

**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:** 4

**Artikel:** Service, der Dienst am Kunden

**Autor:** [s. n.]

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-873707>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 12.01.2026

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

Was den Wert der Bettruhe anbetrifft, so soll ein Wissenschaftler festgestellt haben, dass einzig die flache Lagerung des Körpers gegenüber der aufrechten Stellung, der sitzenden, die Verminderung der Zahl der Pulsschläge um einen in der Minute zur Folge hat; das ergibt auf die Stunde 60 Pulsschläge. Welche Kraftanstrengung das dem Herzen erspart, geht aus den obigen Auseinandersetzungen über die Herzleistungen überzeugend hervor. Man wird sich also der Einsicht nicht verschliessen können, dass ein frühzeitiges Aufsuchen des Ruhelagers bedeutende Wirkungen auf unser lebenswichtigstes Organ ausüben muss. Diese einfache Massregel hat zudem den gros-

ten Vorteil, nichts zu kosten, ja sogar materiellen Ersparnissen zu rufen und den Magen nicht zu verderben. Ueberhaupt läuft es auch bei diesen Leiden darauf hinaus, *einfach* und vernünftig zu leben und bei Störungen zum Fachmann in Frühbehandlung zu gehen. Diese kostet nicht mehr als die zu späte, der oft nur noch die Schmerzstillung folgen kann oder sogar die Ausfüllung des Totenscheines.

Vergessen wir nicht, dass wir nur *eine* Gesundheit haben, die zu erhalten wir nicht nur uns selber schuldig sind, sondern auch unsern Angehörigen und der Allgemeinheit.

—i—

## Service, der Dienst am Kunden.\*

Amerika hat nicht nur die höchsten Häuser, die meisten Autos, die reichsten Leute, die besten Sportleistungen, sondern, das ist unbestritten, auch die wirkksamsten Schlagwörter. Manche davon haben ihren Weg nach Deutschland gefunden. Fords Bücher geben uns hiervon eine reiche Auswahl. Kaum haben wir diese Lehren für Deutschland, soweit es möglich, nutzbar gemacht, so tritt ein neues Schlagwort auf: „Service, der Dienst am Kunden!“

Der Amerikaner hat erkannt, dass der Absatz seiner Waren davon abhängt, dass es ihm gelingt, die Kaufwünsche des Publikums zu erwecken. Die Rücksicht auf den Kunden bestimmt die Geschäftsmethode.

Geheimrat Dr. Deutsch bezeichnet den „Service-Gedanken“ in Amerika als eine Art Geschäftsreligion, die man nicht nur im Munde führt, sondern nach der auch wirklich gehandelt wird. Die Lebenswürdigkeit, mit der man in Amerika in jedem einzelnen Geschäft bedient wird, ist ausserordentlich und bleibt unverändert, auch wenn man sich stundenlang die verschiedensten Gegenstände hat vorführen lassen und schliesslich das Geschäft verlässt, ohne etwas zu kaufen. Nicht minder gross ist die Bereitwilligkeit zum Umtausch und zur Zurücknahme gekaufter und nicht zusagender Ware. Ueberall ist der Gedanke richtungweisend, dass jedermann, auch wenn man im Augenblick nicht zu einem Geschäft mit ihm gelangen kann, immer ein möglicher Käufer für die Zukunft bleibt und deshalb, soweit es nur irgend zugänglich ist, nicht verärgert werden darf. Zur Vollendung sind die Methoden des Kundendienstes z. B. bei dem grossen Versandhaus Sears Ruebuck & Co. gebracht, dessen Organisationsmethoden bereits verschiedentlich in deutschen Zeitungen geschildert worden sind. Hier liegt die Geschicklichkeit in der Kundenbehandlung einmal in der ungeheuren, für unsere Begriffe vollkommen neuartigen Reichhaltigkeit des Versandkataloges — nach dem man ebensogut Landhäuser und Automobile, wie Seife und Stecknadeln bestellen kann — sodann aber in der gewaltigen Schnelligkeit der

Belieferung, die trotz dem riesigen Kundenkreis von 12 Millionen und dem täglichen Briefeingang von 60,000 bis 100,000 Sendungen fast ausnahmslos innert 24 Stunden erfolgt (Voss. Zeitung, 8. April 1928).

Wie wir dem Taylorsystem das für uns Brauchbare entnommen und es seiner Uebertreibungen entkleidet haben, wie wir die Fliessarbeit von Ford in unsere Arbeitsmethoden eingefügt haben, so ist es auch notwendig, die Anwendbarkeit des Service-Gedankens auf unser Wirtschaftsleben zu prüfen. Sicherlich ist der Dienst am Kunden eine Aufgabe, die jeder private Betrieb und auch jede Behörde zu erfüllen hat. Insbesondere sind es die *Betriebsverwaltungen*, die *Verkehrsanstalten*, die den *Dienst am Kunden zu pflegen* haben. Bequemste Bedienung, möglichstes Eingehen auf die Wünsche, die aus dem Kreise des Publikums laut werden und, soweit es die fiskalischen Vorschriften zulassen, grösste Kulanz, sind Voraussetzungen für den Dienst am Kunden. Die *Reichsbahn* hat eine grosse Reihe von Massnahmen getroffen, die in dieses Gebiet fallen. Der Reisende hat es nicht mehr nötig, zum Bahnhof zu gehen, seine Fahrkarte zu kaufen oder sein Gepäck aufzuliefern. Er kann die Fahrkarten zum gleichen Preise im Warenhause kaufen; auf Wunsch werden sie ihm sogar in die Wohnung gebracht. Das Gepäck wird abgeholt und wieder zugeführt; er kann im Zuge speisen und schlafen. Man hat versuchsweise sogar die Möglichkeit geschaffen, vom Zuge aus Ferngespräche zu führen.

Ebenso ist die *Reichspost* bemüht, die Abfertigung möglichst bequem zu gestalten. So hat man neuerdings den Verkauf von Postwertzeichen weiterhin dadurch dezentralisiert, dass man ihn durch die Kaufleute vornehmen lässt.

Die *städtischen Betriebe*, wie Gas- und Elektrizitätswerke, richten vielfach Lehrgänge für Hausfrauen in der wirtschaftlichen Ausnutzung von Gas und Elektrizität ein. Die Bewag (Berliner Elektrizitätswerke A.-G.) unterhält grosse Ausstellungsräume, in denen sich jeder Verbraucher von Elektrizität über die neuzeitlichen elektrischen Geräte unterrichten kann. Es besteht hier keinerlei Kaufzwang; noch mehr: es werden in diesen Räumen überhaupt keine Waren verkauft.

\* Aus „Beamte und Publikum“, von Reichsbahnrat Dr. Richard Couvé. Sonderdruck aus „Rede und Schrift“. Die Ausführungen beziehen sich auf amerikanische und deutsche Verhältnisse, sind aber auch für den schweizerischen Leser von Interesse.

Wenn wir in Deutschland auch nicht in der geräuschvollen amerikanischen Art Propaganda für den Service-Gedanken machen, so zeigen diese Beispiele doch, dass die deutschen Betriebe und auch die Behörden die Notwendigkeit des Dienstes am Kunden erkannt haben.

Die Anforderungen an die geistige Umstellung der Beamten gehen aber noch weiter; man verlangt von den Bediensteten der Betriebsverwaltungen kaufmännisch-wirtschaftliches Denken.

Die behördlichen Betriebe haben jetzt meist kein uneingeschränktes Monopol mehr; sie müssen daher darauf bedacht sein, die vorhandenen Kunden zu erhalten und neue zu gewinnen, um ihren Absatz zu

steigern. Besonders deutlich wird der Uebergang vom behördlichen Monopolbetrieb zu einem kaufmännisch-wirtschaftlich betriebenen Unternehmen bei der Deutschen Reichsbahn, die im Wettbewerb mit zahlreichen anderen Verkehrsmitteln steht.

Hier galt es, die Beamten für die veränderten Anforderungen zu schulen, in ihnen die kaufmännisch-wirtschaftliche Einstellung zu erwecken. Auf diesem Wege ist bisher sehr viel erreicht worden. So wachen die Leiter der Güterabfertigungen darüber, ob ihnen ein Kunde verloren geht; sie gehen den Ursachen dieses Abwanderns von der Eisenbahn nach und sind bemüht, etwa vorhandene Mißstände abzustellen.

## A propos d'une doctrine de l'économie commerciale des entreprises P.T.T.

Par le Dr. Buser, Berne.

(Suite)

### La science de l'exploitation et du trafic.

*Science de l'exploitation. En général.* Toutes les entreprises économiques, y compris les entreprises de transports et de communications, doivent avoir une exploitation pour remplir leur tâche consistant à satisfaire aux besoins en produisant des richesses ou en fournissant des prestations en matière de transports et de communications. Cette exploitation est à l'entreprise ce que le travail manuel de l'artisan est à son établissement. La question qui prime tout dans l'économie et la gestion économique d'une entreprise est d'arriver à fournir un maximum de rendement avec un minimum de dépenses, c'est-à-dire à réaliser ce que l'on appelle l'*„optimum économique“*. Travailler d'une manière judicieusement économique, c'est atteindre le but économique par une exploitation rationnelle. La question de savoir comment cette exploitation fonctionne relève de la technique dans le sens étendu du terme; la technique, de son côté, est liée par les exigences économiques. Elle connaît les nombreuses formes et les différents moyens de travail correspondant à la diversité des caractères de l'exploitation: travail manuel, outils, machines, automates, installations techniques (au sens restreint du mot) et aussi, en particulier, la combinaison de ces divers modes d'exploitation. C'est ainsi que dans les entreprises de transports, les objets peuvent être transportés par des hommes, des animaux, des véhicules à moteur et des installations mécaniques. La technique rationnelle est celle qui, grâce à l'intelligence humaine, organise les moyens d'exploitation de manière à atteindre le but à moins de frais possible. Elle doit servir et développer le caractère économique de l'entreprise. L'emploi de transporteurs mécaniques et de machines à timbrer dans les offices postaux de minime importance serait économiquement et techniquement aussi irrationnel que l'emploi de centrales téléphoniques manuelles dans les grandes villes.

La science générale de l'exploitation est surtout applicable aux entreprises économiques de tous genres, malgré la diversité de leur tâche, de leur forme, de l'intensité du travail et de la technique. Cela

peut facilement être démontré à l'aide d'opérations s'effectuant dans la sphère des P. T. T., telles que le transport de lettres, l'envoi d'espèces, la transmission de télégrammes, l'établissement de communications téléphoniques, etc. (Hellmuth, p. 170 ss. et la littérature à laquelle il se réfère, en particulier Gottl. Ottilienfeld, „Wirtschaft und Technik“ im Grundriss der Sozialökonomik, II. Abt., II. Teil, 2. A., Tübingen 1923). La marche rationnelle de l'exploitation, qui évite le plus possible le travail inutile, se règle d'après la structure de cette exploitation. Elle suppose les facteurs suivants:

- a) une exécution aussi rationnelle que possible de chaque opération, autrement dit une succession judicieuse des divers actes suivant leur nature; au guichet, par exemple, il s'agit de prendre l'envoi en consignment, de coller les timbres-poste, de timbrer, d'inscrire, etc.;
- b) une marche rationnelle des séries d'actes complètes de même nature, par exemple des divers actes et opérations qu'exige le transport d'une lettre ou la transmission d'un télégramme depuis le moment de leur consignment jusqu'au moment de leur distribution et qui la plupart du temps ne s'effectuent pas au même endroit;
- c) un jeu harmonieux et régulier des actes de natures diverses d'un même groupe d'actes, par exemple lorsqu'il s'agit d'exécuter certaines opérations du service combiné des lettres, des messageries et des articles d'argent (consignation, inscription, distribution) ou du service télégraphique et téléphonique, en particulier dans les offices à services réunis.

Travailler d'après les méthodes d'exploitation (Hellmuth, p. 180), c'est entreprendre et grouper simultanément et dans un même ordre un grand nombre d'actes de même nature, en faisant un emploi méthodique de moyens de travail de même nature. Exemples: Transport des lettres: Levée des boîtes, timbrage, tri, expédition, au bureau d'origine. — Transmission des télégrammes: Consignation au guichet et transport par tube pneumatique, ou consignation par télétype, répartition entre