

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: 8 (1930)

Heft: 5

Artikel: Devons-nous faire visiter nos centrales téléphoniques?

Autor: [s. n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-873713>

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: 29.01.2025

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

darf dieses erfreuliche Ergebnis vor allem dem grossen Verständnis und der hingebenden Arbeit der beteiligten Beamten und Telephonistinnen zugeschrieben werden. Ihnen sei dafür auch hier der verbindlichste Dank ausgesprochen. In massgebenden Schulkreisen ist für derartige Bestrebungen nicht immer das

richtige Verständnis vorhanden. Es darf aber angenommen werden, dass unsere wirtschaftlich orientierte Zeit nach Ueberwindung erster Hemmungen und Vorurteile für die wichtigsten Bedürfnisse der Verkehrswirtschaft vermehrtes Interesse fordern wird.

Devons-nous faire visiter nos centrales téléphoniques?

„Vendre“, l'excellente revue de publicité française a fait une enquête auprès de certaines notabilités du monde industriel français et étranger, portant sur les questions suivantes:

„Faut-il ou ne faut-il pas laisser visiter son usine?

Y voyez-vous plus d'avantages que d'inconvénients ou inversement?

Est-ce un bon moyen publicitaire?“

Ces questions de toute actualité ont suscité bien des réponses, entre autres des Usines Citroën, de l'Allgemeine Elektrizitätsgesellschaft, des Pneus Dunlop, etc.

A quelques exceptions près, tous les chefs d'usines importantes trouvent un intérêt indiscutable à ces sortes de visites et les ont déjà, pour la plupart, introduites dans leur exploitation.

Voyons un peu comment se pose la question dans notre administration.

En 1923, les abonnés au téléphone avaient déjà été engagés à visiter la centrale à laquelle ils étaient raccordés, cela à une époque où nul ne prévoyait encore un service de propagande organisé systématiquement.

La même question fut reprise en 1927, dans un article du bulletin technique*.

C'est assurément un moyen de publicité efficace, à condition, toutefois, qu'il soit employé avec compréhension et sens commercial. N'exagérons rien et ne multiplions pas ces visites à tort et à travers. Ne faisons pas la même erreur que ces pédagogues conduisant il y a quelque temps des classes enfantines de fillettes de six à sept ans visiter une exposition temporaire d'affiches d'art! Résultat de tout ce déplacement: des détériorations aux objets exposés (les institutrices ne peuvent pas avoir les yeux partout), un tohu-bohu indescriptible, la salle d'exposition transformée en „skating“ et... la fuite des quelques visiteurs venus là pour y voir quelque chose.

La visite de nos centrales constitue en elle toujours une certaine désorganisation du travail. C'est la raison pour laquelle il ne faut pas les multiplier à l'infini. Au contraire, on les organisera rationnellement tout en s'efforçant de les rendre les plus intéressantes possibles.

D'une façon générale, les visites de classes primaires ne devraient être que l'exception. En effet, les élèves n'en retirent pour la plupart aucun profit, absorbés qu'ils sont par toutes sortes de détails qui n'ont rien à voir avec nos services.

Toutes autres sont, par contre, les visites de classes supérieures, commerciales et industrielles. Mais, là encore, il s'agit d'adapter ces visites aux besoins

réels des élèves. Il va sans dire que l'on ne peut pas établir une règle rigide quant à la marche à suivre. On ne procédera pas de la même façon pour „piloter“ une classe de jeunes gens d'un technicum, par exemple, que des demoiselles d'une école de commerce.

En tant que faire se peut, ces visites à travers nos services devraient être précédées d'un court exposé (5 à 10 minutes au maximum) sur le développement du téléphone en général, tout en indiquant l'itinéraire qui sera suivi.

La visite par groupes de dix personnes au maximum devrait être la règle. Si l'on a affaire à davantage de personnes, il y en a toujours qui ne voient pas ce que le guide fait examiner et, partant, ne comprennent pas un seul mot de ses explications si claires soient-elles. Dans les cas de grande affluence, il s'agit donc de subdiviser le groupe principal en deux ou trois groupes qui commenceront leur tournée, l'un au distributeur, l'autre à la salle des machines, le troisième à la centrale, etc.

Le choix du guide est une chose de toute première importance. S'agit-il de faire visiter notre exploitation à une personnalité quelconque, par exemple, ce sera la tâche du directeur ou de son remplaçant. Si c'est un groupement industriel, ingénieurs, techniciens, contremaîtres, etc., c'est le chef de service technique qui sera tout désigné. Pour la visite de la centrale elle-même, on peut très bien s'adjoindre une surveillante qualifiée, laquelle sera mieux à même de répondre à un flot de questions souvent contenu jusqu'alors.

La tâche du guide n'est certes pas chose facile. Il doit tout d'abord être capable de répondre aux questions les plus diverses, nous dirons même les plus baroques. Pour cent visiteurs qui passeront indifférents, il y en aura peut-être deux ou trois qui poseront des questions.

A ceux-là, il faudra répondre le plus clairement possible, sans laisser percer le moindre signe d'impatience ou d'hésitation. Telle personne s'intéressant plus particulièrement à notre service, il faut donc voir en elle soit un de nos clients, soit un client à venir.

Un point sur lequel il ne faut jamais omettre de s'arrêter, c'est le travail absorbant de la téléphoniste, l'impossibilité où elle se trouve d'écouter les conversations, insister sur le fait de la garantie du secret téléphonique auquel elle est astreinte. En effet, que de communications sont perdues pour l'administration par le fait qu'il y a encore bien des personnes qui n'osent pas téléphoner, de crainte d'être écoutées.

Ne manquons aussi jamais d'expliquer, avec preuves à l'appui, que la rupture prématurée des conver-

* V. No. 1/1927, page 19.

sations (incident qui, par excellence, a le don d'exagérer les usagers du téléphone) est très souvent imputable à l'un ou l'autre des deux correspondants par suite de fausses manipulations ou pour tout autre motif.

N'oublions pas d'insister sur le contrôle exact de la durée des communications au moyen des téléphonomètres, tout en rappelant avec des exemples ad hoc la réduction de 40% des taxes de conversations échangées entre 19 et 8 heures.

A la fin de la visite, il convient de distribuer l'une ou l'autre des nombreuses brochures de propagande,

là encore en tenant compte de la qualité de ceux à qui elles sont destinées.

Les visites de nos centrales, outre leur portée éducative, doivent encore et surtout être utilisées par nous-mêmes dans un but de propagande appropriée, en partant du principe qu'un abonné satisfait du service devient un bon abonné, et qu'il le dira à d'autres en les engageant à s'abonner s'ils ne le sont pas encore. Et là de nouveau revient le vieil adage commercial: „Etes-vous satisfait de notre service, dites-le à d'autres. Y a-t-il quelque chose qui vous déplaît, dites-le nous!“ *By.*

Die Romantik der Arbeit.

Von Frau Mayme Workman, Verkehrsaufseherin bei der Illinois Telefongesellschaft, Springfield.

Wenn wir das Wort Romantik hören, so glauben wir gewöhnlich, dass es irgendwie mit Liebe zusammenhänge. Wir denken an Dämmerlicht, schöne Blumen, entzückende Musik, Mondenschimmer. Aber wenn wir tiefer schürfen, so erkennen wir bald, dass es im Leben noch eine andere Romantik gibt, die ebensowohl unser ganzes Wesen durchdringt. Es ist „die Romantik der Arbeit“.

Was ist Romantik? Es ist „Abenteuer“, „Abwechslung“, „Phantasie“. Diese drei Dinge finden sich in jeder Art von Arbeit.

Ob wir mit unseren Händen oder unserm Kopf arbeiten, immer haben wir doch alle denselben Drang. Da ist einmal der Wunsch, etwas zu leisten, etwas Rühmliches zu schaffen, den eigenen Wert zu fühlen. Diesen Wunsch empfindet sowohl der einfachste Arbeiter als der Präsident der grössten Gesellschaft.

Wir arbeiten nicht nur um des Lohnes willen. Der Wunsch, sich Geltung zu verschaffen, ist kein Vorrecht der Studierten. Ob Lehrer, Bureauangestellte, Geschäftsleiter, Dienstmädchen oder Telephonistinnen, wir alle möchten überzeugt sein, dass wir etwas Wertbeständiges schaffen und dass wir es nach bestem Können schaffen. Wenige von uns vermögen wirklich zu erfassen, wie tief im Menschen der Drang eingewurzelt ist, im Leben etwas Treffliches zu leisten.

Was könnte romantischer sein als die Arbeit einer Telephonistin? Wir haben gesagt, dass Romantik „Abenteuer“, „Abwechslung“, „Phantasie“ sei. Findet ihr etwa diese drei Dinge nicht tagtäglich in eurer Arbeit?

Grenzt es nicht ans Abenteuerliche, wenn eure Stimme über Hunderte und Tausende von Meilen durch die Vereinigten Staaten, ja selbst über den Ozean dringt? Habt ihr je an all die romantischen Gespräche gedacht, die über die Telephondrähte eilen, an die *wirklichen* Verbindungen, die ihr über diese Drähte hergestellt habt? Durchdringt euch nicht ein Schauer bei dem Gedanken an die romantischen Dinge, die durch die Arbeit eurer emsigen Hände Wirklichkeit geworden sind?

Man nennt euch „Künstlerinnen der Sprache“ und zählt euch zu den Stillen im Lande, aber man könnte euch ebensogut „Spenderinnen des Glückes“ nennen, denn gar viele macht ihr durch eine Telephonverbindung glücklich.

Ein kleines, altes Mütterchen in Kalifornien hatte in New York einen Sohn, der sie tief verehrte. Er rief sie allwöchentlich einmal an, und sie harrte mit Sehnsucht auf diese regelmässigen Nachrichten. Da geschah es, dass der Sohn geschäftlich nach England verreisen musste, und die wöchentlichen Telefongespräche mit der Mutter fielen dahin. Eines Tages erhielt sie von ihm einen Brief, worin er ihr schrieb, dass er sie noch am selben Tage von London her telephonisch anrufen werde.

Als dann diese Telephonverbindung zustande kam, erzählte die Mutter, wie sehr sie die wöchentlichen Telefongespräche vermisst hätte, worauf ihr der Sohn erwiderte: „Von heute an, Mutter, werde ich dich, solange ich in London bin, jede Woche einmal anrufen.“ Glaubt ihr nicht, dass das Mütterchen an diesem Tage die glücklichste Frau in Kalifornien war? Denn für das Ohr einer Mutter ist keine Musik auch nur halb so süß wie der Klang der Stimme ihres Kindes. Und glaubt ihr nicht, dass die Telephonistinnen, die diese Verbindungen herstellten, wirkliche Glücksspenderinnen waren?

Wir sagten auch, dass Romantik „Abwechslung“ sei. Dies trifft bei unserer Arbeit ganz besonders zu. Jede Verbindung, die wir herstellen, unterscheidet sich von den andern. Und das ist es, was unsere Arbeit so anziehend macht. Der erste Anruf kann für einen Fleischer bestimmt sein, bei dem eine Hausfrau ihre Bestellung für das Mittagessen aufgibt. Der nächste betrifft den Abschluss eines bedeutenden Geschäftes. Es kann sich sogar um eine Hochzeit handeln, denn in diesen fortschrittlichen Tagen fragt die Liebe nicht nach der Entfernung.

Könnt ihr euch vorstellen, telephonisch getraut zu werden? Das wäre die verkörperte Romantik. Immerhin, es wäre wohl ungewöhnlich, aber doch nicht neu. Erst letzthin wurde ein Fräulein in Waco, Texas, über eine Fernleitung einem Herrn in Cleveland, Ohio, angetraut. Die Zeugen horchten an Zweigstationen. Der Zivilstandsbeamte in Waco las die Heiratsformel. Romantik? Gewiss! Und denkt auch, wie viel Reis sich alle Freunde dabei ersparten!*

Unser letzter Begriff ist „Phantasie“. Für mich birgt er von allen dreien am meisten Romantik.

*) In Amerika werden Neuvermählte beim Verlassen der Kirche von ihren Bekannten mit Reis überschüttet.