

° CITROËN °



www.TractionAvant.ch
CTAC-MITTEILUNGEN

3/2005

CITROËN TRACTION AVANT CLUB

Organisationsplan 2004, Vorstand und Mitglieder mit besonderen Funktionen

Präsident

Walter Homberger
J.- C.- Heer-Strasse 25
8635 Oberürnten
P 055 241 21 81
walter.homberger@hombitrading.ch

Vizepräsident

Rudolf Weber
Tagelswangerstrasse 11
8307 Effretikon
P 052 347 01 71
rudolf@weber-gubser.ch

Kassier

Udo Kenkel
Birkenweg 50
3123 Belp
P 031 819 54 61
udo.kenkel@insel.ch

Aktuar

Hans Georg Koch
Breiten 4
6022 Grosswangen
P 041 980 37 80
hansgeorg.koch@centralnet.ch

Organisationsgruppen

Ost

Hans Bollhalder
Feldstrasse 6
8890 Flums
P 081 733 13 80

Nord

Rudolf Jutz
Aspacherstrasse 38
8413 Neffenbach
P 052 315 27 02
Fax 052 213 71 74
jutzosm@bluewin.ch

West

Ernst Mühlheim
Leimbachstrasse 1
3714 Frutigen
P 033 671 34 85
muehlheim.ernst@bluewin.ch

Süd

Koni Fisch
Singenstrasse 42
5630 Muri
P 056 664 44 20
Fax 056 664 24 23
kfisch@neodress.ch

Werner König

Lindenstrasse 5
8623 Wetzikon
P 01 930 05 39
G 01 930 05 54

Hans-Peter Rubitschon

Postfach 258
8353 Elgg
P 052 364 21 62
Fax 052 364 21 62
rbm01@bluewin.ch

Hans Ettlin

Grünastrasse 37
3084 Wabern
P 031 961 37 53
G 031 963 66 66

Josef Burri

Postfach 1133
6021 Emmenbrücke
P 041 260 12 84
N 079 623 36 15

Hans Brunner

Oberseestrasse 56
8640 Rapperswil
P 055 211 13 08
G 055 211 17 77
rep-service@bluewin.ch

Peter Weber

Alti Husemerstrasse 1
8475 Ossingen
P 052 317 14 68
N 079 466 00 79
videopeti@freesurf.ch

Fritz Müller

Rebenweg 2
4442 Diepflingen
P 061 981 36 92
G 061 925 02 31
fritz.mueller@abbott.ch

Edgar Stocker

Bahnhofstrasse 2
6102 Malters
P/G 041 497 11 36
Fax 041 497 40 36
tockermode@regiocom.ch

Redaktion

Hans Georg Koch

Breiten 4
6022 Grosswangen
P 041 980 37 80
hansgeorg.koch@centralnet.ch

Mitglieder- verwaltung

Ruedi Burri

Oberackerstrasse 6
8492 Wila
P 052 354 03 21
G 052 385 41 04
ruedi.burri@tele2.ch

Archiv

Technische Auskünfte

Walter Rey

Schöneckstrasse 23
8215 Hallau
P 052 681 41 34
Fax 052 681 41 29

Bibliothek

Josef Burri

Postfach 1133
6021 Emmenbrücke
P 041 260 12 84
N 079 623 36 15

Internet

Rudolf Weber

Tagelswangerstrasse 11
8307 Effretikon
P 052 347 01 71
G 01 332 88 50
rudolf@weber-gubser.ch

Deko

Guido Soland

Bächtelmatt
6404 Greppen
P 041 460 24 86



INHALT

INHALT	1
RODAGE Walter Homberger	2
INSERATE	4
TREFFEN UND TERMINE	5
INSERATE	6
TREFFEN OST, 19. 6. 2005 Hans Georg Koch	7
INSERATE	8
AUSTRALIEN Walter Homberger	17
VENTILE BEIM CITROËN C4Daniel Eberli	23
INSERATE	28
ANDRÉ CITROËN - TEIL 3 Alexander Soland	29
30 JAHRE CITROËN TRACTION AVANT CLUB	36
INSERATE	38
UNFÄLLE UND VERBRECHENChristoph Platzer	39
AUSBLICK Hans Georg Koch	40
IMPRESSUM	40

Reparaturen und Ersatzteile von unseren Clubmitgliedern

Retrogarage
Christian Heussi
Kantonsstrasse 62
8854 Galgenen
Tel 055 610 35 70
Fax 055 460 32 22
Natel 079 236 75 11
chrheussi@datacomm.ch
www.retrogarage.ch

Ersatzteile und Reparaturen
Albert Schorta
Spechtweg 5
4552 Derendingen
Tel. 032 682 32 83
Natel 079 250 33 86
www.cta-service.ch

Garage und Ersatzteile
Frick Traction Avant AG
Glernerstrasse 24
8805 Richterswil
Tel/Fax 01 784 58 58

Garage und Teile
Schelbli Grenzgarage AG
Höhenweg 3
8564 Wagerswil
Tel 071 657 24 33
Fax 071 657 24 62
info@schelbli.com
www.schelbli.com

Garage und Ersatzteile
Garage Ochsner
Hauptstrasse 82
8357 Guntershausen
Tel 052 365 22 00
Fax 052 366 20 40
garage.ochsner@datacomm.ch



RODAGE

Das Wort des Präsidenten

Liebe Clubmitglieder

Eigentlich wollte ich diese Begrüssungszeilen für die vorliegenden CTAC-Mitteilungen 3/2005 bereits vor ca. 2 Stunden schreiben, aber ein Blick in meinen Email Briefkasten, mit dem von unserem Webmaster soeben verschickten Newsletter Nr. 75, hat mich vorerst davon abgehalten. Mit diesem hat mich Ruedi Weber mit der überraschend grossen Anzahl von 22 interessanten Berichten, tollen Fotobeiträgen, attraktiven Fahrzeugangeboten, neuen technischen Artikeln, bevorstehenden Oldtimer-Treffen und vielem mehr, für einige Zeit in den Bann gezogen.



Es ist tatsächlich sehr erfreulich, wie aktiv und vielfältig sich unsere Traction-Szene derzeit präsentiert. Sicher sind viele dieser Aktivitäten und die damit zusammenhängende Kommunikation auch ein Zeichen dafür, dass immer mehr Zeitgenossen Freude am Oldtimerhobby finden und auch bereit sind ihre Erfahrungen und Erlebnisse an interessierte Kreise weiterzugeben. Dass dabei das Kommunikationsmedium Internet heute eine bedeutende Rolle spielt ist nicht zu verleugnen. Sogar eingefleischte Internetgegner finden immer mehr den Zugang dazu, oder werden von Experten auf diesem Gebiet durch die darin verfügbaren Möglichkeiten überzeugt.

Der CTAC ist dabei in der glücklichen Lage, dank unserem Vize und Webmaster, eine von vielen Nutzern als erstklassig bezeichnete Webpage zu unterhalten, die sich vor allem auch durch ihre permanente Aktualität auszeichnet. Wenn wir feststellen, dass nun bald jeder „Chüngelizüchter-Verein“ (nichts gegen Chüngelizüchter!) eine eigene Internetseite betreibt, so ist es doch im Nachhinein erstaunlich, dass im CTAC noch vor nicht allzulanger Zeit mit dem damals geplanten Internetauftritt heftige Reaktionen bei einem Teil unserer Mitglieder ausgelöst wurden! Heute ist dies aber alles bereits ganz anders. Wir haben zusätzliche Möglichkeiten erhalten, auch über die Landesgrenzen hinaus, mit Citroënisten Informationen auszutauschen, neue Clubmitglieder anzusprechen und ganz generell den Informationsfluss innerhalb unseres Clubs zu beschleunigen.

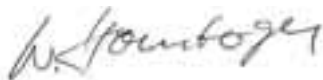
Doch dabei geht noch lange nicht unser Clubheftli in gedruckter Form vergessen, denn für viele Tractionisten ist es immer noch die am meisten genutzte Form, um sich über die CTAC Club-Aktivitäten zu orientieren und auf dem Laufenden zu bleiben. Auch hier haben wir mit Hans Georg Koch einen fähigen Re-

daktor, der sich mit Begeisterung der immer noch besseren Gestaltung unserer Club-Mitteilungen annimmt. Durch verbesserte Vorbereitungsarbeiten und modernere Drucktechniken ist es nun möglich, dass wir unser Heft sogar teilweise in Farbe geniessen können. Ein prächtiges Beispiel dafür war doch sicher die letzte Ausgabe mit den tollen Farbbildern unserer so erfolgreichen Clubpräsentation im Verkehrshaus Luzern und dem dabei organisierten Treffen der Region Süd.

In der vorliegenden Nummer findet ihr neben einem Bericht über das Treffen der Region Ost im Klosterdorf Einsiedeln mit nahezu 30 Fahrzeugen, dem abschliessenden Teil 3 des Technikbeitrag „Revision der Ventile beim AC4» von Dani Eberli und weiteren interessanten Beiträgen, auch die Anmeldungen für die Clubtreffen der Regionen West und Nord. Wie letztes Jahr vereinbart, wird das Treffen West im August gemeinsam mit unserem Schwesterclub 34-57 durchgeführt und ich bin überzeugt, dass wir dabei die am ICCCR in Interlaken wieder aufgenommenen Kontakte mit unseren welschen Freunden weiter vertiefen können. Auf jeden Fall zähle ich auf einen Grossaufmarsch von Tractionisten aus der Deutschschweiz um damit auch die Vorbereitungsarbeiten des OK zu würdigen. Für das Treffen der Region Nord im September werden ebenfalls viele Anmeldungen erwartet. Die verantwortlichen Organisatoren haben mir verraten, dass diesmal auch schönes und trockenes Wetter im Programm vorgesehen ist !!

Ich bin sicher, dass für alle im umfangreichen Angebot der Club- und sonstigen Oldtimer Anlässe der diesjährigen Saison etwas Passendes dabei ist. Ich wünsche euch tolle und unfallfreie Ausfahrten auf verkehrsarmen Nebenstrassen (auch die gibt es noch in unseren Gegenden!) im Rahmen von Clubveranstaltungen oder auch ganz einfach privat.

Euer Walter Homberger (Hombi)
Präsident CTAC



"Traction Avant"
CITROËN



- Restauration - Reparaturen
- Beratung - Wartung
Grosses Ersatzteillager

Albi Schorta Telefon: 032/682 32 83
Spechtweg 5 Natel: 079/250 33 86
4552 Derendingen Fax: 032/682 07 26

E-Mail: schorta-imhof@bluewin.ch
Homepage: www.cta-service.ch

Neu im Sortiment und ab Lager lieferbar:

123ignition.nl



für Citroën Traction-Avant (4 und 6 Zyl), Citroën HY, DS und ID und 2 CV

mit und ohne Unterdruckanschluss, Zündkabelanschlüsse nach oben oder zur Seite

Preise:

TA 4-Zyl, HY, DS, ID ohne Unterdruck Fr. 381.--

TA 4-Zyl, HY, DS, ID mit Unterdruck Fr. 432.--

TA 6 Zyl. Fr. 463.--

TREFFEN UND TERMINE

Clubanlässe

14. 8. 2005	Treffen West (mit Club 34-57)
25. 9. 2005	Treffen Nord
29. 1. 2006	Generalversammlung, SPZ Nottwil

Stammtische

Region West	Landgasthof Schönbühl, Tel: 031 859 69 69 Jeden letzten Donnerstag im Monat
Region Nord	Restaurant Löwen, Illnau, 19.30 Uhr, Tel: 052 346 12 94 Jeden letzten Mittwoch der geraden Monate
Zentralschweiz	Restaurant zur Post, Willisau, ab 19.00, Tel: 041 970 25 06 Jeden ersten Mittwoch im Monat Achtung! August fällt wegen Betriebsferien aus!!
alle Citroën	ACC Stammtisch, Restaurant Löwen, Illnau, 19.00 Uhr Jeden letzten Mittwoch der ungeraden Monate

Weitere Treffen und Daten

31. 7. 2005	Langenthaler Oldtimertreffen, Flugplatz Bleienbach
31. 7. 2005	Oldtimer Sunday-Morning Treffen, Zug
28. 8. 2005	Oldtimermesse St. Gallen (Olma Halle 1)
28. 8. 2005	Langenthaler Oldtimertreffen, Flugplatz Bleienbach
28. 8. 2005	Oldtimer Sunday-Morning Treffen, Zug
3. 9. 2005	14. GP Safenwil
3./4. 9. 2005	Oldtimer Messe Uster (OMU)
18. 9. 2005	Herbsttreffen für Oldtimer Motorräder und Flugzeuge, Hasenstrick
4. 12. 2005	Oldtimer und Teilemarkt Roggwil
4. 12. 2005	Oldtimer und Teilemarkt Langenthal

Sämtliche Termine findet ihr immer auch aktualisiert auf unserer Homepage:
www.TractionAvant.ch/ctacTreffen.html dank Ruedi Weber!

Redaktionsschluss für Heft 4/2005:

17. 9. 2005



Ihr Spezialist für französische Oldtimer



- **Aufbereitung von historischen Rallyefahrzeugen**
– inkl. Rallye-Instrumenten (HALDA usw.)



- **Revisionen und Reparaturen von**
– Motoren
– Getrieben
– Kupplungen
– Elektrik usw.



- **Service**



- **Totalrestaurationen**

- **Grosses Ersatzteillager**



- **Eigene Fabrikation**
– 4-Gang-Getriebe
– Lamellenkupplung
– Differentialverstärkungen
usw.



Finanzplanung. Für bleibende Werte.

Wir Traditionsisten wissen es: Bleibende Werte werden gepflegt sein. Deshalb bieten ich als unabhängiger Finanzplaner folgende Dienstleistungen an:

- *Neutrale Zwischenmeinung zu Bank- oder Versicherungsangeboten*
 - *Forschungshilfe in Kapitalanlagefragen*
 - *Planung der eigenen Pensionierung*
 - *Kapitalerbschaften*

*Thomas U. Jakob, OBER
eig. Finanzplaner und dipl. Finanzanalyst LIA
Tel. 062 212 33 52
e-Post: tcr-finance@smile.ch*

PS: Sonderkonditionen für alle CTAC-Mitglieder und deren Familien

TREFFEN OST, 19. 6. 2005

Das Clubtreffen Region Ost fand dieses Jahr am Sonntag 19. Juni 2005 in Einsiedeln statt. Das Wetter versprach einen wunderbaren, wolkenlosen Tag, eigentlich etwas ungewöhnlich für den Citroën Traction Avant Club. Aber Petrus meinte es wirklich gut mit uns, vielleicht auch weil wir diesmal Einsiedeln besuchten und nicht irgendein profanes Museum oder ein Wirtshaus der übleren Sorte.

Ein strahlender Morgen lud uns zur Anfahrt von Grosswangen ein. Noch etwas frisch mit Bise, so dass man trotzdem lange Ärmel brauchte. Wir fädelten in Emmen auf die Autobahn ein und schnell waren wir auf der A14 in Rotkreuz an der Abzweigung der A4 Richtung Gotthard. Der Zugersee spiegelte den blauen Himmel und wir erreichten die Ausfahrt Arth-Goldau. Am Kreisverkehr wo wir in die Steinerbergstrasse einbogen hingelte sich eine Traction mit Berner Nummernschild an unser Heck. Wie wir sofort erkannten, war es Hannes Hopf mit seiner Frau Heidi. Über Steinerberg erreichten wir Sattel und fuhren über Rothen-turm nach Biberbrugg, wo wir uns rechtzeitig am Treffpunkt auf dem Parkplatz des Restaurants La Forchéta einfanden und vom Club zu Kaffee und Gipfeli eingeladen wurden. Die grosse Anzahl der nach und nach eintreffenden Autos unserer Clubkameraden liess einen Maxi-Anlass erahnen. Hans Brunner mit seiner Tochter Mirjam und Werner König nahmen sich der Gäste an und jeder wurde mit einem Namenskleber versehen, so dass man nicht lange über die Namen nachstudieren musste, an die man sich nicht mehr erinnern kann aber deren Gesichter man kennt. Das in bordeaux und schwarz neu lackierte Cabriolet von Ruedi und Silvia Jutz zog die Blicke der eingeleichteten Tractionisten auf sich





- Handabrichten



- Rund-, Flach-, Innen-
schleifen



- Gewindeschleifen
- Zahnradschleifen

- * Diamant-Abriechtwerkzeuge
- * Diamant- und
Borazon-Scheiben für
Industrie und Gewerbe

Konrad Fisch

NEO DRESS AG

Postfach 113
5630 Muri (Schweiz)
Telefon 056 664 44 20
Telefax 056 664 24 23

Internet: www.neodress.ch
E-mail: info@neodress.ch



und wurde entsprechend gemustert, begutachtet und bewundert. Das Auto hat durch die neue Farbgebung enorm gewonnen.

Nach diesem gemütlichen Kaffee fuhren wir im Corso über Bennau nach Einsiedeln. Mitten durch die Hauptstrasse zu einem für uns reservierten Parkplatz, gerade vor der Klosterkirche. Die Tractions parkten in Sechserkolonne und der Parkplatz war gerade gross genug.





Nach Anweisung von Hans Brunner besuchten wir zuerst die Klosterkirche und dann das Gestüt mit den raren Einsiedler-Pferden, die bereits in den frühesten Schriften des Klosters erwähnt sind. Nachgewiesenermassen gibt es in diesem Kloster seit über 1000 Jahren Pferde. Es handelt sich hier also um das älteste Gestüt Europas und die „Cavalli della Madonna“ sind robuste Pferde (Warmblüter) mit einem guten Charakter und einer grossen Leistungsbereitschaft. Sie stellen ein kulturhistorisches Erbe von nationaler Bedeutung dar. Wir konnten die Pferde in ihren barocken Stallungen besuchen. Diese Unterkünfte müssen aber dringend renoviert werden, entsprechende Projekte wurden präsentiert und für die Finanzierung wurde geworben.



Zwei Clubmitglieder auf der Suche nach ein paar zünftlichen Pferdchen für die Traktion!!



Nach diesem Rundgang fanden wir uns vor dem Lebkuchenmuseum in der Kronenstrasse ein, wo wir freundlich empfangen wurden. Wir wurden von Frau Fässler und Frau Kälin eingehendst über die Herstellung und die Bedeutung der Einsiedler Lebkuchen aufgeklärt, deren praktisch unbeschränkte Haltbarkeit, die

es den Pilgern (zu Fuss) ermöglichte, etwas nach Hause mitzubringen. Wir lernten, was „Schafböcke“ sind und welche anderen Spezialitäten noch pro-



duziert werden. Nach einem Rundgang durch die Backstube des Hauses zum goldenen Apfel wurden wir zum Aperitiv geladen und konnten von verschiedenen Spezialitäten probieren und Rosoli (Likör), eine weitere lokale Spezialität degustieren. Beeindruckend war für mich die





umfangreiche Holzmodel-Sammlung, die mich an die Kindheit erinnerte, wo ich mit meiner Grossmutter, die auch solche Model besass, Änisbrötli für Weihnachten machen durfte.

Mit einem Glas ausgezeichnetem Leutschner Weisswein standen wir wegen der zunehmenden Wärme auf der Strasse vor dem Museum im Schatten und warteten, bis die zweite Hälfte das Museum ebenfalls gesehen hatte und schliesslich spazierten wir wieder zum Parkplatz mit unseren Autos.





Der nächste Akt war eine Fahrt rund um den Sihlsee. Rund herum ist etwas übertrieben, weil wir das obere Ende, und auf der Rückfahrt auch das untere Ende über eine Brücke abkürzten. Trotzdem eine eindrücklich Fahrt, wenn man sich noch erinnert, dass der Sihlsee ein künstlich angelegter Stausee ist, für welchen viele Bauern mit Ihren Familien anfangs des letzten Jahrhunderts umgesiedelt werden mussten. Über Birchi ging es wieder zurück nach Einsiedeln, wo wir erneut zur Freude vieler Touristen im Corso vor der Klosterkirche defilierten.



Über die Hauptstrasse fanden wir wieder zurück zu unserem Ausgangspunkt beim Restaurant Forchéttä. Durch die geschlossene Bahnschranke kam es zu einem grösseren Rückstau. Schliesslich konnten aber alle auf den Parkplatz eingewiesen werden.



Auf der schönen Terrasse des Restaurants wurde das Mittagessen serviert, entweder das bestellte Menu oder Pizza gemäss Karte. Ich hielt mich mehr an die Antipasti und wurde mit einem Meeresfrüchtesalat glücklich. Bei Kaffee und Dessert klang dieses Treffen aus und der Parkplatz leerte sich. Wir genossen den Abend und kamen nach etwas mehr als einer Stunde problemlos wieder zu Hause an.

Ich habe wieder einmal eine mir bisher unbekannte Seite unseres Landes und unserer Kultur kennen gelernt. Ich möchte darum den Organisatoren, Hans Brunner und Werner König wie auch Hans Bollhalder, der am Treffen leider nicht teilnehmen konnte, für die tolle Idee, die klare Organisation und die problemlose Durchführung dieses Treffens im Namen aller Teilnehmer danken. Wir kommen gerne nächstes Jahr wieder in die Region Ost.





zu verkaufen

Voiture de tourisme Citroën 11B Limousine
N° matricule 036.302.86, noire et rouge, cylindrée 1911.
Date première mise en circulation 01.05.50,
expertisée en 97 dans le canton de Vaud.
Nous ne connaissons pas le nom des anciens propriétaires.
Nous la vendons 10`000 francs.
La voiture peut être testée et inspectée à notre domicile à Vollèges.
Contactez nous sur notre email (bulle@dransnet.ch),
à notre téléphone 027 7851129 ou sur le portable de mon mari 0793732010

René et Myriam Bérard
Route de sembrancher 10
1941 Vollèges

AUSTRALIEN

Auf Citroëns Spuren in Australien

von Walter Homberger

Nachdem Jürg Deller von seiner mehrmonatigen Reise in „Down under“ bereits im letzten Heft viele Eindrücke und Begebenheiten geschildert hat, will ich mich in meinem Bericht ausschliesslich auf Citroën Erlebnisse konzentrieren, die wir im Frühling dieses Jahres während einer Geschäfts- und Ferienreise erlebt haben. Als erstes hat mich der Cousin von Albi Schorta, der in Tasmanien lebt und dort einen Autocarrosserie- und Spritzwerkbetrieb hat, zu einem angefressenen DS-



Sammler gefahren. Weit draussen auf einer Farm haben wir am frühen Morgen seine Kollektion besichtigt. Auf einer Wiese standen nicht weniger als 6 Fahrzeuge, die in ihrem erbärmlichen Zustand höchstens noch als Ersatzteilespender Verwendung finden können! In einer Halle konnten wir dann weitere 8 rechts-gesteuerte DS bestaunen, wobei auch hier höchstens deren 4 fahrbereit waren. Der Besitzer war leider ortsabwesend und ich konnte nur mit ihm am Telefon einige Informationen austauschen. Auf jeden Fall hat er mich gleich eingeladen ihn bei einer nächsten Reise nochmals zu besuchen um mir näheres über seine Sammlung zu erzählen.





Während einem kurzen Aufenthalt in Melbourne waren wir bei Ted und Helen Cross, die wir durch Hans Georg Koch anlässlich des ICCCR in Interlaken kennen gelernt hatten, zu einem Abendessen eingeladen. Selbstverständlich wurde auch bei dieser Gelegenheit das Thema Citroën des Langen und Breiten diskutiert!



Eine weitere Citroën Begegnung ist uns unerwarteterweise in der Nähe von Brisbane passiert. Beim Vorbeifahren habe ich vor einem Restaurant eine schwarze Traction entdeckt.

Nachdem wir zurückfuhren und ich einige Fotos gemacht hatte, konnte

ich auch mit dem Besitzer sprechen. Er ist ehemaliger Franzose und Besitzer des Restaurant „Le Relais Bressant“. Seinen in Slough gebauten Light 15 hat er vor kurzem gekauft und fährt ihn auch als Reklame für sein Geschäft.

Zum Ende unserer Reise hatten wir die Teilnahme am nationalen australischen Citroën Treffen eingeplant. Dieses sogenannte Cit-In fand über das Osterwochenende in Perth, in Westaustralien, statt. Dort fanden sich dann in einer tollen



Parkanlage am Swan River etwa 80 verschiedene Citroën Wagen aus ganz Australien zusammen. Ein DS Besitzer, der quer durch den Kontinent angereist war, hatte schon allein auf der Hinfahrt stolze 3600 Kilometer hinter sich gebracht! Neben vielen DS und 2CV konnte ich auch einige wenige Tractions ausmachen. Diese waren in einem sehr schönen und gepflegten Zustand und ihre Besitzer haben mir mit Freude ihre Fahrzeuge gezeigt. Auch ein paar Propulsion Arrière konnte man sehen und neben einem einzigen weissen SM waren noch einige moderne Citroën Typen, wie XM, Xantia und C3, auf dem Platz. Die ganze Veranstaltung war sehr gut organisiert. Viele Teilnehmer haben vor Ort campiert oder die vorhandenen, einfachen Unterkünfte benutzt. In einem zentral gelegenen Versammlungsraum wurden die Essen eingenommen, standen während der ganzen Zeit Getränke und Snacks zur Verfügung und fand am Ende auch das Abschlussdinner statt. Hier haben wir auch wieder Ted und Helen Cross getroffen, die allerdings per Flugzeug von Melbourne angereist waren.





CTAC – TREFFEN REGION WEST

Sonntag 14. August 2005



MURTENSEE MONT VULLY

Gemeinsame Ausfahrt
mit unsern Freunden vom Club 34 / 57



Einladung ins Sprachgrenzgebiet der Schweiz

Programm:

09.00 – 10.00 **Eintreffen** in Murten
Rest. „Berntor“ Kaffee und Gipfeli
Parkplätze vor dem Haus
und in der Rathausgasse

Wir bieten zwei Varianten an:

Anfahrt ca. 30 Min. nach Vallon	Rundfahrt ca. 1 Std. via Schiffenensee
---	--

10.30 – 11.30 Besuch des Musée romain Kunstvolle Bodenmosaike	11.00 – 12.00 Besuch Weinkellerei Renaud Burnier in Nant / Sugiez Apéro
--	--

Rückfahrt ca. 45 Min.	Anfahrt 10 Min. (oder zu Fuss)
------------------------------	--

12.15 – 12.30 **Ankunft**
Restaurant „de la Gare“
Sugiez
Parkplätze beim Bahnhof
Mittagessen
Salat
Fischfriture vom Murtensee mit Tartaresauce
Salzkartoffeln
Vully Kuchen
Geselliges Beisammensein

Ca.

15.30 – 16.00 **Heimfahrt**

Anmeldung für Teilnahme am Treffen Murtensee / Vully

Name, Vorname: _____

Ort: _____

Telefon: _____

Anzahl Personen: _____

Mittagessen _____

Musée _____

oder _____

Apéro _____

Kosten: Erwachsene Fr. 45.—(Abgabe von Bons)

Kinder Fr. 20.—

ohne Getränke am Mittag



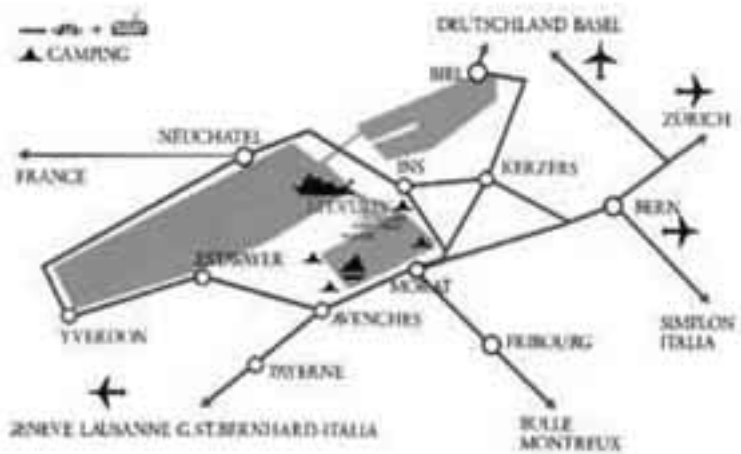
Anmeldeschluss: 6. August 2005

CTAC-Anmeldungen an Hans Ettlín
Grünaustrasse 37
3084 Wabern
031 961'37'53

Club 34/57 Anmeldungen an Jacques Bovey
Grand Rue 198
C.P. 125
1373 Chavornay
024 441'29'34



Citroen Traction Avant Club
 Hans Ettlin
 Grünaustrasse 37
 3084 Wabern





Ein aus Indien stammender Tractionist lud uns anschliessend ein bei seinem Bruder ein soeben fertiggestelltes 15 SIX Cabriolet zu besichtigen. Dieses hatte er sich aus einer aus Vietnam stammenden 15er Limousine fertigen lassen. Es war erstaunlich zu sehen, mit wie viel Improvisationstalent der beauftragte Carrossier ans Werk ging! Der stolze Besitzer zeigte uns dann auch noch seine feuerwehro-rote Familiale, die ebenfalls ursprünglich in Vietnam registriert war.



Am Vorabend unserer Rückreise waren wir dann noch zu einem Barbeque Dinner beim Präsidenten des West Australischen Citroën Clubs eingeladen. Auch Shane Harris hatten wir bereits im August 2004 in der Schweiz kennen gelernt. Er kochte uns ein hervorragendes Essen und zeigte uns anschliessend in der Garage seine diversen Citroën Schätze! Neben einem tollen DS 23 konnten wir auch noch Teile eines im Aufbau begriffenen B14 (?) und eines 5 HP bestaunen.



Die Kontakte mit australischen Citroën Enthusiasten haben mir auf eindrucksvolle Weise gezeigt, dass unser Hobby auch auf der anderen Seite der Welt mit der gleichen Freude und demselben Engagement betrieben wird. Auch haben mich die spontane Offenheit, die Herzlichkeit und die Freundschaft unter Gleichgesinnten einmal mehr begeistert und ich würde daher gerne auch nächstes Jahr am Cit-In 2006 in Australien wieder teilnehmen.



VENTILE BEIM CITROËN C4

2. Teil: Schleifen und Einbau

von Daniel Eberli

In Teil 1 meines Berichtes über das Einschleifen der Ventile bei meinem 76 jährigen Citroën C4 habe ich über die Demontage des Zylinderkopfes und den Ausbau der Ventile berichtet. Grössere Probleme hatte dies nicht bereitet. Für die weiteren Schritte jedoch war ich froh, dass mir Hansueli Streit mit Rat und Tat beiseite stand, denn für mich bedeuteten diese Arbeiten Neuland.

Nach dem Ausbau hatte ich Hansueli die alten Ventile per Post zukommen lassen. Er beurteilte sie und schliff sie bis auf eines, welches ich selbst als «nicht mehr zu retten» eingestuft hatte, neu.

Da die Ventilschäfte der neuen Ventile um 5/10 dicker waren, als die alten, machte ich mich auf die Suche nach einer Handreibahle. Schlussend-



lich wurde ich bei Stierlin in Schaffhausen, einer renommierten Werkzeug- und Eisenhandlung, fündig. Das Präzisionswerkzeug, verstellbar von 9 bis 10 mm, war allerdings nicht billig. Immerhin war es an Lager, so dass ich es für knapp Fr. 120.- mitnehmen konnte.

An einem vereinbarten Samstag kam

Hansueli bei mir vorbei. Vergleichbar mit einem Viehdoktor war sein Kombi hinten gefüllt mit einer Vielzahl von Werkzeugen. – Wohl dem, der einen Freund hat, der über gutes Werkzeug verfügt und zudem so hilfsbereit ist, wie Hansueli!

Zunächst begutachtete er den Motor (respektive das, was ich davon üb-



rig gelassen hatte...). Er war der Ansicht, dass das Spiel der Ventilschäfte in den Führungen kein Problem sei. Da sich die neu geschliffenen Ventile wieder in ausgezeichnetem Zustand präsentierten, beschlossen wir, nur das defekte zu ersetzen und ansonsten die überarbeiteten einzubauen.

Bei genauerem Hinsehen entdeckten wir in der Mulde unter dem Einlassventil von Zylinder Nummer 4 eine Messingschraube, welche ohne Zweifel aus einem Vergaser stammte. – Da muss sich im Verlauf der letzten 75 Jahre mal einer mächtig geärgert haben!



Hansueli breitete sein Werkzeug aus und wählte mit Kennerblick einen Fräser und mit der Schie-

belehre einen passenden Führungsdom aus dem Sortiment aus. Nachdem er die Teile zusammengesetzt hatte, begann er sorgfältig, damit den ersten Ventil Sitz auszureiben. Er trug nur soviel Material ab, bis der Sitz auf der gesamten Fläche wieder einwandfrei eben und sauber war. Danach nahm er den nächsten in Angriff. So wurden die Sitze der Reihe nach wieder hergestellt.

Wir hatten uns geeinigt, das neue Ventil mit dem dickeren Schaft als Auslassventil von Brennraum Nummer 1 zu verwenden. Zu dieser Entscheidung waren wir gelangt, weil wir den Eindruck gehabt hatten, dass dort das Spiel in der Führung am grössten gewesen war. Bevor wir dort den Sitz fräsen konnten, mussten wir deshalb mit der Handreibahle die Führung ausweiten.



Eine verstellbare Handreibahle ist ein recht kompliziertes, feines Werkzeug. Auf den ersten Blick sieht es ähnlich aus, wie ein Gewindeschneidbohrer. Im vorderen Teil sind zwischen zwei Muttern der Länge nach sechs Messer angebracht. Durch das Verstellen der beiden Muttern werden die Messer auf einem Konus verschoben, so dass sich der Durchmesser, welche die Schneidflächen beim Drehen beschreiben, verändert. Wir stellten die Handreibahle so ein, dass beim Drehen in der Führung ein gewisser Widerstand spürbar war, was bedeutete, dass die Messer im Bereich von ca. 3 bis 4/100 mm Material abtrugen. Keinesfalls darf man zu viel auf einmal abtragen, weil sonst der Widerstand zu gross wird und die Gefahr besteht, dass das Werkzeug zerbricht. Hansueli wies mich darauf hin, dass die Messer der Reibahle nur einseitig geschliffen sind und die

Gefahr bestand, dass diese beim Rückwärtsdrehen beschädigt werden könnten.

Vor dem Einführen in die Öffnung benetzten wir die Messer grosszügig mit Öl, um einerseits die Reibung zu verringern und andererseits das abgeriebene Metall möglichst zu binden. Mit der Drehbewegung senkt man die Handreibahle kontinuierlich im Loch ab, bis dieses auf der ganzen Länge ausgeweitet ist. Danach zieht man es ebenfalls mit einer Drehbewegung wieder nach oben hinaus. Mit dem Kleinteilereiniger oder etwas Petrol reinigt man danach die Reibahle. Mit einer halben Drehung der Muttern erweiterten wir den Durchmesser um ca. 3 bis 4/100 mm und wiederholten die Prozedur so lange, bis das neue Ventil in der Führung durch das Eigengewicht nach unten rutschen konnte. Die Arbeit brauchte einige Zeit, und wir wechselten uns dabei ab.



Anschliessend montierte Hansueli einen dickeren Führungsdorn auf sein Fräs-
werkzeug und rieb auch den letzten Ventilsitz aus.

Der nächste Schritt bestand nun darin, Ventile und Sitze genau aufeinander ein-

zuschleifen. Die alten Ventile waren zu diesem Zweck auf der dem Brenn-



raum zugewandten Fläche mit einem Schlitz versehen, so dass man sie mit einem Schraubenzieher im Sitz drehen konnte. Das neue Ventil besass keinen Schlitz, aber Hansueli hatte ein Sortiment von Saugnäpfen, welche an Stäben befestigt waren. Er wählte einen passenden aus, und damit liess sich das

Ventil drehen. Bevor das Ventil jedoch ganz nach unten rutschen konnte, mussten wir auch die Öffnung im bombierten Deckel, welche als Verbindungsstück zwischen der Ventilsfeder und dem Ventil dient, um 1/10 Millimeter ausbohren. Danach drehten wir den Motor mit der Kurbel in eine Stellung, bei der das Ventil geschlossen war. Dann strichen wir die angefräste Fläche mit etwas Ventilschleifpaste ein, ölfen den Schaft und führten das Ventil in die Führung ein, bis es auf dem Sitz auflag. Den Stab zwischen beiden Handflächen haltend, versetzte Hansueli das Ventil in eine Drehbewegung, welche an das Feuermachen unserer Vorfahren in der Steinzeit erinnerte. Schon nach kurzer Zeit verfeinerte sich der Klang der reibenden Flächen. Hansueli hob das Ventil etwas an, schob wieder Schleifpaste zwischen die Flächen und wiederholte den Vorgang. Nach kurzer Zeit hob er das Ventil heraus, reinigte die geschliffenen Flächen und begutachtete sie. Sie präsentierten sich in einheitlich mattem Grau.

Zufrieden mit dem Ergebnis, nahmen wir das nächste Ventil in Angriff. Auch bei dieser Arbeit wechselten wir uns ab. Dank des Schlitzes im Ventilboden konnten wir statt des Saugnapfes einen Schraubenzieher verwenden, was besser ging. In zwei Fällen allerdings rutschte der Schraubenzieher immer wieder aus dem Schlitz. Schliesslich holte ich meine «Dremel» hervor (Werbung: «Nur hämmern kann sie nicht...») und fräste mit einer winzig kleinen Schleifscheibe den Schlitz zu Recht.

Der Nachmittag ging schon bald zu Ende, bis wir das letzte Ventil eingeschliffen hatten. Zur Prüfung gossen wir bei geschlossenem Ventil etwas Öl auf den Rand. Dieses blieb stehen, was bedeutete, dass das Ventil sauber schloss.

Nun galt es, die Ventile fertig zu montieren. Die von Hansueli mitgebrachte Spannvorrichtung für Ventilsfedern war uns keine Hilfe. Möglicherweise hätten wir sie umgekehrt einsetzen können, also um die Federn von unten nach oben zu stossen, statt



sie zwischen der Spannvorrichtung zusammen zu drücken. Da ich aber bereits bei der Demontage einen Trick gefunden hatte, wie ich mit einer abgewinkelten Segering-Zange die Ventiltfeder zusammendrücken und mit einem eingeklemmten Eisen fixieren konnte, wandte ich dieses Verfahren an. Es bewährte sich recht gut.

Hingegen scheiterte der Versuch, den Stift wieder mit dem Magnet einzusetzen: Die Kraft des Magneten führte dazu, dass das Ende des Stifts gegen die Ventiltfeder ausschlug, bevor der Dorn in das Loch im Ventilschaft eingeführt werden konnte. So wechselte ich zu einer Spitzzange und hoffte, dass mir der Stift nicht wegspritzte. Hansueli unterstützte mich, in dem er oben das Ventil drehte, bis das Loch in einer Position war, welche das Einführen des Stiftes ermöglichte. Nachdem wir so die Hälfte der Ventile eingebaut hatten, beschlossen wir, Feierabend



zu machen. Bei den weiteren Arbeiten war ich nicht mehr auf Hilfe angewiesen, und die Kälte in der Garage hatte den Wunsch nach einem warmen Kaffee aufkommen lassen.

Rund vier Stunden nach Arbeitsbeginn begaben wir uns in die warme Küche, mit kalten Füßen, zerschundenen Fingern (von den Stehbolzen, welche oben aus dem Motor ragten), aber voller Stolz über das vollbrachte Werk.

*Antiquitäten-Café-Bistro, Lenz bei Lenzerheide
(bekannt für die besten Kuchen und Apfelstrudel)*



Machen Sie einen Halt, PP vor dem Café. / Große Freize für den Oldtimer-Fahrer mit diesem Inserat. Wir freuen uns auf Ihren Besuch. Brigitte und Max Meier (seit ca. 20 Jahren Mitglied CTAC)

Das gibt es immer noch!

**Wir reparieren sämtliche
Kopiergeräte, Drucker, Fax & Schreibmaschinen
vor Ort mit Garantie!**

An und Verkauf von Occ. Geräten

Seit über 30 Jahren vom Fach

**Hans Brunner
Reparatur – Service Zürichsee
Tel: 079 / 472 90 91 Fax: 055 / 211 17 78**

von Alexander Soland

3 André Citroën, der gewifte Pionier?

A.C. war von Anbeginn seiner zweiten Phase als Automobilhersteller klar, dass zur Massenproduktion von Fahrzeugen alle Methoden revolutioniert werden mussten. Während den Anfängen der Serienfertigung von Automobilen stand die Produktion im Zentrum der Prozessinnovationen aber bald schon folgten Anpassungen für den Verkauf und die Kommunikation. Wie im vorangegangenen Kapitel bereits einzeln dargestellt wurde, fallen die grossen innovativen Ideen von A.C. nicht in den Bereich der Produktgestaltung oder -fertigung. Sicherlich hat er einigen technischen und prozeduralen Neuerungen zum Durchbruch verholfen, aber es waren Erfindungen und Ideen Anderer (hauptsächlich amerikanischen Ursprungs), die A.C. wirtschaftlich genutzt hatte.

Dasselbe gilt aber nicht für die Bereiche Werbung und Verkauf. Hier waren A.C. und seine Crew, diejenigen Kreateure, welche den anderen Fabrikanten, inkl. den Amerikanern, einen Schritt voraus waren. Relativ früh hatte A.C. begriffen, wie wichtig die Werbung und der Verkauf in einem zunehmend gesättigten Markt ist. Mit den für eine breite Bevölkerungsschicht erschwinglichen Preisen für ein Automobil, ging die Zahl derer zurück, die noch kein Auto besaßen. Citroën sah es als Aufgabe des Unternehmers, den abnehmenden Erneuerungsbedarf durch höhere Qualität des Produktes und neue Marketing-Ideen zu stimulieren. Damit erlange er in Europa während den 20er und 30er Jahren im Bereich Werbung eine Vorreiterrolle. Citroën war für seine verrückten Ideen berühmt und unter den Werbefachleuten seiner Zeit ein gefragter Auftraggeber, da er sehr empfänglich für gute Ideen war, egal wie verrückt sie klingen mochten. Die Kommunikationspolitik der Firma „Citroën“ und deren Patron war ein wesentlicher Faktor, der zum Erfolg der Marke beitrug. Mit verschiedenen Werbemitteln und Werbeträgern erreichte Citroën eine weite Verbreitung seines Namens und eine hohe Reputation für die Marke. Dafür brachte er jene Methoden zum Einsatz, die mittlerweile als Kommunikations- bzw. Absatzförderungsinstrumente bekannt sind. Kotler unterscheidet fünf wesentliche Instrumente mit zahlreichen Ausführungsformen: Werbung, Verkaufsförderung, Public Relations, Persönlicher Verkauf und Direktmarketing. Damit die Werbeaktionen von A.C. etwas eingeordnet werden können, wird die obige Klassifizierung übernommen ohne jedoch weiter auf die beiden Instrumente „Persönlicher Verkauf“ und „Direktmarketing“ einzugehen, da diese in der Absatzpolitik der Firma „Citroën“ zur Zeit von A.C. eher eine unbedeutende Rolle spielten. Das Ziel der nachfolgenden Unterkapitel ist es, diejenigen unternehmerischen Tätigkeiten von A.C. aufzuzeigen, die als Pionierleistungen allgemeiner Natur oder für bestimmte Bereiche gelten. Ausserdem wird bei einigen dieser Aktivitäten auf den Einfluss bis in die heutige Zeit hingewiesen.

3.1 Der unermüdliche Werber

Def. Werbung: „Jede bezahlte Form der nicht-persönlichen Präsentation und Förderung von Ideen, Waren oder Dienstleistungen durch einen identifizierten Auftraggeber.“ Im Bereich der Vermarktung seiner Produkte und seines Namens war Citroën zu seiner Zeit unschlagbar. Sämtliche verfügbaren Mittel wurden dazu verwendet, einem breiten Publikum die Produkte sowie die Marke „Citroën“ bekannt zu machen. In der Folge werden die drei wichtigsten Werbeauftritte von „Citroën“ zu Zeiten A.C.'s dargestellt.

3.1.1 15 Millionen mal „Le Citroën“

A.C. hatte rasch die Nutzbarkeit und die Macht des Zeitungswesens erkannt und für seine Zwecke zu nutzen gewusst. „Er bediente sich der Presse, wie niemand vor ihm es verstanden hatte.“ Citroën profilierte sich einerseits mit dem Umfang der Ausstrahlungen, sämtliche Zeitungen auf einmal, andererseits mit der Grösse der Anzeigen. Das bedeutete einen Auftritt über eine Doppelseite, im Gegensatz zu den damals üblichen Zehntelseiten. Die ersten Annoncen von „Citroën“ im Jahre 1919, waren noch sehr deskriptiv mit zahlreichen Angaben über Motorenleistung, Geschwindigkeit, Grösse der Räder, Anzahl Gänge usw. Bereits kurze Zeit später setzte A.C. auf die Kraft des Bildes, welche die Marke mit Qualität, Eleganz und sozialem Status in Verbindung bringen sollte. Er soll ausserdem darauf bestanden haben, dass jeweils nur eine Eigenschaft seiner Produkte hervorgehoben werden sollte, damit die Botschaft klar verständlich sei. Ab 1928 inserierte Citroën monatlich auf der letzten Seite der einhundert grössten Zeitungen Frankreichs, welche zusammen eine Auflage von rund 15 Mio. Stück hatten, die Information „Le Citroën“. „Le Citroën“ war aber nicht eine Annonce im gewöhnlichen Sinne. Vielmehr lieferte sie allgemeine Informationen über das Unternehmen und die hergestellten Autos.

3.1.2 Die Himmelsbotschaft

Wesentlich zur Wahrnehmung der Marke trugen jedoch die sowohl unterschiedlichen wie auch spektakulären Aktionen bei. Im Oktober 1922 bspw., liess A.C. den Schriftzug „Citroën“ von einem Flugzeug mit weissem Rauch in den blauen Himmel über Paris schreiben. Mit Zeitungsinserten und Plakaten hatte man die Pariser Bevölkerung dazu aufgeboten, am Tag der Eröffnung des Pariser Automobilsalons, bei schönem Wetter den Himmel zu beobachten. Der Erfolg des über fünf Kilometer langen Namens in 3'000 Metern Höhe war phänomenal. Zum ersten Mal war der Himmel als Werbeträger genutzt worden.

3.1.3 Der leuchtende Turm

Die wohl brillianteste Werbeidee, welche A.C. umsetzen liess, war die Beleuchtung des Eiffelturmes mit seinem Namen. 1923 wurde A.C. vom Italiener Fernando Jacopozi kontaktiert, der sich bereits als Erbauer von Leuchtschildern einen Namen gemacht hatte. Jacopozi offerierte A.C., dessen Namen mit tausenden von Glühbirnen an den Eiffelturm zu schreiben. Citroën zögerte, wie

einige andere Unternehmer zuvor, denen Jacopoizzi den Vorschlag gemacht hatte. Die Kosten des Projektes waren enorm, aber als Citroën vernahm, dass Henry Ford den Turm sogar kaufen und in die Vereinigten Staaten stellen wollte, stimmte er der Offerte zu. Während elf Jahren von 1925 bis 1936 erleuchtete jeden Sonntag dieses Schauspiel am Eiffelturm, welches hunderttausende von Menschen fesselte. Die über 200'000 Glühbirnen waren bis zu einer Entfernung von vierzig Kilometern sichtbar und dienten Charles Lindbergh, bei seinem gleichfalls legendären Flug über den Atlantik im Jahr 1927, während seinem Anflug auf Paris, als Orientierungshilfe. Geistesgegenwärtig realisierte Citroën das grosse Interesse der Bevölkerung an diesem „fou volant“ und er lädt den jungen Helden zum Besuch in seine Fabrik ein. Die Blitzaktion bringt den Namen „Citroën“ in Verbindung mit dem charismatischen Lindbergh und seiner beeindruckenden Leistung. Jährlich wurden die Motive gewechselt. So waren auch Leuchtfontänen, Uhren, Thermometer und zur Einführung der neuen Modelle C4 und C6 die Nummern 4 und 6 zu sehen, bzw. zur Einführung des Traction Avant im Jahr 1934 die Zahl 7, dessen offizielle Handelsbezeichnung. Die Reaktionen der Bevölkerung und der Presse waren erstaunlich. Ganze Artikel wurden darüber geschrieben, überwältigt von der Einmaligkeit und den gewaltigen Ausmassen dieser Werbeaktion. In weiten Kreisen war man von der Wirksamkeit dieser Werbung überzeugt. Allerdings war die Manifestation von Citroën ebenfalls ein beliebtes Sujet für Kritik an der Werbebranche und ihren Auswüchsen. Auch A.C. blieb von Spott nicht verschont, bot er doch mit seinen Auftritten immer wieder genügend Angriffsfläche für kritische oder gar zynische Zeitgenossen: „Un type qu'a les moyens de louer la tour Eiffel rien que pour écrire son nom dessus, il faut tout de même qu'il gagne de l'argent sur les poires... Allons vite acheter une petite Citroën.“

3.2 Die Verkaufsförderung

Def. Verkaufsförderung: „Anreize zum Kauf bzw. Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung.“ Wie schon Eingangs dieses Kapitels erwähnt, war Citroën sich darüber im Klaren, dass das Produzieren von Automobilen alleine noch nicht genügt, man muss sie auch verkaufen. Für ihn bedeutete dies, die Bereitstellung von erstklassigen Verkaufsstellen, kompetenten Verkäufern, einem kundenfreundlichen Service und zahlreichen weiteren Zusatzleistungen. A.C. soll einmal gesagt haben, dass der Verkauf mit dem Kundendienst beginne, denn er gäbe beim Kunden den Ausschlag für den erneuten Kauf eines Modells der Marke „Citroën“. Einige dieser Dienste sind Inhalt der folgenden Ausführungen indem ein besonderer Fokus der Funktion für das Unternehmen und der Bedeutung für die Automobilindustrie gilt.

3.2.1 Automobilisten benötigen Serviceleistungen

Das Automobil ist ein komplexes Produkt (bereits der spartanische „Typ A“ bestand aus über 3'000 Einzelteilen), welches viele funktionale Elemente mit mehr oder weniger grossen Verschleisserscheinungen enthält. Damit die Funktionalität und somit die Sicherheit des Automobils erhalten bleibt, bedarf

es regelmässiger Kontrollen und Wartung. Citroën versuchte diesem Umstand sowohl im Bereich der Konstruktion und Produktion, als auch im Bereich des Services für den Kunden gerecht zu werden. Als 1919 der erste „Citroën“ mit dem Namen „Typ A“ erschien, sorgte nicht nur das Produkt für Furore in Europa, sondern auch die Organisation, die dahinter stand. Nicht zum ersten Mal wurde ein Auto für die grosse Masse konstruiert, aber erstmals bot ein Fabrikant eine vollständige Ausstattung (Karosserie, erster elektrischer Anlasser, elektrischer Scheibenwischer und Ersatzreifen) inklusive Wartung an. Hinter der Produktion des „Modells A“ stand ein ganzer Apparat, der sich auch der Prozesse vor und nach der Produktion annahm, an welche niemand zuvor gedacht hatte. Dazu gehörten insbesondere die leichte Austauschbarkeit der Teile sowie ein dichtes Netz von Servicestellen und Ersatzteillagern. Um das Kundendienstkonzept noch weiter auszudehnen, gründete Citroën im Jahr 1932 das Versicherungsunternehmen „Assurances Citroën“. Ziel dieser Dienstleistung war nicht in erster Linie der Verkauf von Versicherungen, sondern die Verkaufsförderung der Fahrzeuge, mit dem Argument einer besonders preiswerten Versicherung für besonders sichere Automobile. Nebst den bereits genannten heutigen „Standards der Automobilbranche“, die durch A.C. eingeführt wurden, gab es zahlreiche kleinere Ideen, wie bspw. Stadtpläne, Wagenprospekte, Ersatzteilkataloge, Wartungsanleitungen oder den Kauf auf Kredit. Citroën war der erste Automobilfabrikant weltweit, der sich so intensiv und allumfassend den Bedürfnissen und Prozessen des Kunden widmete und geeignete Lösungen umsetzte. Viele seiner Lösungen haben sich bis in die heutige Zeit, teils mit geringfügigen Anpassungen, in der Automobilbranche gehalten. Dies spricht für die Genialität und Weitsichtigkeit von Citroën und seinen Partnern.

3.2.2 Ein dichtes Netz

Wie bereits oben beschrieben, wollte A.C. mit seinem Unternehmenskonzept nicht nur Automobile verkaufen, sondern „Dienst am Kunden“ betreiben. Dazu gehört natürlich auch ein dichtes Vertriebsnetz, das 1925, sechs Jahre nach der Unternehmensgründung, bereits über 5'000 Verkaufsstellen weltweit umfasste. Für deren Ergänzung richtete man bei „Citroën“ vor allem in Frankreich über 1'000 Ersatzteillager ein, um die Reparaturzeiten zu verkürzen und dem Kunden eine optimale Serviceleistung zu garantieren. A.C. überliess nichts dem Zufall. Er widmete sich auch dem Erscheinungsbild der Verkaufsniederlassungen, denn er war sich sicher, dass mit geeigneten Gebäuden sowie Einrichtungen die Kunden zum Kauf angeregt werden konnten, bzw. ihr Interesse an der Marke geweckt würde. Im Jahr 1923 lancierte Citroën ein monatliches Bulletin für alle Vertragshändler, Garagisten und Ersatzteilhändler, welches über die wichtigsten das Unternehmen betreffenden Neuigkeiten informierte. Ausserdem enthielt die Zeitschrift wertvolle Ratschläge zur Verkaufsförderung, zur Lösung von mechanischen Problemen oder zur Einrichtung von Ausstellungsräumen. Bereits Anfangs der 20er Jahre begannen die europäischen Automobilhersteller im benachbarten Ausland Filialen einzurichten. Durch die ständig ansteigenden

Produktionszahlen und durch den fallenden Franc hatte A.C. nicht nur die Kapazitäten, sondern auch einen Preisvorteil, um seine Produkte im Ausland absetzen zu können. Zusammen mit den bereits erwähnten extravaganten Werbeaktivitäten, vor allem den Werbekaravanden durch Europa, erreichte Citroën im Jahr 1929 bereits die höchsten Export und Auslands-Absatzzahlen aller französischer Hersteller. Dieses Netz von erstklassigen Händlern hat wesentlich dazu beigetragen, ein aussergewöhnliches Markenbewusstsein zu schaffen, das sich fast ein Jahrhundert danach immer noch eindrücklich manifestiert.

3.3 Public Relations

Def. Public Relations [PR]: „Eine Vielzahl von Möglichkeiten, auf indirektem Wege das Image des Unternehmens und seiner Produkte im Bewusstsein der Öffentlichkeit zu fördern.“ Was A.C. darunter verstand, erläuterte er anlässlich eines Banketts, welches zum Pariser Automobilsalon für die Vertragshändler im Oktober 1932 organisiert wurde. Sinngemäss übersetzt sagte er folgendes: „Man fragte mich des öfteren, warum ich in Zeitungen ganzseitige Anzeigen schalte. Warum ich den Eiffelturm beleuchten lasse. Immerhin sind ja meine Autos sehr bekannt und es sind etwa 700'000 davon in Frankreich zugelassen. Ich bin der Meinung, dass man trotzdem die Aufmerksamkeit der 40 Mio. Einwohner erwecken muss, vom Erwachsenen bis zu den Kindern, welche wir mit unseren Aktivitäten ja bereits im Kleinkindalter erfassen.“

3.3.1 Kinder, die Kunden von morgen

Somit wird deutlich, dass Citroën mit seinen Werbeaktivitäten die ganze Familie, insbesondere auch die Kinder, erreichen wollte. Zu diesem Zweck liess man ab 1923, die jeweils aktuellen Citroën-Modelle als Miniaturen herstellen und vertrieb diese ausschliesslich über das Händlernetz. Ein Pariser Spielwarenfabrikant trug diese Idee an A.C. heran, welcher davon sofort begeistert war. Der erwachsene potentielle Automobilkäufer würde bestimmt an die Marke „Citroën“ denken, weil er diese mit einer glücklichen Kindheitserinnerung in Verbindung bringt. In der Tat erwies sich die Aktion für beide Unternehmen als sehr erfolgreich und in seiner selbstsicheren Manier soll A.C. folgende Worte gesprochen haben: „L'enfant est un futur client. Il faut que les premiers mots qu'il connaisse soient: Papa, Maman et... Citroën!“

3.3.2 Werkbesichtigungen

A.C. wollte nicht nur die Kunden im engeren Sinne ansprechen, sondern auch weitere Interessengruppen erreichen. Ein wichtiges Mittel hierfür waren die Werkbesichtigungen. Schon 1926 organisierte man für die Händler der Marke und für Journalisten einen dreitägigen Ausflug nach London, um dort in der Fabrik „Sloug“ die Filiale selbst und die Fließbandmontage zu besichtigen. Später ermöglichte man der Bevölkerung Fabrikbesichtigungen im Hauptwerk Paris, inklusive Transfer.

3.3.3 Der wegweisende Citroën

Mit der Montage von über 160'000 Verkehrsschildern fand Citroën eine weitere Möglichkeit sein Unternehmen in Frankreich bekannt zu machen. Diese während einiger Jahre produzierten Blechtafeln wurden den Kommunen auf Wunsch zur Verfügung gestellt und waren mit dem Citroën-Logo sowie Schriftzug Werbeträger und Hinweisschild in einem. Diese Art der Werbung kannte A.C. bereits von seiner Zeit bei „Automobiles Mors“, und auch andere Automobilproduzenten liessen Schilder montieren, allerdings nicht in dem Ausmass und auch nicht in ganz Frankreich.

3.3.4 Citroëns erobern die Welt

Ein weiteres wichtiges Mittel mit dem Citroën der Marke und den Produkten zu mehr Publizität verhalf, würde man heute mit dem Begriff „Event-Marketing“ umschreiben. Grossunternehmen sponsern Anlässe in den Bereichen Sport sowie Kultur oder sie unterstützen Hilfsaktionen mit dem Ziel die Bekanntheit des Unternehmens zu fördern, die Glaubwürdigkeit zu stärken und die Kosten der Absatzförderung niedrig zu halten, da solche PR-Aktionen oftmals viel weniger kosten als Direktwerbung und Medienwerbung. Zwischen 1922 und 1931 wurden von der Firma „Citroën“ drei solcher „Riesen-Events“ organisiert und durchgeführt. Doch entgegen der Tradition der damaligen Automobilfirmen, sich an verschiedenen Wettbewerben gegenseitig zu messen, entschied man sich bei „Citroën“ für abenteuerliche Expeditionen und gegen die oftmals von Unfällen und Todesfällen überschatteten Automobilrennen. Für diese Feldzüge nutzte man die damals im Sortiment angebotenen, aber eher spärlich verkauften Halbkettenfahrzeuge. Die erste Expedition „Croisière Transsaharienne“ führte in zwanzig Tagen und der Bewältigung von mehr als 3'000 Kilometern von Norden nach Süden durch die Sahara. Ein grosser Triumph für Citroën, denn das erste Mal in der Geschichte hatte man die Sahara mit Automobilen durchquert. Bereits zwei Jahre später sorgte eine weitere Expedition für Aufsehen. Im Oktober 1924 startete man zur „Croisière Noir“, bei der man sich die erste Durchquerung des afrikanischen Kontinentes mit Automobilen zum Ziel gesetzt hatte. In rund acht Monaten bewältigten acht Halbkettenfahrzeuge auf unterschiedlichsten Routen je 20'000 km. Die Expedition war damit eine Demonstration der menschlichen und mechanischen Leistungsfähigkeit, zugleich aber auch eine wissenschaftliche Forschungsreise, da man namhafte Wissenschaftler aus den Bereichen Geographie, Zoologie, Film etc. mitgenommen hatte. Beide Expeditionen waren nicht nur erfolgreich von statten gegangen, sondern auch von einer grossen Publizität begleitet. Somit war es kaum verwunderlich, dass man bereits an eine weitere noch abenteuerlichere Expedition dachte. Aufwendige Vorbereitungen, Grossprojekte innerhalb der Firma und die widrigen wirtschaftlichen Umstände führten jedoch dazu, dass die „Croisière Jaune“ erst im April 1931 in Angriff genommen werden konnte. Ursprünglich sah man eine Route von Beirut über die UdSSR nach Peking vor, jedoch kurz vor Expeditionsbeginn annullierte die damalige Sowjetunion die nötigen Visa weshalb man kurzerhand über die Mongolei auswich. Zwar erreichte man im Februar

1932 Peking, aber die Fahrt verlief nicht problemlos. Trotz Ausweichmanövern über die Hochpässe des Himalaja, wurde eine Teilnehmergruppe während sechs Wochen von islamischen Rebellen gefangen genommen. Ausserdem starb ein langjähriger Freund und Partner von A.C., Georges Marie Haardt, an den Strapazen der Reise.

Anlässlich einer Preisverleihung im Jahr 1932 an die Expedition „Croisière Jaune“, schilderte A.C. wie die Öffentlichkeitsarbeit mittels dieser „Events“ ablief: „Nach Rückkehr der Expedition wurde die breite Öffentlichkeit über alle Leistungen informiert, die während der 314 Tage in Asien erbracht worden sind. In Ausstellungshallen wurden die verschiedenen Sammlungen gezeigt - Früchte einer zähen Arbeit. Ein grossartiger Film veranschaulichte lebendig und mitreissend die durchlebten Abenteuer und brachte so die Expedition einem breiten Publikum näher. [...] Ich für meinen Teil rühme mich, die grosse Automobilindustrie an dieser uneigennützigem Unternehmung beteiligt zu haben, die, wie ich hoffe, den immer wieder neuen Anforderungen von Wissenschaft und Fortschritt gedient hat.“

Die Liste der öffentlichen Auftritte der Person und Marke „Citroën“ wäre mit den genannten Beispielen noch nicht zu Ende. Eine wichtige Rolle der Bekanntheitsförderung spielten auch die Taxi- und Busfahrtgesellschaften sowie die zahlreichen Spezialfahrzeuge wie Ambulanzen, Feuerwehrautos, Transportfahrzeuge etc. Auf eine detaillierte Darstellung dieser weiteren Aktionen in der Öffentlichkeit wird hier zugunsten des nächsten Unterkapitels verzichtet. Denn das soziale Engagement erscheint mir ein sehr wichtiger Aspekt des Unternehmers Citroën.

3.4 Soziales Engagement

A.C. war nicht nur ein intuitiver Marketing-Fachmann, sondern auch ein Unternehmer, der sich um die sozialen Belange seiner Mitarbeiter kümmerte. Im Jahr 1919 war er einer der ersten Unternehmer, der innerhalb des Fabrikationsbezirkes seinen Angestellten kostenlose medizinische Versorgung, Kinderkrippen und Sporthallen zur Verfügung stellte. Bereits während des Krieges hatte A.C. grossen Wert auf die Bereitstellung von sanitären und sozialen Einrichtungen gelegt, was für die damalige Zeit eher ungewöhnlich war. „Les ouvriers méritent qu'on les considère autrement que comme du matériel humain; c'est une idée qui doit dominer dans l'esprit du chef d'entreprise quand il organise sa maison.“ Es wurde auf Sauberkeit in den Produktionshallen sowie auf gute Beleuchtung und Belüftung geachtet. Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern standen Toiletten, Duschen und überall Trinkwasser zur Verfügung. Die Betriebskantine war ein organisatorisches Meisterwerk mit einer Versorgungskapazität von 2'700 Fabrikangestellten in 30 bis 40 Minuten. Des weiteren hatten die „Citroën-Werke“ in Paris eine eigene Betriebsklinik mit Röntgenlabor und einer Zahnarztpraxis. Mit einer Säuglingspflegestation und einem Kindergarten hatte Citroën den spezifischen Bedürfnissen seiner weiblichen Belegschaft Rechnung getragen, noch bevor gesetzliche Bestimmungen solches verlangten.

Diese Bemühungen, so lobenswert sie auch sein mögen, waren nicht ganz frei von Profitgedanken, denn Citroën wollte den Produktionsausfällen aufgrund kranker Angestellter Abhilfe schaffen und stellte diese zahlreichen Leistungen sowie Informationsbroschüren für Körperhygiene kostenlos zur Verfügung. Nach dem Krieg gerieten die sozialen Einrichtungen der Werke unter starken Beschuss der Gewerkschaften, „die in ihnen ein paternalistisches Propagandainstrument der Arbeitgeber sahen.“ Schwer enttäuscht liess A.C. sie sofort vollständig abschaffen und gab damit seinem Gefühl von Verrat Ausdruck.

In den 30er Jahren schuf Citroën erneut soziale Einrichtungen, die wie schon während des Ersten Weltkrieges, den spezifischen Bedürfnissen seiner damaligen Belegschaft entsprachen. Zu ihnen gehörten: Haushaltunterricht für Mütter, Berufsfachschulen, Familienbeihilfen für kinderreiche Familien sowie eine Krankenversicherung für die Angestellten. Trotz seiner grossen Enttäuschung in den 20er Jahren hat A.C. sich immer um seine mehrere tausend Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Stile eines Patron gekümmert. Citroën war sich darüber im Klaren, dass er nur mit einer gut versorgten und hoch motivierten Belegschaft grosse Leistungen zu vollbringen vermöchte und er gehörte zu den eher raren Unternehmern, die weder Kosten noch Mühen scheuten, dies umzusetzen. Ein Ausschnitt aus dem Portrait von G.-M. Haardt über A.C. aus dem Jahre 1929 beschreibt Citroën's Qualitäten diesbezüglich folgendermassen: *„Les causes de votre succès, ces causes d'attachement, elles sont dans les qualités profondément humaines de votre coeur et dans les qualités presque surhumaines de votre caractère.“*

30 JAHRE CITROËN TRACTION AVANT CLUB

Das grosse Geburtstagsfest unseres Clubs ist bereits im Entstehen. Die Organisatoren der Region Süd sind seit Ende letzten Jahres mit der Grobplanung und Reservation der Infrastruktur beschäftigt. Bereits sind erste Erfolge zu verzeichnen. Es ist Josef Burri gelungen, die Mehrzweckhalle und die darunterliegende Zivilschutzanlage in Ruswil (LU) zu mieten. Die Verträge für beide Anlagen sind jetzt unterzeichnet. Wir haben mit dieser Halle eine ausgezeichnete Ausgangslage für unser Clubjubiläum, das am **9. bis 11. Juni 2006** stattfinden wird. Ebenfalls wird es möglich sein, eine günstige Unterkunftsmöglichkeit anzubieten, für alle, die sich nicht scheuen, zwei Nächte im Schlafsack zu schlafen.

Als nächste Aktion werden wir ein erweitertes Organisationskomitee gründen und die Detailplanung in Angriff nehmen. An der Generalversammlung haben sich bereits einige Mitglieder gemeldet, die bereit sind, aktiv an der Planung und Durchführung mitzuarbeiten. Wir brauchen aber noch mehr Clubkameraden mit Initiative, Ideen und vielen fleissigen Händen, damit dieses Fest im gewohnten Standard des Citroën Traction Avant Clubs durchgeführt werden kann.

Die Region Süd nimmt gerne weitere Mitglieder ins OK auf!



Anscheinend staunten schon Adam und Eva nicht schlecht, als sie die erste Traction erblickten und nur schwer der Versuchung widerstehen konnten in den Wagen einzusteigen, der so freundlich zu einer Spritztour einlud. Später entschlossen sie sich dann aber wie schon länger bekannt, einen Apfel zu essen. Eigentlich schade, vielleicht wäre die Welt etwas anders herausgekommen, wenn etwas mehr Verständnis für avantgardistische Technik vorhanden gewesen wäre.

Am Nummernschild können wir erkennen, dass das Paradies offenbar in Österreich gelegen haben muss. Eventuell liegt es auch heute noch dort, vor allem wenn man feststellt, dass derart schöne Tractionen dort zu finden sind. Paradiesische Zustände für alle Tractionisten.

Peter Cermak aus Mariazell (Niederösterreich) hat uns dieses Bild am heissesten Tag des Jahres zugestellt. Vielen Dank für den gelungenen Schnappschuss.

Bonjour Citroën!

ERSATZTEILMARKT
FAHRZEUGAUSSTELLUNG
LITERATUR
MODELLAUTOS
GEBRAUCHTWAGEN
TUNING

CITROËRAMA

DIE MESSE RUND UM CITROËN

ANWISUNGEN: Die Messe findet am Samstag, 3. September 2005, von 10:00 bis 18:00 Uhr und am Sonntag, 4. September 2005, von 10:00 bis 17:00 Uhr statt. Eintritt ist frei. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos.

3.+4. SEPTEMBER 2005
MESSE NIEDERRHEIN
RHEINBERG · GERMANY

Das Programm an Weiterbildungen in den Bereichen für die Fachhändler und Privatkunden ist ebenfalls sehr vielfältig.



ANGEBOTE VON HÄNDLERN Gerne besuchen Sie auch gerne Händler und Fachleute der Branche. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos.

PRIVATANBIETER erhalten zu günstigen Konditionen bei Citroën

CITROËN ARTIKEL Citroën Durchlaufregal für den Arbeitsplatz. Citroën Durchlaufregal für den Arbeitsplatz. Citroën Durchlaufregal für den Arbeitsplatz.

FAHRZEUGMARKTEN Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos.

DECKELN Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos.

BAUWEISEN Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos.

ÖFFNUNGSZEITEN Samstag, 03.09.05 von 10:00 bis 18:00 Uhr, Sonntag, 04.09.2005 von 10:00 bis 17:00 Uhr.

MESSE Anwerdengarten vor Nr. 200, n. Aha, 10 km südlich der Messe, 10 km südlich der Messe, 10 km südlich der Messe.

OSTFELD Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos.

ANFAHRT Anfahrtskarte ist im Anhang. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos.

PREISE Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos.

Sie möchten mit der CITROËRAMA zusammenarbeiten? Bitte wenden Sie sich an die Messe. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos.

CITROËRAMA Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Messe ist ein Familien- und Kinderprogramm. Die Teilnahme ist kostenlos.





Eine weitere Unfallszene aus der einmaligen Sammlung von Christoph Platzer!

Eine Traction nach einem Ausritt in die Landschaft! Die abgerissene Stosstange zeugt von der Interaktion mit der Natur. Sowohl Front wie auch Heck sind beschädigt. Das eingedrückte Dach hinten legt nahe, dass ein Baum auf das Fahrzeug zu liegen kam. Offenbar haben hier Zusatzscheinwerfer und zusätzlich montierte Hupen nicht die nötige Sicherheit für den Fahrer gebracht. Insgesamt hat sich der Fahrgastraum aber wenig verformt, die Türen scheinen sich öffnen zu lassen und der Fahrer wird diesen Unfall überlebt haben.

AUSBLICK

Dieses Heft ist wieder mit tollen Berichten aus aller Welt gefüllt und zeigt die breit gefächerten Aktivitäten des Clubs und seiner Mitglieder.

Noch stehen zwei Treffen dieses Jahres aus, die ihrerseits wieder zu interessanten Reportagen Anlass geben. Ich bin gespannt, was in den nächsten Wochen in der Redaktion eintreffen wird!!

Einstweilen vielen Dank an die aktiven Schreiber, die auch in der «Saure-Gurken-Zeit» aktiv sind und alle möglichen Ereignisse dokumentieren.

Euer
Hans Georg Koch
Redaktor

IMPRESSUM

Herausgeber: Citroën Traction Avant Club Schweiz
c/o Walter Homberger
J.- C.- Heer-Strasse 25, 8635 Oberdürnten

Redaktion: Hans Georg Koch,
Breiten 4, 6022 Grosswangen

Druck: Druckerei Schürch AG, 4950 Huttwil

ISSN: 1660-7481

Erscheinungsweise: Fünf bis sechs Ausgaben pro Jahr

Auflage: 420 Exemplare

Abonnement: Im Jahresbeitrag des CTAC inbegriffen (SFr. 70.--)

Inserate: Für Clubmitglieder gratis
Kommerzielle Inserate:
1 Seite SFr. 100.-- 1/2 Seite SFr. 50.--

Copyright: © Citroën Traction Avant Club Schweiz,
Nachdruck nur mit Quellenangabe

Hinweise: Einsender von Zuschriften erklären sich mit der redaktionellen Bearbeitung einverstanden. Alle Angaben ohne Gewähr.



CITROËN TRACTION AVANT CLUB

MITGLIEDERWESEN

Adressänderung

Name:

Vorname: Vorname Partner:

Adresse: PLZ / Ort:

Geburtstag: Tel Privat:

Gültig ab: Tel. Geschäft:

Fahrzeug Typ/Jg: E-Mail:

Bitte einsenden an: Ruedi Burri, Oberackerstrasse 6, 8492 Wila



Mitglieder-Werbung

Ich interessiere mich für eine Mitgliedschaft beim Citroen Traction Avant Club.
Bitte senden Sie mir diesbezügliche Unterlagen.

Name: Vorname:

Adresse: PLZ / Ort:

Tel. Privat: Tel. Geschäft:

Bemerkungen:

Woher haben Sie die Information über den Citroën Traction Avant Club erhalten?

Mitglied Zeitschrift Ausstellung Oldtimemarkt Internet Freunde

Bitte einsenden an:

CTAC, c/o Walter Homberger, J.- C.- Heer-Strasse, 8635 Oberdürnten

pour embellir et protéger
votre
Citroën



LES BAMBOTS D'ALLES «ECLAIR» d'un
des indispensables, indispensables à l'usage en usage
indispensable, en à l'usage le plus efficace des protec-
tions contre les givres, givres par les roues avant
et à l'usage pour le passage.

— PROTECTOR D'ALLES
Ce des accessoires les plus indispensables... 150 frs



Mouche rond



LES PARE-JOIGNON LATÉRAUX «ECLAIR»
présentent des deux côtés de l'usage spécialement le
nature sans maintenance.

Pour 2 ou 4 ou 11 litres... 170 frs
— 11 litres... 190 frs

LE BOUCHON DE SÉCURITÉ «ECLAIR»
présente spécialement des deux côtés de l'usage
nature sans maintenance.

Pour 2 ou 4... 22 frs — Pour 11 litres... 20 frs

Distances... 0 - 5
— 11 litres... 15 litres

LES TAMPONS «ECLAIR» les plus utiles, tout en
leur usage, d'un usage spécial, protégés sans danger
contre les accidents des accidents, protégés sans danger
contre les accidents des accidents, protégés sans danger
contre les accidents des accidents, protégés sans danger

Pour 2 ou 4 ou 11 litres... 90 frs
Pour 11 litres... 100 frs

* Tous ces accessoires sont livrés spécialement pour le plus
convenable pour le montage.

Mouche à bar



les accessoires
“ECLAIR”

ÉTABLISSEMENTS CHALUMEAU — NEUILLY-SUR-SEINE
11, Rue d'Alsace-Lorraine — Tél. Mairie 41 08

