Automaten der ganze Waschprozeß verschlossen vor sich geht und also keine Verbindung mit der Atmosphärenluft besteht, dauert dieses Kochen nur einen Bruchteil der Zeit, die bis anhin dafür benötigt wurde, was nochmals eine Verbilligung bedeutet, denn die Wäsche wird geschont, und die Waschmittel behalten ihre volle Wirkung.

Die Elektrizität, unser bester nationaler Rohstoff, kann also in ungeahntem Ausmaße dazu beitragen, unser Leben schöner zu gestalten, und *Westinghouse* trägt durch seine Maschinen und Apparate noch wesentlich dazu bei.

Einen zweiten, nicht minder schätzungswerten Rohstoff besitzen wir allerdings noch, nämlich die gewissenhafte Qualitätsarbeit, die unserer Exportindustrie erlaubt, sich mit ihren sicher nicht billigen Produkten auf den Weltmärkten zu behaupten und die damit auch dazu beiträgt, unser Leben schöner zu gestalten. Gerade aber unsere Abhängigkeit von den Weltmärkten bringt uns zum Bewußtsein, daß nur ein freier Güteraustausch, das heißt ein angemessener Import fremder Produkte, auch den Absatz unserer Produkte in aller Welt gewährleistet.

Ich trockne meine Wäsche im
Avro dry tumbler
A. von Rotz, Ing., Basel 12 3 Linien: (061) 4 24 52 4 52 30 2 59 23



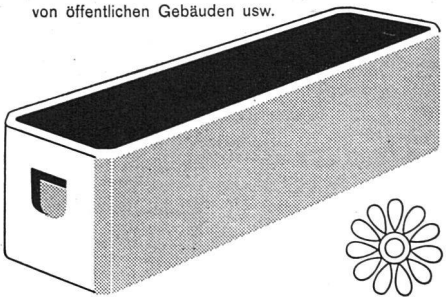
ARMATUREN
NYFFENEGGER & CO., ZÜRICH-OERLIKON

TÜRENFABRIK AG ZÜRICH
RÖSCHIBACHSTRASSE 1
Telephon 26 21 62
Serienmäßige Herstellung gestemmter und glatter Türen · Normierte Türen

Gipser- und Edelputzgeschäft
GOTTFRIED MEIER, ZÜRICH
Allmendstraße 77 Telephon 45 29 10

FENSTER & TÜREN
WINCKLER A.G. FRIBOURG
529

Blumenkistchen
Für Fenster- und Balkonschmuck von Privat- und Geschäftshäusern, von öffentlichen Gebäuden usw.



In einem Stück geformt; in verschiedenen Grössen erhältlich, nicht faulend und dauerhaft.
Eternit-Saatschalen zum Pikieren sind für den Gemüsezüchter unentbehrlich.

Eternit
ETERNIT AG NIEDERURNEN TEL. (058) 41 55 55