

Zeitschrift: Technische Mitteilungen / Schweizerische Telegraphen- und Telephonverwaltung = Bulletin technique / Administration des télégraphes et des téléphones suisses = Bollettino tecnico / Amministrazione dei telegrafi e dei telefoni svizzeri

Herausgeber: Schweizerische Telegraphen- und Telephonverwaltung

Band: 7 (1929)

Heft: 3

Artikel: Propagande en faveur du téléphone

Autor: Wunderlin, M.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-873791>

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: 17.05.2025

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

wodurch der Wagen rasch an Geschwindigkeit verliert. Erst wenn diese auf etwa 10 km gesunken ist, wird ausgekuppelt. Zum Ausrollen ist dann noch eine Strecke von rund 30 m nötig.

Für schwere Wagen werden die Ausrolldistanzen etwas grösser. Sie betragen z. B. für einen 1½-Tonnen-Wagen, wenn bei einer Geschwindigkeit von 10 km ausgekuppelt wird, 37 m. U.

Propagande en faveur du téléphone.

(Rapport présenté par M. Wunderlin, inspecteur d'exploitation, à l'assemblée générale de la *Pro Téléphone*, du 26 avril 1929.)

La technique a fait de tels progrès depuis 30 ans, que l'homme n'est pas encore parvenu à s'adapter parfaitement à la situation nouvelle. Ce n'est qu'au fur et à mesure que les besoins croissent qu'il se rend compte du parti que l'on peut tirer du téléphone et qu'il se sent poussé à en faire un usage étendu. Notre entreprise de propagande se propose de développer encore davantage ce mouvement, cela sur la base la plus large possible.

L'heureux développement que le réseau téléphonique suisse a pris ces dernières années est une preuve que le degré d'occupation s'est amélioré dans d'importantes industries nationales et que le mouvement touristique a progressé. D'autre part, les espoirs que l'on fondait sur l'extension rationnelle mais extrêmement coûteuse (elle a exigé des millions de francs) des lignes de câbles interurbains qui, maintenant, sillonnent notre pays en tous sens, commencent à se réaliser. Mais ce qui dépasse toutes les espérances, c'est le succès qu'a obtenu la propagande entreprise au cours de l'été 1927 en vue de diffuser le téléphone en Suisse. Et ce succès s'affirme non seulement en ce qui concerne l'accueil que la propagande a rencontré dans tous les milieux de la population, mais encore sous le rapport de l'heureuse influence qu'elle a exercée sur le degré d'occupation de l'industrie téléphonique en général et sur le rendement de l'entreprise téléphonique en particulier.

La propagande téléphonique a été entreprise à un moment où l'industrie nationale traversait une période critique. Son but était, d'une part, de retarder les mesures que l'administration se serait vue contrainte de prendre en vue de réduire l'effectif de son personnel et, d'autre part, de développer, le plus possible dans la lutte pour la concurrence, l'usage du téléphone, moyen de communication devenu de plus en plus indispensable dans les petites exploitations et dans les ménages. Grâce à la collaboration de l'administration, réorganisée d'après des principes commerciaux et économiques, et de l'industrie téléphonique, on est parvenu à fonder l'association *Pro Téléphone* qui a pour but de propager le téléphone dans notre pays; elle est soutenue financièrement par l'administration et par l'industrie intéressée.

Le résultat de cette collaboration se manifeste par une plus grande augmentation annuelle du nombre des abonnés. La plus-value due à la propagande porte sur 6000 raccordements principaux; elle représente le 75% de la moyenne de plusieurs années et le triple du développement d'avant-guerre. Le nombre des postes téléphoniques a augmenté de 20,650 soit de 100% par rapport à la moyenne de ces dernières années. Le téléphone est un facteur

économique de tout premier ordre et chacun en reconnaît la nécessité et l'importance. Il y a donc tout lieu d'espérer que la faveur dont il jouit auprès du public contribuera à assurer aussi à l'avenir à la Suisse le rang qu'elle occupe, le quatrième, parmi les Etats européens sous le rapport de la densité téléphonique (6,1 postes par 100 habitants). L'augmentation constante de la densité (8—10 postes par 100 habitants) au Danemark, en Suède et en Norvège permet d'espérer que les succès obtenus par la propagande téléphonique en Suisse iront croissant, surtout si l'on parvient, grâce à des installations techniques appropriées, à alléger les taxes des raccordements d'appartements et, partant, à favoriser encore davantage la diffusion du téléphone parmi la classe moyenne.

Les achats de matériel rendus nécessaires par le développement du téléphone ont procuré à l'économie suisse une somme d'environ 19 millions de francs, soit 2 millions de plus qu'en 1927. Les ordres passés à des entrepreneurs représentent un montant de 3 millions de francs pour les installations de câbles et une somme de 1 million de francs pour les installations de lignes aériennes. Le nombre des installations intérieures et des transferts de stations effectués par des concessionnaires a passé de 14,373 en 1927 à 16,788 en 1928; il représente le 45% de tous les ordres.

L'activité déployée dans le domaine de la propagande a également eu une heureuse influence sur le rendement des offices téléphoniques constructeurs. Or, malgré les exigences sensiblement plus élevées qui en sont résultées, nos services ont pu se tirer d'affaire sans augmentation de personnel. C'est là une preuve de l'organisation rationnelle de toute l'entreprise. La rationalisation du service s'est également manifestée en ce que, à l'heure actuelle, le 26% des abonnés sont reliés par des lignes souterraines, dont la longueur correspond au 86% de la longueur totale des lignes d'abonnés. Le 77,4% des lignes interurbaines sont également en souterrain. Le 26,3% des abonnés sont rattachés à des centrales automatiques. Le premier trimestre de 1929 accuse une nouvelle plus-value de 400 abonnés et de 1200 postes téléphoniques par rapport à l'augmentation enregistrée pendant la période correspondante de l'année précédente, et le nombre des demandes de raccordements principaux non encore exécutées est de 500 supérieure. L'accroissement du trafic présente un pourcentage correspondant.

L'amélioration du service téléphonique, le perfectionnement des installations techniques et le fait que l'indice du coût des conversations (136) est encore notablement inférieur à l'indice des prix de

gros (145) et à l'indice du coût de la vie (162) sont tout autant d'éléments favorables à l'augmentation du trafic. Cette augmentation a été de 11% en 1928 dans les relations en général et de 15% dans les relations internationales. Elle témoigne de la confiance croissante dont jouit le téléphone.

C'est grâce à cette situation favorable comme aussi au large emploi qui a été fait des installations existantes que l'administration des téléphones a pu abaisser certaines taxes, telle la taxe annuelle des postes d'embranchement qui a été ramenée à 15 francs seulement, et supprimer en partie les redevances auxquelles étaient soumises les longueurs de lignes supplémentaires. Ces dégrèvements représentent une perte totale de 1 million de francs. Les réductions de taxes qui entreront en vigueur le 1er juillet prochain imposeront un nouveau sacrifice de 1 million en faveur de l'économie nationale. La taxe de nuit réduite ($\frac{3}{5}$ de la taxe de jour) perçue sur les distances dépassant 20 km sera appliquée dès 19 heures jusqu'à 8 heures du matin, et les conversations urgentes ne payeront plus que le double de la taxe de jour ordinaire. Cette amélioration ainsi que la propagande en faveur du téléphone sont

de nature à inciter le public à user davantage encore de ce moyen de communication. Pendant que l'abonné suisse téléphone 100 fois, l'abonné scandinave téléphone de 250 à 350 fois; l'abonné américain, plus habile à défendre ses intérêts, téléphone encore 5 fois plus.

La correspondance transmise par les moyens de transport ou de communication passent de plus en plus de la forme écrite à la forme verbale. Pour 100 correspondances, il y en a eu, en Suisse, 12 par fil en 1900 et 24 en 1920; actuellement, il y en a déjà 30 par fil et 70 par poste. En Suède, la proportion est inverse. La propagande nationale a donc encore un beau champ d'activité devant elle.

La propagande s'est révélée comme un moyen efficace pour accroître le rendement de l'exploitation téléphonique et pour fixer les bases qui permettront au téléphone de devenir, dans le courant de ces années prochaines, un élément de confort accessible à toutes les bourses. L'administration des téléphones occupe 5000 personnes, et assure indirectement un gagne-pain à des milliers d'ouvriers suisses travaillant dans l'industrie téléphonique nationale et les branches qui en dépendent.

Verschiedenes — Divers.

Eine neue Erfindung im Fernsprechverkehr.

Am 11. Mai dieses Jahres führten die Herren J. Villiger und E. Zoller einigen Pressevertretern und Fachleuten in Zürich einen Apparat vor, der eine Vervollkommnung des Fernsprechverkehrs in automatisch betriebenen Netzen bezweckt. Die Erkenntnis, dass im Fernsprechverkehr Geschäftsleuten und Privaten täglich eine Anzahl telephonische Mitteilungen entgehen, weil sie im Momente des Anrufes nicht anwesend sind, führte die beiden Erfinder auf den Gedanken, einen Apparat zu bauen, der imstande ist, Zeichen zu registrieren, die der Anrufende dem abwesenden Teilnehmer übermittelt. Die Abgabe der Zeichen geschieht nach beendeter Nummernwahl mit Hilfe des Nummernschalters. Die durch dessen Impulskontakt erzeugten Stromstöße wirken in der aufgerufenen Station auf ein empfindliches Relais, welches die abgegebenen Zeichen auf ein ablaufendes Papierband aufzeichnet. Auf diese Weise ist es einem rufenden Teilnehmer möglich, z. B. seine eigene Nummer zu übermitteln, so dass der abwesende Teilnehmer weiss, von wem er während seiner Abwesenheit angerufen wurde. Bemerkenswert ist die Übertragung der Stromimpulse durch die Einschaltung einer normalen Widerstandsspule über sämtliche Schaltglieder der Zentrale von einer Teilnehmerleitung zur andern, ohne irgendwelche Eingriffe in die zentralen Schaltorgane.

Mo.

Fern dirigieren.

Von Zürich aus unternahm Dr. Erich Fischer einen Fern-dirigierversuch für elektrotechnisch übertragene Musik, wobei die auf verschiedene Städte verteilten Künstler vier bekannte Schweizerlieder, darunter auch den Schweizerpsalm, mit einer von Dr. Fischer komponierten Gegenmelodie spielten, und zwar wirkten mit: an der Berliner Funkversuchsstelle die Hochschule für Musik, ein Oboist und eine Geigenspielerin, im Berner Studio der Radiostation ein Flötist und der Sänger Schläfli, in der Radiostation Basel ein Klarinettist, im Radio Zürich ein Fagottist und ein Pianist. Es wurden, wie mitgeteilt wird, sowohl eine vollständige Präzision des Zusammenspiels als auch der verschiedenen Entfernungen und eine geschlossene und unmittelbare Wirkung erzielt. Das Fern-dirigierverfahren Dr. Fischers bezweckt in erster Linie, in kleineren Städten, die kein Orchester besitzen und auch nicht in der Lage sind, ein solches von auswärts kommen zu lassen, Aufführungen von Opern und andern musikalischen Darbietungen zu ermöglichen,

indem der Dirigent am Orte der Aufführung ein beliebig entferntes Orchester zu restlos übereinstimmender musikalischer Begleitung, die durch Lautsprecher zu Gehör gebracht wird, heranziehen kann. Dirigent und Musizierende sind dabei auf telephonischem Wege miteinander verbunden.

Für den 1. August ist in Aussicht genommen, Schweizermusik durch je einen Teil eines Orchesters der deutschen, welschen und italienischen Schweiz auf dem Radiosender zusammenzubringen und an die Hörer weiterzuleiten; zu Beginn der Völkerbundsversammlung soll auf die gleiche Weise Völkermusik übermittelt werden, bei der Berlin, London, Paris und Mailand gleichzeitig musizieren, wobei Dr. Fischer wiederum in Zürich dirigieren und die Verbreitung durch Radio Zürich erfolgen wird.

ag.

Ein internationales Fernsprechhandbuch.

Der internationale Fernsprechdienst umfasst nunmehr 30 europäische Länder, und das überseeische Fernsprechen nach Amerika ist schon seit einiger Zeit im Geschäftsleben eingeführt worden. Es ist die fortschreitende Entwicklung der Fernsprechtechnik, die das Zusammenarbeiten der Länder und Weltteile ermöglicht, und jedem neuen Hilfsmittel zur Förderung des internationalen Fernsprechdienstes kann nur mit größtem Interesse entgegen gesehen werden.

Von dänischer Seite wurde die Initiative zur Ausarbeitung und Herausgabe eines internationalen Fernsprechbuches „Annuaire Téléphonique International“ (ATI) ergriffen, und zwar zu dem Zweck, nicht nur europäische Fernsprechabnehmer, sondern auch solche anderer Weltgegenden, die mit dem Auslande Verbindung haben, zu erfassen.

Der Anstoss zur Herausgabe dieses Handbuches stammt von fachkundiger Seite. Die Angelegenheit ist mit den Vertretern der Fernsprechamt-Verwaltungen derjenigen Länder, in denen der Fernsprechdienst einen bedeutenden Umfang hat, erörtert worden und hat überall Anklang gefunden.

Die Handbücher, welche bisher von den Verwaltungen zum Gebrauch für den Fernsprechdienst ausgewechselt wurden, hatten nur für den inländischen Betrieb Geltung und sind für fremde Länder wenig geeignet, teils der Sprache wegen, teils weil die Grundsätze für die Ausarbeitung der Bücher in den einzelnen Ländern verschieden sind. Diese Bücher sind ausserdem sehr umfangreich — ein Land hat z. B. für jede Branche einen Band, 60 im ganzen — weil sie sämtliche Abonnenten enthalten, von