

Zeitschrift: Bulletin des Schweizerischen Elektrotechnischen Vereins, des Verbandes Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen = Bulletin de l'Association suisse des électriciens, de l'Association des entreprises électriques suisses

Herausgeber: Schweizerischer Elektrotechnischer Verein ; Verband Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen

Band: 77 (1986)

Heft: 8

Rubrik: Öffentlichkeitsarbeit = Relations publiques

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: 17.03.2025

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

Offene Stellen / Emplois vacants

- Ref. 2039 Elektrizitätsversorgung Kirchberg, 9533 Kirchberg (Hr. P. Diethelm, Tel. 073/31 10 31)
Ref. 2040 Elektrizitätswerk Opfikon, 8152 Glattbrugg (Hr. A. Weiss, Tel. 01/829 82 50)
Ref. 2041 Elektrizitätswerk Schwanden, 8762 Schwanden (Hr. R. Bühler, Tel. 058/81 13 83)

Stellengesuche / Demandes d'emploi

- Ref. 5009 Raum Nordwestschweiz (Richard Dold, Ringstrasse Nord 25, 5600 Lenzburg, Tel. P: 064/51 48 20,
G: 064/31 12 44)

Öffentlichkeitsarbeit Relations publiques

Der EW-Verkaufsladen: ein hervorragendes PR-Instrument

Eine von der INFEL durchgeführte Tagung für Entscheidungsträger von EW-Verkaufsläden stiess auf ein unerwartet grosses Interesse, delegierten doch über 30 Werke einen Vertreter an die Veranstaltung. Fazit der Tagung: Trotz oft nicht sehr einfachen Randbedingungen bestehen durchaus Möglichkeiten, einen EW-Laden in einem wirtschaftlich tragbaren Rahmen zu führen. Ausserdem ist der Verkaufsladen ein hervorragendes PR-Instrument.

Wie N.J. Kuster (INFEL) einleitend ausführte, dürften die Probleme mit dem Verkaufsladen in den meisten EW ähnlicher Natur sein. Ziel der Tagung war es, den Ist-Zustand aufzuzeigen und die bestehenden Probleme zu analysieren. Weiter sollten Lösungsansätze vermittelt und schliesslich auch Gelegenheit geboten werden, Erfahrungen auszutauschen.

In seinem Referat «Standortbestimmung und Lösungsansätze» stellte Dr. H.R. Arm, Fa. Conpatex AG, Zürich, die Situation der EW-Läden aus der Sicht eines Marketing-Spezialisten dar. Er beleuchtete die Dreieckbeziehung zwischen Kunden, Markt, und EW-Laden im Umfeld der besonderen Situation, mit der die Elektrizitätswerke konfrontiert sind. Seine Schlussfolgerung: Der EW-Laden muss je nach Verhältnissen irgendwo zwischen einem reinen Fachgeschäft und einer reinen PR-Stelle angesiedelt werden, es ist aber eine klare Strategie und eine klare Zielsetzung erforderlich.

Die «Voraussetzungen für eine verkaufsorientierte Führung» wurden von W. Schärli, Turmix AG, dargelegt. Eine von der Turmix in Auftrag gegebene neutrale Marktstudie kommt zum Schluss: Erfolge sind machbar, auch heute noch, und auch im Fachhandel.

M. Gabi, AEK Solothurn, zeichnete die Möglichkeiten auf, die der EW-Laden für PR und Information bietet. Dass daneben aber durchaus auch ein wirtschaftlich tragbares Ergebnis erzielt werden kann, konnte er am Beispiel des AEK-Ladens eindrücklich zeigen.

Wie wichtig das Marketing für jede Unternehmung (auch für Monopolbetriebe) heute ist, ging aus dem Referat von R. Beer, Marketingleiter Postcheck bei der PTT, hervor. Es zeigte aber auch, wie schwierig der Weg ist, bis der Marketing-Gedanke sich durch alle Hierarchien bei jedem Mitarbeiter festgesetzt hat.

Der Nachmittag war einer rege geführten Podiumsdiskussion und dem Erfahrungsaustausch gewidmet. Zusammenfassend sind daraus zwei Hauptpunkte hervorzuheben: Erstens können auch mit einem EW-Laden wirtschaftlich akzeptable Ergebnisse erzielt werden. Er ist nicht geeignet für Billigangebote, es gibt aber verschiedene Möglichkeiten, auf «Marktnischen» auszuweichen. Zweitens sollten in der heutigen Situation bezüglich des Anscheins der Elektrizitätswerke in der Öffentlichkeit nicht nur rein wirtschaftliche Überlegungen eine Rolle spielen. Über den Ladentisch kommen so viele Informationen, Wünsche, Anregungen und auch Reklamatio-

Le magasin de vente de l'entreprise d'électricité: excellent atout

L'intérêt soulevé par une journée de discussion que l'INFEL a réalisée pour les cadres des magasins de vente des entreprises d'électricité a été inattendu. En effet, quelque 30 entreprises y ont délégué un représentant. La conclusion qui a pu être tirée de cette journée a montré que, même si les conditions ne sont pas toujours très bonnes, il existe vraiment des possibilités de gérer ces magasins de vente de manière rentable. Le magasin de vente est en outre un excellent instrument de soutien des relations publiques.

Ainsi que Monsieur N.J. Kuster (INFEL) l'a expliqué dans son discours d'introduction, la plupart des entreprises d'électricité a vraisemblablement des problèmes semblables. L'objectif de la journée a donc été de mettre en évidence la situation telle qu'elle se présente actuellement et d'en analyser les problèmes. Cette journée a en outre voulu donner des idées de solution et permettre aux participants d'échanger leurs expériences.

Dans son exposé «Mise au point et solutions proposées» (Standortbestimmung und Lösungsansätze), Monsieur H.R. Arm, Conpatex S.A. Zurich, a parlé de la situation de ces magasins de vente selon le point de vue d'un expert en marketing. Il a clarifié la situation actuelle, c.-à-d. qu'il a expliqué les rapports existant entre les clients, le marché et le magasin de vente de l'entreprise d'électricité tout en se référant à la situation particulière à laquelle les entreprises d'électricité sont confrontées. Il a abouti à la conclusion que, suivant les circonstances, le magasin de vente doit se situer entre un magasin spécialisé et un service d'information. Ceci demande toutefois une stratégie claire et un objectif précis.

Monsieur W. Schärli, Turmix S.A., a traité dans son exposé les «conditions garantissant une gestion orientée vers la vente» (Voraussetzung für eine verkaufsorientierte Führung). Une étude neutre du marché a été réalisée à la demande de Turmix, étude qui montre que même de nos jours et même dans le commerce spécialisé, la réussite n'est pas un vain mot.

Monsieur M. Gabi, AEK Soleure, a mis en évidence les possibilités que le magasin de vente de l'entreprise d'électricité offre aux relations publiques et à l'information. En outre, en se basant sur l'exemple d'un magasin AEK, il a démontré de manière impressionnante qu'il est possible d'obtenir un résultat intéressant sur le plan économique.

L'exposé de Monsieur R. Beer, directeur du marketing chèques postaux PTT, a relevé l'importance actuelle du marketing pour toute entreprise (y compris les entreprises de monopole). Il a toutefois aussi souligné la difficulté à faire accepter à chaque collaborateur, à tous les échelons de la hiérarchie, les idées de marketing.

Une vive discussion ainsi qu'un échange d'expériences ont suivi au cours de l'après-midi. En résumé, on peut relever deux points

nen, dass davon alle Stellen eines EW profitieren können. Mit einem Laden und seinem Personal kann ein EW aus der Anonymität heraustreten, durch ihn wird es personifiziert; die Bevölkerung (vor allem auf dem Land) fühlt sich weniger von einer zentralen Stelle aus diktiert. Ein Stromkunde geht viel eher in ein Ladengeschäft als in ein Verwaltungsgebäude. Der Kontakt im Laden bietet auch eine gute Möglichkeit, den Kunden über den sinnvollen und sparsamen Einsatz von Energie im allgemeinen und vom Strom im besonderen zu beraten. Es wäre zu wünschen, dass die Elektrizitätswerke die hervorragenden Kontaktmöglichkeiten, die ihnen der Laden bietet, möglichst effizient auszunutzen verstehen.

R. Spalinger, INFEL

principaux: premièrement, les magasins de vente des entreprises d'électricité peuvent obtenir des résultats intéressants sur le plan économique. Ils ne se prêtent pas à l'écoulement d'offres bon marché. Il existe toutefois diverses possibilités pour se tourner vers d'autres créneaux commerciaux. Deuxièmement, il ne faudrait pas accorder toute l'importance aux réflexions purement économiques. Le magasin de vente, étant une sorte de plaque tournante par où passe un grand nombre d'informations, de souhaits, de suggestions, mais aussi de réclamations, représente aussi un avantage pour tous les services d'une entreprise d'électricité. Grâce à son magasin et son personnel de vente, une entreprise d'électricité peut sortir de l'anonymat. Les contacts directs avec la clientèle sont possibles, la population (en particulier à la campagne) n'a pas l'impression de dépendre d'un service central. Un consommateur d'électricité ira plus facilement dans un de ces magasins de vente que dans un bâtiment administratif. Le magasin de vente offre en outre la possibilité de conseiller le client sur la manière d'utiliser raisonnablement et économiquement l'énergie en général et l'électricité en particulier. Il serait souhaitable que les entreprises d'électricité puissent profiter au mieux des excellentes possibilités que le magasin de vente leur offre dans le domaine des relations publiques.

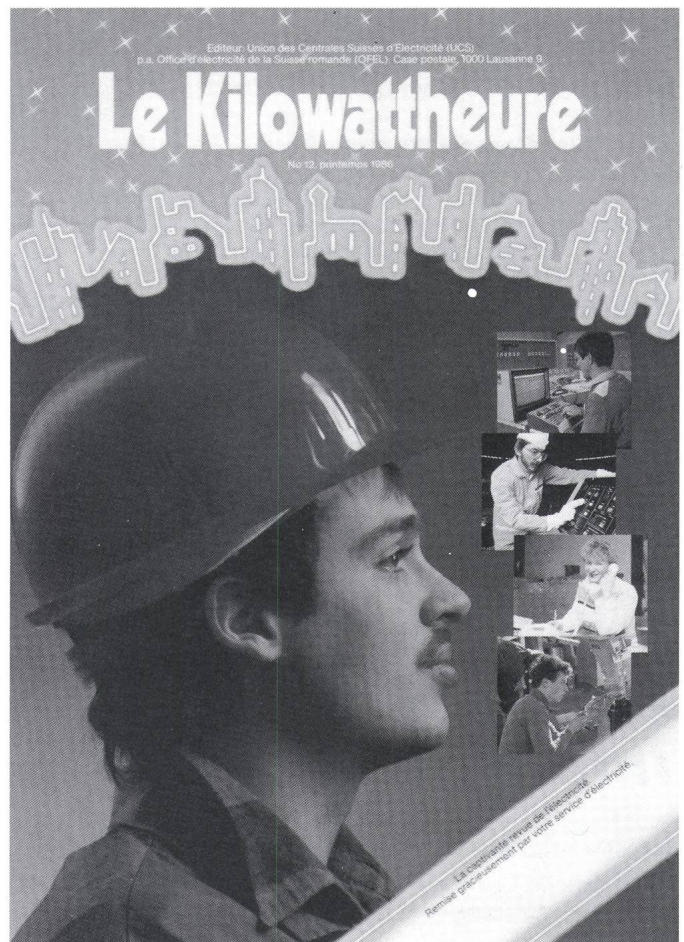
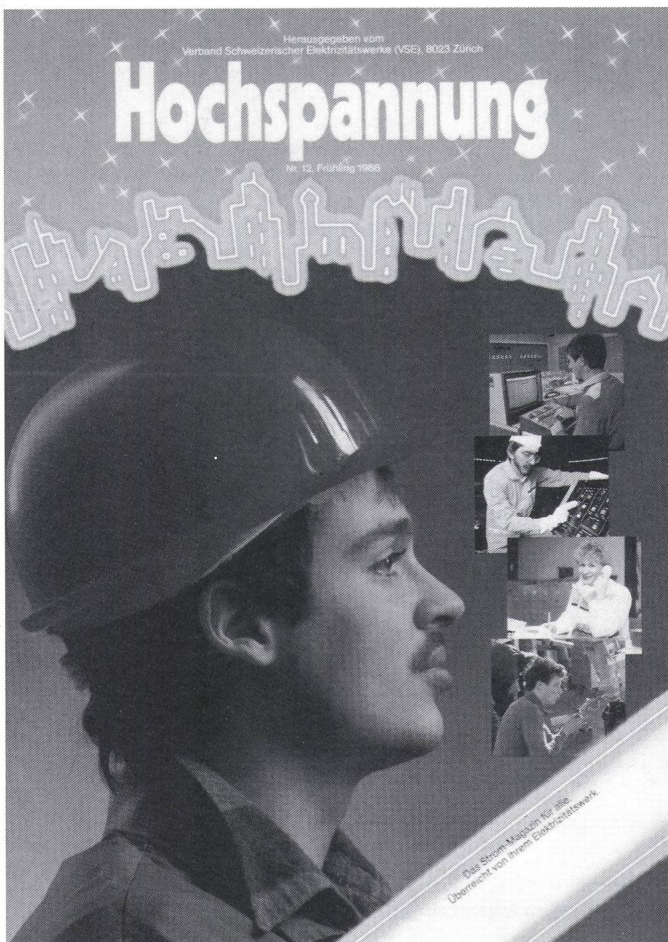
R. Spalinger, INFEL

Strom-Magazin «Hochspannung», Ausgabe 1986

Die diesjährige Ausgabe der «Hochspannung» – sie erscheint Anfang Mai – möchte dazu beitragen, die für den «Stromtag '86» gesteckten Informationsziele zu erreichen. Die Bevölkerung soll die Elektrizitätswirtschaft noch besser kennenlernen als lokale Versorgungsunternehmen, in dem Menschen «wie du und ich» ihr Bestes geben, damit die Stromversorgung gewährleistet werden kann. Im neuen Strom-Magazin werden einige der 25 000 in der Elektrizitätswirtschaft Tätigen vorgestellt. Die Personenporträts umfassen Arbeitsbereiche aus der Stromproduktion, der Übertragung, Feinverteilung und Administration. Es wird gezeigt, welches die alltäg-

Le magazine de l'électricité «Le Kilowattheure», édition 1986

La nouvelle édition du «Kilowattheure», qui paraîtra au début du mois de mai, doit soutenir la «Journée de l'électricité 86» et ses objectifs d'information. Le public doit avoir la possibilité de mieux connaître l'économie électrique au niveau de l'entreprise d'approvisionnement locale où des personnes «comme les autres» s'efforcent de donner le meilleur d'elles-mêmes afin de garantir un bon approvisionnement en électricité. Sur les quelque 25 000 collaborateurs de l'économie électrique, quelques-uns ont été choisis pour être présentés de plus près dans cette nouvelle édition. Les portraits décrivent des collaborateurs travaillant dans divers secteurs, com-



lichen Arbeiten dieser Mitarbeiter sind, wie sie sich als Menschen in einer wichtigen Dienstleistungsbranche fühlen und wie sie ihre Arbeitswelt erleben. Aber auch über die ausserberufliche Seite wird berichtet. Welche Hobbies und Freizeitbeschäftigungen pflegen diese Mitarbeiter als Ausgleich zu ihrem anforderungsreichen und oft harten Berufsalltag? Zur besseren Verständlichkeit der Arbeitsbereiche sowie zur Einordnung der Tätigkeiten ist in der Mitte des Heftes auf einer vierfarbigen Zeichnung der Weg des Stromes vom Kraftwerk bis zur Steckdose dargestellt.

Die verschiedenen Beiträge sind in leicht verständlicher Sprache abgefasst und reich illustriert. Die «Hochspannung» richtet sich an unsere Stromkunden, Jugendliche und Erwachsene, die sich für Energiefragen interessieren. Bei einer breiten Streuung – gerade auch anlässlich des «Stromtages '86» – kann das neue Strom-Magazin einen wichtigen Beitrag zur Informationstätigkeit der Elektrizitätswerke leisten. Die «Hochspannung» eignet sich auch zur Auflage in Empfangsräumen, EW-Läden, Informationspavillons usw. Aber auch die Abgabe an Schulklassen und die Zustellung an EW-Kunden sind bewährte Einsatzmöglichkeiten. *We*

Neue Broschüre «Berufe im Elektrizitätswerk»

Der Stromkunde verlangt, dass die Elektrizität – rund um die Uhr, an Sonn- und Werktagen – in gewünschter Menge zur Verfügung steht. Für die sichere Stromversorgung arbeiten in unserem Lande rund 25 000 Menschen in den Elektrizitätswerken.

Die neue Broschüre «Berufe im Elektrizitätswerk» enthält viele Informationen über die zahlreichen und interessanten Arbeitsmöglichkeiten rund um den Strom. Sie möchte aber vor allem auch dem Schüler, der vor der Berufswahl steht, die wichtigsten Lehrberufe im Elektrizitätswerk vorstellen.

Der Informationsschrift sind Übersichtsblätter beigelegt, die detaillierte Angaben über die Berufsanforderungen, die Ausbildungsdauer, Spezialisierungs- und Aufstiegsmöglichkeiten usw. der Berufe Netzelektriker, Elektromonteur, Elektrozeichner, kaufmännische Angestellte und Verkäufer/in enthalten.

Das einzelne Elektrizitätswerk hat durch die lose eingefügten Berufsübersichtsblätter die Möglichkeit, eine Broschüre zusammenzustellen, die exakt auf seine Gegebenheiten ausgerichtet ist. Die Einsatzmöglichkeiten für die neue Broschüre sind vielfältig. Sie kann am Stromtag gezielt abgegeben, bei Besichtigungen von Abschluss-Schulklassen verteilt, den Schulen und Berufsberatungsstellen zugestellt werden usw. Die Informationsschrift ist in deutscher und französischer Sprache erhältlich. *We*



Nouvelle brochure «Les professions dans l'entreprise d'électricité»

Le consommateur exige d'avoir 24 heures sur 24 suffisamment d'électricité à sa disposition, et ceci aussi bien durant les jours fériés qu'ouvrables. Environ 25 000 collaborateurs travaillent dans les entreprises d'électricité de notre pays pour garantir la sécurité de l'approvisionnement en électricité.

La nouvelle brochure «Les professions dans l'entreprise d'électricité» contient de nombreuses informations sur les diverses et intéressantes possibilités professionnelles touchant au domaine de l'électricité. Elle aimerait toutefois atteindre plus particulièrement l'écopier indécis devant son choix professionnel et lui présenter les principaux apprentissages qui peuvent se

faire dans une entreprise d'électricité.

Des feuilles synoptiques comprenant des données détaillées sur les exigences du métier, la durée de l'apprentissage, les possibilités de perfectionnement et de promotion de diverses professions telles que l'électricien de réseau, le monteur-électricien, le dessinateur-électricien, l'employé(e) de commerce, le vendeur (la vendeuse) sont annexées à cette brochure d'information.

Les feuilles synoptiques étant volantes, chaque entreprise d'électricité a la possibilité de compiler une brochure répondant à ses besoins. De nombreuses possibilités se prêtent à la distribution de cette nouvelle brochure. Elle peut en effet être distribuée, entre autres, lors de la «Journée de l'électricité» ou de visites guidées de classes terminales ou être envoyée aux écoles et centres d'information professionnelle. Cette brochure existe en versions française et allemande. *We*

Aus Mitgliedswerken Informations des membres de l'UCS

St.Gallisch-Appenzellische Kraftwerke AG (SAK)

Der Verwaltungsrat der SAK hat an seiner Sitzung vom 20. Dezember 1985 folgende Beförderung auf den 1. Januar 1986 vorgenommen:

Herr *Ueli Risch*, El.-Ing. HTL, Chef der Abteilung Betrieb, wurde zum Prokuristen ernannt.