

aus. Eine Kopie flitzt mit der katapultartig konstruierten Seilpost in Sekundenfrist zum Bürovorsteher, eine liegt schon auf dem Schreibtisch des Chefs, andere unterrichten Einkäufer und Reisenden, Fabrik und Lager. Eine aber verläßt mit der nächsten Post das Haus, und wenn sie anderntags als Auftragsbestätigung vor den Augen der Kunden liegt, dann ist das Staunen groß. Ja, Meyer & Co. arbeiten verblüffend rasch.

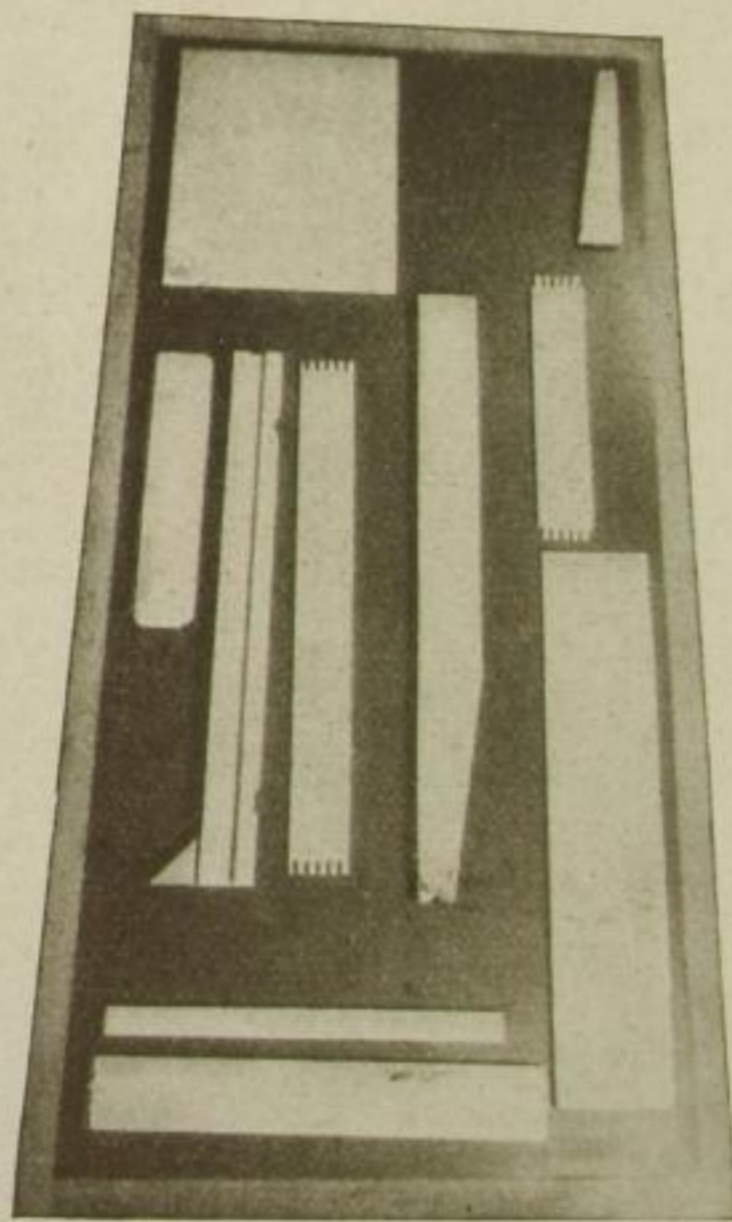
Die Kundenkarte aber verschwindet nach ihrer Bearbeitung keineswegs hinter einer undurchsichtigen Mauer von Mappenrücken, o nein! Sie hat ja höchst wertvolle Inhalte! Und davon soll sie erzählen, auch wenn sie ohne den Rang der Aktualität mit tausend anderen ihrer Art im Kartentrog ruht.

Der Kartentrog ist ein Garten in leuchtenden Farben, eine optische Symphonie von Saat und Ernte, von Sonnenschein und Flurschaden. Am Kartenrand, oberhalb jeder Eintragungsrubrik, kann ein Reiterchen in bestimmter Form und Farbe den Extrakt dieser Rubrik andeuten. Und will der Chef einen Einblick in die Geschäftslage gewinnen, so zeigt ihm diese bunte Epidermis der Kartenrandfläche mit ihren gelben, grünen, roten, schwarzen Signalen alles Wissenswerte, zeigt ihm eine Synthese, ohne daß er nur ein einziges Konto herausziehen brauchte. Der Bezirk des Reisenden Müller weist viel mehr gelbe Reiter auf als rote, und also hat Müller schlecht gearbeitet, denn die gelben bedeuten bei Priemappel & Co. lediglich An-

fragen, die roten aber Bestellungen. Grün endlich war auch für Direktor Priemappel die Farbe der Hoffnung, und da die Karten des Bezirks Lehmann neben vielen roten fast ebensoviel grüne Reiter tragen, lächelt Herr Priemappel, denn die grünen sagen, daß die Kunden gezahlt haben. Was für eine Wirtschaftskrise aber mag im Bezirk von Schmidt ausgebrochen sein? Ach, der Kundenkartengarten des Reisenden Schmidt steht voller durrer Bäume und ist mit Unfruchtbarkeit geschlagen: viele schwarze Reiter vermelden, daß ebenso viele Kunden um die Zahlung verklagt werden mußten...

Die Amerikaner haben das Prinzip der Sichtbarkeit noch weiter entwickelt. Sie haben eine Kartothek auf langen Tafeln schuppenartig so angeordnet, daß von jeder Kundenkarte der Firmenkopf freiliegt. Aber auch bei dem deutschen System — Einordnung der Karten

hintereinander in einer Schublade — ist man der Schwierigkeit zu Leibe gegangen, ein Konto aus zweitausend herauszufinden. Und wirklich gelang es, die optische Hilfeleistung der Leitbuchstaben zu vervielfachen. „Dehnalfabet“ heißt dieses Wunder. Nicht nur nach dem Anfangs - Buchstaben des Kundennamens wurden Leitbuchstaben eingeschaltet, sondern auch nach dem zweiten, dritten, bis hin zum sechsten Buchstaben des Namens. Und wenn das Dehnalfabet so bis zur sechsten Dezimale aufgeteilt ist, erkennt das geübte Auge oft schon in der tiefgeschwungenen Kurve der



Die 11 Teile,
aus denen die modernen Büromöbel,
Schränke, Regale und Schreibtische
zusammengesetzt sind.