

Zeitschrift:	Technische Mitteilungen / Schweizerische Post-, Telefon- und Telegrafenbetriebe = Bulletin technique / Entreprise des postes, téléphones et télégraphes suisses = Bollettino tecnico / Azienda delle poste, dei telefoni e dei telegraфи svizzeri
Herausgeber:	Schweizerische Post-, Telefon- und Telegrafenbetriebe
Band:	25 (1947)
Heft:	6
Artikel:	Amministrazione e pubblico [seguito e fine]
Autor:	Guggenbühl, Adolfo
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-875767

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: 25.01.2026

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

Amministrazione e pubblico

Del Dr. *Adolfo Guggenbühl*, Zurigo*)

(Traduzione, seguito e fine)

654.1

Al servizio del cliente.

Ma anche tra le misure prese dalle amministrazioni, quante ve ne sono che indispettiscono il pubblico e restano tuttavia in vigore unicamente perchè le amministrazioni interessate ignorano questo stato di cose!

Dopo il primo razionamento dei tessili, introdotto in modo un po' precipitato, venni incaricato di fare in tutta la Svizzera un'inchiesta generale, la quale doveva, tra altro, informare la Sezione dei tessili come la nuova misura era stata accolta dal pubblico. In quell'occasione potei constatare che parecchie prescrizioni non erano state interpretate bene oppure erano ritenute ingiuste e si potevano facilmente modificare.

Nelle grandi amministrazioni sarebbe indubbiamente raccomandabile di designare un funzionario speciale incaricato di salvaguardare gl'interessi del pubblico. Egli avrebbe la mansione di vagliare tutte le misure amministrative dal punto di vista del consumatore. Sono persuaso che si otterrebbero risultati sorprendenti. In molti luoghi non si può evitare che il pubblico debba aspettare, ma non in tutti questi luoghi si è pur lontanamente pensato a mettere dei sedili a disposizione della gente. In molti servizi, per esempio in quelli delle imposte, bisognerebbe evitare che due contribuenti si trovino contemporaneamente nell'ufficio del rispettivo funzionario. Orbene, cosa succede quando l'ufficio è già occupato? Il nuovo visitatore bussa timidamente una o parecchie volte alla porta ed il funzionario, essendo impedito, non risponde naturalmente „avanti“. Allora il nostro uomo apre prudentemente la porta, spinge la testa nel vano e la ritira subito seusandosi. Si eviterebbero queste spiacevoli situazioni se ogni impiegato che deve ricevere persone in ufficio potesse far funzionare, quand'è occupato, un segnale luminoso con la dicitura: „Occupato, pregasi aspettare“.

Nelle amministrazioni delle grandi città, il pacifico cittadino perde molte volte un tempo enorme prima che trovi l'ufficio dove presentarsi. Quantisimili poveri disgraziati si vedono correre, come lepri levate dai cani, da un palazzo comunale all'altro, alla ricerca del servizio competente! Non sarebbe forse più semplice creare una centrale d'informazioni, raggiungibile naturalmente anche per telefono, che indichi con esattezza ai visitatori dove devono rivolgersi?

Ma chi cerca un ufficio ben determinato in un palazzo amministrativo, anch'esso ben determinato, deve ciò nondimeno avere un fiuto di bracco per scovare subito quest'ufficio. La maggior parte dei nostri edifici pubblici difettano di cartelli indicatori. Sarebbe bene che le nostre amministrazioni studiassero una buona volta sistematicamente il problema dell'orientamento e dei cartelli indicatori ad uso del pubblico, partendo dal principio che il visitatore, il quale entra per la prima volta in un edificio amministrativo, si trova nei panni di chi si reca a visitare un'esposizione.

Le designazioni infelici come „ala nord, ala sud“ dovrebbero scomparire dai cartelli indicatori; la maggior parte degli Svizzeri non sono purtroppo più così in contatto con la natura per potere, senza bussola, trovare subito i punti cardinali. Anche le designazioni astratte „edificio 1, 2, 3, 4, 5, casa scolastica A o B“ sono state concepite nel cervello razionalista d'un tecnico, il quale non ha la benchè minima comprensione della psicologia del pubblico.

Come sarebbe agevolato il servizio viaggiatori se le carrozze di seconda classe delle ferrovie federali portassero, per distinguerle nettamente da quelle di terza, una fascia colorata, luminosa di notte! Così pure i comportamenti „fumatori“ e „non fumatori“. Perchè nelle carrozze la porta d'uscita non è marcata meglio? Si osserva sempre più che viaggiatori inesperti, nella fretta d'uscire, sbagliano porta ed entrano nel gabinetto. Di esempi simili se ne potrebbero citare a profusione. Orbene, tutti questi inconvenienti sarebbero evitabili senza grandi spese se ci fosse qualcuno per difendere gl'interessi del pubblico di fronte all'amministrazione — e ciò per il maggior bene dell'amministrazione stessa.

Saper parlare alla gente.

Tra i mezzi atti a migliorare i rapporti tra l'amministrazione e il pubblico c'è naturalmente anche la propaganda. Benchè io sia presidente della società svizzera di pubblicità, non mi perito di dichiarare che la réclame non entra in prima, bensì in ultima linea. L'essenziale è: buona mercanzia, buone prestazioni di servizio. Questa massima è applicabile tanto alle aziende private, quanto alle amministrazioni. La réclame, anche la più ingegnosa, non riesce a far smerciare un articolo che non vale niente. „Si può qualche volta beffarsi di tutti e si può sempre corbellare certe persone, ma non si può beffarsi continuamente di tutti.“ Questa massima è di un uomo il quale non disprezzava certo la potenza della réclame: l'americano Barnum, il „re del circo“.

La réclame non può fare miracoli. Essa è tuttavia un istituto al quale non si può rinunciare, soprattutto in una democrazia. In uno stato totalitario si può, a rigore, comandare ai cittadini ciò che devono fare o tralasciare di fare. In una democrazia invece è indispensabile ottenere l'approvazione del pubblico, spiegandogli le misure che si vogliono prendere. „Perchè non parlare alla gente? Si parla bene al proprio cane!“ Nel villaggio si possono dare spiegazioni a viva voce, ma nelle grandi amministrazioni ciò è impossibile. Le spiegazioni verbali devono allora essere completate e parzialmente sostituite con spiegazioni scritte. Proprio in una democrazia gli schieramenti ufficiali fanno parte integrante della nozione di stato.

Quando una centrale telefonica vien automatizzata, quando un ufficio del razionamento è traslocato da una sede comoda in un'altra meno comoda, non bisogna limitarsi a segnalare questi mutamenti al pubblico, ma anche giustificarli e spiegarli. Un'unica in-

serzione nel „Foglio ufficiale“ non basta; *gli avvisi importanti devono essere ripetuti*. Ogni capo d'un servizio di propaganda sa per esperienza che inserire una sola volta è sprecare denaro. La ripetizione è la quintessenza d'ogni propaganda, eppure le nostre amministrazioni schivano d'usarla. Esse credono ingenuamente che basti dire una cosa una o al più due volte perch'essa resti impressa nella mente del pubblico!

Per uno del mestiere è naturale che lo stile della réclame varii secondo il prodotto da smerciare. Un gioielliere di lusso userà uno stile tutt'affatto diverso da quello d'un bazar popolare. Per conseguenza, la propaganda ufficiale dev'essere fatta, anch'essa, in una forma non ciarlatanesca, ma conforme alla dignità dello stato. Sotto questo aspetto, la propaganda per il telefono può servire da modello. Il segreto d'ogni buona propaganda è di sapersi mettere al posto degli altri. *L'io* deve cedere il posto al *tu*. Nei suoi prospetti il fabbricante non deve parlare di ciò che in-

teressa solo lui particolarmente, vale a dire come l'articolo vantato è fabbricato. Egli deve piuttosto mettersi nei panni del compratore e parlare soltanto di quanto può interessare il consumatore. Secondo questo principio deve regalarsi anche la propaganda ufficiale. La propaganda ubbidisce dappertutto alle stesse leggi, si tratti del dominio ufficiale o del privato.

Ma bisogna innanzi tutto che le comunicazioni ufficiali siano redatte in uno stile facile a comprendersi. Scrivere chiaramente non significa sminuirsi, bensì conformarsi alle norme della buona creanza. Veramente, spesso è più difficile dire le cose in modo semplice che complicato; è forse questo il motivo per cui in molte amministrazioni vale il principio: „Perchè fare le cose semplicemente quando si possono complicare?“ Ecco, a mo' d'esempio, la trascrizione d'un avviso com'è stato pubblicato da uno dei nostri uffici dell'economia di guerra e come avrebbe potuto essere redatto:

I. Testo ufficiale.

Consumo di legumi freschi e di crauti. Grazie all'abbondante raccolto indigeno dell'anno 1943, si sono potute costituire per l'inverno delle considerevoli scorte di legumi. È la prima volta nel corso di questo secolo che i nostri approvvigionamenti in legumi d'inverno hanno potuto essere assicurati quasi interamente con la produzione indigena. Questo è tanto più rallegrante, in quanto finora noi eravamo costretti a dipendere dall'estero, specialmente dai Paesi Bassi, per coprire la maggior parte del nostro fabbisogno di legumi per l'inverno.

I a.

Il freddo pungente dei mesi di dicembre e gennaio non ha permesso d'intaccare questa merce senza correre il rischio di provare danni considerevoli causa il gelo. Con il ritorno d'una temperatura più mite la situazione è cambiata, di modo che da circa tre settimane si può constatare che l'offerta di legumi indigeni sorpassa la domanda. Questo squilibrio è particolarmente pronunciato per quanto concerne i cavoli bianchi, le carote e le barbabietole.

I b.

È dunque evidente che ora questi legumi devono essere consumati, altrimenti c'è il pericolo che dei grandi quantitativi si guastino, ciò che non può e non deve succedere. La gravità del momento esige che si promuova con tutti i mezzi la vendita, rispettivamente il consumo dei legumi indigeni. In tal modo questi prodotti così importanti per il nostro vettovagliamenti potranno essere liquidati fin verso la fine di marzo. Questo consumo si farà più agevolmente se la gente vorrà mettere per intanto in disparte le derrate razionate come paste alimentari, riso, leguminose, nonché frutta secca e conserve di legumi. Quest'ultime costituiranno una riserva che sarà la benvenuta nei mesi di aprile e maggio, durante i quali i legumi, per motivi naturali, mancano.

I c.

Le condizioni sono analoghe per i crauti. Le provviste esistenti sono ancora considerevoli e dovrebbe ora essere possibile di consumarle fino in primavera. Anche qui si tratta d'una riserva che sarà la benvenuta nei prossimi mesi. Com'è già stato raccomandato l'autunno scorso dall'ufficio federale dell'economia di guerra, l'introduzione d'un giorno di crauti dovrebbe essere di regola in ogni economia domestica. Se tutti agissero così, le scorte esistenti sarebbero consumate in poche settimane. Rivolgiamo perciò un appello a tutti i consumatori e ristoratori pregandoli di dar prova di comprensione per la situazione attuale e d'utilizzare ora i legumi freschi disponibili, serbando per più tardi le derrate razionate ed i legumi in scatola.

Occorre beninteso che questa propaganda ufficiale sia fatta con il maggior gusto possibile. Ci fu un tempo in cui l'architettura federale era l'espressione

II. Nostro testo.

Consumo di legumi freschi e di crauti. L'abbondante raccolto indigeno dell'anno scorso ci ha permesso di costituire importanti scorte di legumi per quest'inverno. Mentre finora eravamo costretti, per coprire il nostro fabbisogno, a importare grandi quantitativi di legumi dall'estero, segnatamente dai Paesi Bassi, abbiamo potuto, per la prima volta nel corso di questo secolo, bastare a noi stessi, grazie alla produzione indigena.

II a.

In dicembre ed in gennaio il freddo fu così pungente che i legumi interrati non hanno potuto essere ritirati dagli affossamenti, causa il pericolo di gelo. Il ritorno d'una temperatura più mite ha provocato un'offerta di legumi indigeni che sorpassa la domanda; si tratta specialmente di cavoli bianchi, carote e barbabietole.

II b.

Questi legumi devono essere consumati ancora durante il mese, altrimenti si guastano. Tutti i consumatori sono perciò invitati a serbare per più tardi le derrate razionate come paste alimentari, riso, leguminose. Anche i legumi secchi e le conserve di legumi devono essere messi in serbo per i mesi di aprile e maggio.

II c.

Così pure le provviste di crauti sono ancora considerevoli; esse vanno consumate nelle prossime settimane. Com'è già stato raccomandato l'autunno scorso dall'ufficio federale dell'economia di guerra, ogni economia domestica dovrebbe perciò introdurre settimanalmente il suo „giorno dei crauti“.

tipica del cattivo gusto estetico dell'epoca. Gli stampati amministrativi del principio di questo secolo sono anch'essi degni di figurare in un'esposizione

del brutto. All'opposto dei vecchi documenti ufficiali, la cui tipografia è notevole, questi stampati sono un esempio della più deplorevole noncuranza.

Si sono del resto già fatti notevoli progressi in questo dominio. Molte amministrazioni usano degli stampati che si presentano assai bene, ma purtroppo non tutte. Talune sono arrivate al punto che la parola „ufficiale“ è diventata sinonimo di „trascurato, oscuro e noioso“. Le ditte più importanti dell'industria privata hanno già da lungo tempo incaricato uno specialista di redigere in uno stile uniforme i loro stampati e la réclame. Le amministrazioni che hanno seguito questo buon esempio sono purtroppo ancora poche.

Nel campo della propaganda non è naturalmente soltanto la réclame stessa che è preponderante. L'arredamento dei locali amministrativi e persino le uniformi del personale hanno anch'essi la loro importanza. Io sono per esempio persuaso che se si cambiasse l'uniforme dei conducenti delle nostre poste alpine si farebbe un'ottima réclame. Gli attuali berretti, nella loro insignificante semplicità, non si adattano più ad una professione audace e, in un certo senso, romantica. Le nostre poste alpine hanno conservato qualcosa della poesia delle vecchie diligenze; perchè dunque i loro autisti non evocherebbero anch'essi, con il loro aspetto, l'antica bella tradizione?

In molti casi la propaganda delle amministrazioni si limita a semplici spiegazioni. Eppure esse dovrebbero, più che non l'abbiamo fatto fino ad oggi, intensificare la propaganda per i loro servizi, seguendo l'esempio dell'industria privata. A parte l'utile commerciale che ne deriverebbe, la propaganda potrebbe avere ottime conseguenze per la politica dello stato. Il personale delle nostre amministrazioni è in generale troppo modesto. Esso ha l'abitudine di mettere la sua lucerna sotto il moggio e il pubblico sa ben poco di tutti i servizi che rende. Quante volte arriva che la nostra gente rimanga stupefatta davanti a certe innovazioni provenienti dall'estero, senza nemmeno sapere ch'esse vennero introdotte da noi tacitamente già molti anni prima.

Un uomo e non un numero.

Da quando la tecnica e lo spirito d'organizzazione hanno soffocato il pensiero, tutte le amministrazioni svizzere sono dominate da un vizio fondamentale: *l'anonimo*. Nel corso degli ultimi decenni, l'uomo è stato man mano sopraffatto dal „servizio“, dagli „uffici“, astrazioni impersonali, incorporee, nebulose.

Una simile burocrazia ripugna ai nostri sentimenti svizzeri e si dovrebbe perciò far marcia indietro.

Sebbene gli Stati Uniti siano un paese molto più vasto del nostro, ivi si è saputo nonpertanto salvaguardare *l'elemento personale* nei rapporti tra l'amministrazione e il pubblico. Non si usa mai la famosa frase: „Le lettere devono essere indirizzate all'ufficio competente e non ad una determinata persona.“ Al contrario, tutti i funzionari che devono trattare con il pubblico, dal direttore generale all'impiegato di sportello, si presentano ad esso con il loro nome. Tanto nelle aziende private quanto nelle amministrazioni pubbliche, ogni scrivania porta un piccolo cartello con stampatovi il nome del rispettivo funzionario, di modo che ognuno sa subito a chi si rivolge.

Questa nota personale introdotta nelle relazioni esercita un favorevole influsso psicologico sul pubblico e sul funzionario. Il pubblico sa che può discutere con un uomo in carne ed ossa, e non con un paragrafo. Dal canto suo l'impiegato, presentandosi come una persona, diventa subito più umano e più cortese. La direzione delle scuole o la sua cancelleria ha tutt'al più rapporti giuridici con il visitatore. Ma quando il segretario di cancelleria signor Rossi riceve il signor Bianchi, è tanto evidente che gli offre una sedia e lo prega d'accomodarsi. Il signor Rossi dice: „buon giorno, signore“ e „arrivederci, signore“ ed il signor Bianchi si leva il cappello per parlare con il signor Rossi, perchè sono due *uomini* che s'incontrano.

Questa presentazione personale riveste una grande importanza anche per i funzionari dirigenti. In America ognuno sa come si chiama il „postmaster general“; da noi invece sono purtroppo ben pochi coloro che conoscono il nome del direttore generale dell'amministrazione PTT!

I nostri servizi dell'economia di guerra hanno in parte, e con ottimo successo, fugato questo timore della pubblicità. Oggi sanno anche i nostri bambini che il piano d'estensione delle colture è stato ideato e introdotto dal signor Wahlen. Lo si conosce, se non di vista, almeno dalle fotografie pubblicate su giornali e riviste e si sono ascoltate le sue conferenze. Si sa che c'è un uomo, il quale si preoccupa della nostra produzione agricola e si ha fiducia ch'egli farà tutto quanto è nelle sue forze. Tutte le massaie sanno che il capo del razionamento è il signor Muggli. Esse hanno l'impressione che si tratta d'un compatriotta capace e ben intenzionato, il quale si dà ogni pena per ripartire equamente i viveri disponibili. Un uomo può diventare popolare e ispirare fiducia molto più facilmente che non un servizio, un dipartimento od un ufficio. Ciò tranquillizza.

Alla campagna ognuno conosce il servizievole burolista postale. Perchè anche in città non si dovrebbe conoscere il preposto alla filiale postale del quartiere, con il quale si ha sovente a che fare?

Alcuni anni or sono, sulla carta da lettera ufficiale della città di Zurigo si poteva leggere la frase seguente: „Il consiglio comunale di Zurigo ed i servizi che gli sono sottoposti s'astengono da qualsiasi forma di cortesia e vi pregano di fare altrettanto.“ La soppressione d'ogni personificazione era così eretta a sistema. Più tardi questa decisione è stata per fortuna tacitamente revocata e le lettere dell'amministrazione comunale di Zurigo portano di nuovo, nella maggior parte dei casi, un'introduzione o per lo meno i convenevoli d'uso.

Pestalozzi ha detto una volta che invece di cercare a „statizzare“ l'uomo, da noi si dovrebbe „umanizzare lo stato“. In questo senso si farebbe un grande passo se i nostri funzionari si presentassero sempre più con i loro nomi. E sarebbe cosa rallegrante se, con il tempo, si vedessero nascere relazioni amichevoli tra i funzionari ed il pubblico, se anche nelle città, il portalettere, il tranviere o il controllore del gas salutassero i clienti con i loro nomi e viceversa. Non sarebbe in fondo tanto difficile introdurre simili riforme. La nostra amministrazione deve soltanto osare di mostrarsi di nuovo com'essa è in realtà: cortese, familiare, democratica.

Il modello.

Se consideriamo tutte queste difficoltà psicologiche, alle quali l'amministrazione svizzera deve far fronte, ci assale una specie di vertigine. È chiaro che una gran parte dei problemi posti non sono ancora risolti in modo soddisfacente, ma bisogna pur riconoscere che nella maggior parte dei casi l'amministrazione se la cava abbastanza bene. In ogni caso essa gode presso il pubblico d'una fiducia veramente unica nel suo genere.

Quando noi sappiamo che qualcheduno „è alla posta“, „alle ferrovie“, „ai telefoni“, „ai servizi industriali“, riteniamo senz'altro che si tratta d'un uomo il quale merita la nostra illimitata fiducia. Non potrei immaginarmi una miglior prova della fiducia di cui godono i nostri funzionari. Credetemi pure che non è così in tutti i paesi...

La fiducia è però la base d'ogni relazione tra gli uomini. Questa fiducia esiste da noi e basta soltanto costruire su queste fondamenta.

Quel che forse manca al nostro funzionario è un

modello, un ideale verso il quale egli possa elevarsi. Gli agenti di polizia inglesi non sono certamente migliori dei nostri; in Inghilterra esiste però una chiara concezione dell'agente di polizia ideale e tutti quelli che scelgono questa professione cercano d'avvicinarsi il più possibile a quest'ideale. I prussiani d'una volta avevano anch'essi una concezione ben definita del funzionario modello; vero è che questa concezione non si concilierebbe con le nostre istituzioni democratiche...

Le creazioni ideali escono in generale dalla mente dei poeti. Noi abbiamo però nella Svizzera un tipo di funzionario il quale, secondo me, incarna già nel modo più perfetto questo modello ricercato. Non è il distinto direttore delle poste o l'imponente capostazione: è il modesto portalettere.

Questo meraviglioso miscuglio di coscienza professionale spoglia d'ogni spirito burocratico, di dignità e di familiarità, di sicurezza di sé e di modestia, dovrebbe servire da modello ai funzionari svizzeri di tutte le amministrazioni.

Verschiedenes - Divers - Notizie varie

Vorbereitungen für die V. Olympischen Winterspiele in St. Moritz

Vom 30. Januar bis 8. Februar 1948 finden in St. Moritz die V. Olympischen Winterspiele statt. Schon im Februar dieses Jahres führte St. Moritz eine internationale Konkurrenz, den Wettkampf um das weisse Band von St. Moritz, durch, um daraus Erfahrungen für die Grossveranstaltung 1948 zu sammeln. Seitdem sind die Vorbereitungen, die auch an die PTT-Verwaltung hohe Anforderungen stellen, in vollem Gange.

Als olympische Wettkampfarten gelangen zur Durchführung: Ski, Eishockey, Eisschnellauf, Eiskunstlauf, Bobsleigh und Skeleton; der moderne Winter-Fünfkampf und der Militärpatrouillenlauf werden in das Programm als Demonstration aufgenommen.

Die Ski-Konkurrenzen umfassen folgende Disziplinen: Langlauf (18 km), Dauerlauf (50 km), Staffellauf (4×10 km), Nordische Kombination (18 km Langlauf und Skisprung), Spezial-Skisprung, Abfahrt, Slalom, Alpine Kombination (Abfahrt-Slalom), Spezial-Slalom.

Im Eisschnellauf wird über 500, 1500, 5000 und 10 000 m gelaufen.

Der moderne Fünfkampf umfasst: 18-km-Lauf, Abfahrt, Duellschiessen auf 25 m, Fechten und Reiten über 4—5000 m mit mindestens 12 Hindernissen.

Im Militär-Patrouillenlauf startet für jede teilnehmende Nation eine Patrouille, zusammengesetzt aus 1 Offizier, 1 Unteroffizier und 2 Soldaten. Es wird über 28—30 km bei 1000 m Steigung gelaufen und auf feldmässige Ziele geschossen.

Bis Ende September haben 26 Länder provisorisch ihre Teilnahme an den V. Olympischen Winterspielen in St. Moritz zugesagt, und zwar: Argentinien, Belgien, Bulgarien, Chile, Dänemark, England, Finnland, Frankreich, Griechenland, Holland, Island, Italien, Jugoslawien, Kanada, Korea, Liechtenstein, Norwegen, Oesterreich, Polen, Rumänien, Schweden, Tschechoslowakei, Türkei, Ungarn, Vereinigte Staaten von Nordamerika und die Schweiz. Am Militärpatrouillenlauf werden sich ausser der Schweiz voraussichtlich Finnland, Frankreich, Italien, Jugoslawien, Norwegen, Polen, Schweden und die Tschechoslowakei beteiligen.

Die Quartierfrage bietet der Gemeinde St. Moritz sehr grosse Schwierigkeiten. Im Jahre 1928 verfügte St. Moritz und die engere Umgebung noch über 10 000 Betten, heute sind es nur noch 6500, von denen rund 2000 für die Athleten, Offiziellen, Presse- und

Radioleute belegt werden. Es werden 1000—1200 aktive Teilnehmer, 350—400 Offizielle und 350—450 Personen für Presse, Radio, Bild und Film erwartet. Für die Athleten und die Offiziellen stehen die Hotels Stahlbad und Kurhaus in St. Moritz-Bad und 20% der Betten der übrigen Hotels von St. Moritz zur Verfügung. Die Presse belegt das Hotel «Du Lac» während sich die Rundfunkleute im Hotel «Engadinerhof» einquartieren. In St. Moritz-Bad entsteht dadurch eine Art olympisches Dorf, das an die Nachrichtenübermittlung hohe Anforderungen stellt.

Das Hotel «Du Lac» wird die 250 offiziellen Journalisten beherbergen, die neben ihren Wohn- auch ihre Arbeitsräume dort vorfinden werden. Das Pressebüro, das Rechnungsbüro und die olympische Kanzlei sind ebenfalls im «Du Lac» untergebracht. Ungefähr 100 Zimmertelephonanschlüsse sind in einem doppelplätzigen Hotelschrank zusammengefasst, der über 40 Amtsleitungen mit der Telefonzentrale in St. Moritz-Dorf verbunden ist. Die grosse Eintrittshalle des Hotels wird in eine öffentliche Sprechstation mit Postbüro umgewandelt. 10 Telefonkabinen, 2—3 Fernschreibkabinen, verschiedene Schalter zur Annahme von Telegrammen und Radiogrammen sowie 2 Postschalter stehen den Presseleuten und einem weiteren Publikum zur Verfügung. In einer anschliessenden Wandelhalle befinden sich die Anschlussstellen für Bildübertragungen.

Das in der Nähe liegende Hotel «Engadinerhof» soll als Rundfunkhaus ausgebaut werden. Es enthält, ausser den Unterkunftsräumen für die Radioreporter und das technische Personal, vor allem verschiedene Studioeinrichtungen und Reparaturwerkstätten. Von allen Wettkampfplätzen werden die Reportagen in der Regel nach diesem Aufnahmезentrum geleitet und hier registriert, um dann im Laufe des Abends den verschiedenen Sendern des In- und Auslandes über Drahtleitungen zugestellt zu werden.

Als Verbindungen von den verschiedenen Wettkampfplätzen mit der Telefonzentrale und den Presse- und Rundfunkhotels sind noch im Verlaufe des Herbstes kurze Kabelstücke verlegt worden, und zwar

- 1 20paariges Kabel nach der Olympiasprungschanze, ungefähr $1\frac{1}{2}$ km westlich St. Moritz-Bad;
- 1 20paariges Kabel nach dem Ziel des Slalomlaufes, ungefähr 100 m östlich der Talstation des Skiliftes Suvretta-Nair;
- 1 20paariges Kabel nach dem Ziel des Abfahrtlaufes in Ruinatsch am Weg von St. Moritz nach Celerina;
- 1 20paariges Kabel nach Start und Ziel des Langlaufes im Salet, in der Nähe des Hotels «Du Lac»;