

vor allem die Einführung neuer Fabrikationsprozesse für hochwertige Rohstoffe durch die Elektrizitätsanwendung ermöglicht wurde. Ein Sondergebiet der Elektrowärmeverwertung bildet dabei die elektrische Schweißung. So wird die Anwendung elektrischer Energie als Wärmequelle im industriellen Betrieb sich ständig weiter durchsetzen. 1935 wurden bereits in der chemischen und metallurgischen Industrie etwa 10% des gesamten Wärmebedarfs von der Elektrowärme gedeckt. Besonders bedeutsam wird die Anwendung der Elektrowärme bei der Entwicklung der nationalen Rohstoffherzeugung. Es entfielen von den 5300 Mill. kWh, die 1935 für industrielle Elektrowärmezwecke verbraucht worden sind, nach Angabe von A. Friedrich (in der „Deutschen Volkswirtschaft“ 1936, Nr. 23) etwa 2500 Mill. kWh auf die Erzeugung von Kalziumkarbid, Korund, Oxyden und Ferrolegierungen, weiter schätzungsweise 1800 Mill. kWh auf die Aluminiumherzeugung. Der Gesamtanschlußwert der Industrieöfen aller Art ist für 1935 auf 930 000 kWh, der der industriellen Schweißeinrichtungen auf 525 000 kWh angegeben; hinzu kommen noch 105 000 kWh Anschlußwert für Großküchen und Bäckereiöfen.

c) Elektrowärme im Haushalt.

Ein weiteres vielversprechendes Entwicklungsfeld für die elektrotechnische Industrie ist die Elektrifizierung des Haushalts durch Klein-Apparate. Der erwähnte Aufsatz von Friedrich gibt folgenden Überblick über die Zahl der Elektrowärmegeräte in Haushaltungen für das Jahr 1935:

	Zahl der Geräte in 1000	Gesamt-Anschlußwert in 1000 kWh
Herde	390	1 330
Heißwasserspeicher	100	100
Heizsonnen und -öfen	1 000	500
Heißluftduschen	1 000	500
Bügeleisen	5 000	1 500
Heizkissen und -fußmatten	1 000	60
Tauchsieder	2 000	1 000
Kocher	1 000	500

Die Zukunftsaussichten auf dem Gebiet der Haushaltselektrowärme sind für die elektrotechnische Industrie deshalb von besonders hoher Bedeutung, weil mit dieser Erweiterung ein sehr hoher Umfang des Geräteabsatzes Hand in Hand gehen würde. Die Ziffer der an das Leitungsnetz angeschlossenen Haushaltungen, die 1933 etwa 75% betrug, dürfte sich dabei ständig erhöhen; hinzu kommt der erhöhte Durchschnittsverbrauch der einzelnen Haushaltung. 1933 waren etwa 3½ bis 4 Mill. Haushaltungen noch nicht an das Versorgungsnetz angeschlossen; davon wohnte die eine Hälfte in bereits mit Elektrizität versorgten Gebieten, während für die andere Hälfte eine Anschlußmöglichkeit noch nicht gegeben war. Für die Absatzverstärkung elektrotechnischer Haushaltgeräte steht eine Reihe von Wegen offen. Die Nachprüfung der Tarife und Strompreise wurde bereits erwähnt. Ein anderes weitverbreitetes Hilfsmittel zur Sicherung des Absatzes ist die Absatzfinanzierung bzw. das Vermietungssystem, für das in der Regel ebenso wie bei dem Tarifumbau die Mithilfe der Elektrizitätswerke unerlässlich ist. Das gleiche ist der Fall bei dem hauptsächlichsten Mittel der Absatzförderung: bei der Werbung.

5. Die Werbungs-Möglichkeiten.

Neben der Erleichterung des Bezugs elektrotechnischer Geräte durch günstige Preisstellung und durch weitgehende Finanzierungshilfe ist die Werbetätigkeit nicht zu entbehren. Sie muß sich sowohl auf den Konsumenten selbst wie auf den Zwischenhändler erstrecken, insbesondere auf den Installateur. Die Elektrizitätswerbung

mit ihren Ausstellungen und Vorfürungen, mit ihren Broschüren, Plakaten, Vorträgen und Filmen hat in den letzten Jahren eine starke Intensivierung aufzuweisen gehabt und wird zweifellos noch stärker angespannt werden müssen, so daß sich hier auch für die Werbewirtschaft bedeutungsvolle Aufgabengebiete zeigen. Sieht man die Geschäftsberichte der Elektrizitätswerke durch, so stößt man immer wieder auf Ausführungen, wonach durch Werbemaßnahmen nachhaltige Erfolge erzielt worden sind. So berichten z. B. die Neckar-Werke über einen sehr guten Erfolg ihrer Werbung bei den Klein-Abnehmern. Ebenso glaubt das Elektrizitätswerk Schlesien die 9,4% Zunahme des Bruttoertrages in der letzten Bilanz zum größten Teil der intensiven Werbung verdanken zu müssen; es berichtet z. B., daß sich die Zahl der angeschlossenen Herde und Bratröhren auf Grund der Werbeaktion 1935 um 84% erhöht hat. Selbstverständlich sind die Aufwendungen für Werbemaßnahmen bei beiden Gesellschaften nicht niedrig; sie bleiben aber schon jetzt, im Stadium der Anfangserfolge der Werbung, hinter dem Einnahmezuwachs zurück, so daß sich die Betriebsergebnisse bei beiden Gesellschaften verbessert haben.

6. Der Auslandsabsatz der elektrotechnischen Industrie und seine Entwicklung.

Besonderen Bedingungen ist der Absatz elektrotechnischer Geräte ins Ausland unterworfen. Die starke Selbständigkeit der elektrotechnischen Erzeugung in Ländern, die früher auf die Einfuhr angewiesen waren, zusammen mit der Kaufkraftsenkung auf großen Teilen des Weltmarktes, mit den Absperrungstendenzen und mit der Zerrüttung des ausländischen Zahlungsverkehrs, hat dazu geführt, daß der Rückgang der Ausfuhr 1934 gegen 1929 mengenmäßig fast 50% betrug. Der Anteil des Exports am gesamten Absatz der elektrotechnischen Industrie betrug nach Berechnungen des Konjunkturinstituts in den Jahren 1929 bis 1932 etwa 27%, 1934 16 bis 17%. Im Laufe von 1935 konnte die Elektroausfuhr Deutschlands wieder stärker zunehmen. Dabei darf nicht übersehen werden, daß der Anstieg des Exports nur unter erheblicher Senkung des Durchschnittspreises für die Ausfuhr möglich war. Die nachfolgenden Tabellen, die vom Institut für Konjunkturforschung aufgestellt worden sind, zeigen die Entwicklung der Ausfuhr bei den einzelnen elektrotechnischen Erzeugnissen sowie nach den verschiedenen Marktgebieten. Die einzelnen Fertigwaren haben den Export keineswegs gleichmäßig entwickeln können; so konnte beispielemäßig der Auslandsabsatz an Röntgenröhren erheblich gesteigert werden, ebenso konnten die wertvollen Meß-, Zähl- und Registrier-Vorrichtungen, ferner die Vorrichtungen für die Drahttelegrafie und -telefonie stärker abgesetzt werden. Dagegen ist der deutsche Auslandsabsatz in elektrotechnischen Haushaltsapparaten weiter gesunken. Bei der Betrachtung nach Absatzmärkten ist auffallend vor allem die gesteigerte Aufnahme durch die Balkanländer im letzten Jahre, ebenso konnte sich der Absatz nach Südamerika gut entwickeln.

Wenn sich auch aus den Exportziffern des letzten Jahres eine Tendenz zur Besserung des Auslandsverkehrs herauslesen läßt, so dürfte doch wohl ohne Zweifel das Hauptgewicht des Absatzes elektrotechnischer Erzeugnisse verstärkt auf dem Binnenmarkt liegen. Daß dabei das Auslandsgeschäft nach wie vor nicht nur aus privatwirtschaftlichen, sondern vor allem aus volkswirtschaftlichen Gründen besonders gepflegt werden muß, braucht nicht mehr betont zu werden. Exportanalysen und Exportwerbung sind nicht weniger wichtig als Binnenmarktanalysen und die Werbung beim inländischen Verbraucher.