

SERVICE PUBLIC



Peter Salvisberg

Jetzt ist das Volk am Zug

Das Parlament hat Swisscom, SBB und Post in den letzten Jahren in selbständige Aktiengesellschaften ausgelagert. Die Bevölkerung hatte dazu nichts zu sagen.

Seither zeigten sich die Nachteile dieser Entscheidung der Politiker: Poststellen weg, Briefkästen abmontiert, der letzte Termin für das Einwerfen von A-Post auf morgens 8 Uhr verlegt. Dafür steigen die Gewinne der Post in die Milliarden. Davon gibt sie einen Teil an die Bundeskasse ab, einen andern Teil investiert sie – vor allem im Ausland (siehe Artikel auf Seite 10).

Die SBB erhöhen laufend die Tarife. Dafür sparen sie beim Zugpersonal, bei den Schaltern und bei der Anschaffung des Rollmaterials. Dem jüngsten Abbau fielen die Minibars zum Opfer. Dies trotz immer mehr Bahnreisenden und jährlichen Gewinnen von mehreren Hundert Millionen Franken.

Die Swisscom beschert den Schweizern die höchsten Tarife weit und breit. Sie ist ein Goldesel für die Bundeskasse – und ihren Chef Urs Schättli, der sich jährlich 1,8 Millionen Franken auszahlen lässt.

Man könnte die Faust im Sack machen. Das ändert aber nichts am Missstand. Ein wirksameres Mittel: Am 5. Juni ein Ja einlegen! Dann gibt es in der Verfassung einen Artikel, der zwei Dinge vorschreibt: In der Grundversorgung der Bevölkerung müssen die Bundesbetriebe das Gemeinwohl vor die Profitmaximierung stellen. Und die Manager erhalten noch maximal so viel Lohn wie ein Bundesrat.

Das Parlament hätte seit Einreichung der Initiative drei Jahre Zeit gehabt, einen Gegenvorschlag auszuarbeiten. Dass es das nicht getan hat, sagt alles: Die Politiker wollen lieber die Bundeskasse Jahr für Jahr mit über einer Milliarde Franken aus den Gewinnen der Bundesbetriebe füllen. Auf Kosten der Bevölkerung. Es reicht! Deshalb: Ja am 5. Juni!

Bundesbetriebe sorgen für gute Presse

Swisscom, Post und SBB machen gemeinsame Sache mit Medienkonzernen

Das Medienhaus Ringier ist eng verbandelt mit Swisscom und SBB. Auch andere Verlage erhalten viel Werbegeld von den Bundesbetrieben.

Die Grossverlage Ringier und Tamedia profitieren massiv von den Werbeeinnahmen der Bundesbetriebe Post, Swisscom und SBB. Kein Wunder, werden deren Botschaften in den Medien oft unkritisch verbreitet.

Beispiel Ringier: Die SBB sind regelmässig im redaktionellen Teil des Gratisblatts «Blick am Abend» vertreten. Jeannine Pilloud, Leiterin SBB-Personenverkehr, schreibt dort eine Kolumne. Das nutzt sie, um die SBB ins rechte, sprich positive Licht zu rücken.

Zudem nimmt Ringier viel Geld ein durch Inserate von SBB, Post und Swisscom. Der K-Tipp hat nachgeblättert: Allein in den letzten zwei Monaten platzierte Swisscom drei ganzseitige Inserate im «Sonntagsblick».

Der Preis für diese drei Seiten: rund 81000 Franken. Die Postfinance wiederum buchte in den letzten drei Monaten im «Sonntagsblick» Anzeigen für rund 50000 Franken.

Auch Swisscom geht mit Ringier Hand in Hand: Zusammen mit der SRG hat sie dieses Jahr ein Unternehmen gegründet, um Werbung in Internet, Fernsehen, Radio und Presse zu verkaufen.

Zudem hat Swisscom im letzten Jahr zwölf Werbebeilagen in den Tageszeitungen der Grossverlage Ringier und Tamedia sowie weiteren Zeitungen platziert. Dieses Jahr sind Werbebeilagen im gleichen Umfang geplant, wie Swisscom dem K-Tipp schreibt.

SBB: Beilagen mit Lokalredaktionen

Eine auffällige Nähe gibt es zwischen den SBB und Zeitungsredaktionen: In diesem Jahr wollen die SBB insgesamt 18 Beilagen «Freizeit und Ferien» publizieren – in Zusammenarbeit

mit den jeweiligen Lokalredaktionen. Für eine dieser Beilagen verantwortlich ist die «Berner Zeitung», die zum Tamedia-Verlag gehört.

Bereits 2014 zur Eröffnung der SBB-Durchmesserlinie in Zürich arbeiteten Tamedia-Journalisten eng mit den SBB zusammen. So verfassten Redaktoren des «Tages-Anzeigers» im Auftrag der SBB eine mehrseitige Sonderbeilage.

Wie viel Geld Post, Swisscom und SBB im Abstimmungskampf ausgeben, um einen Erfolg der Initiative Pro Service public zu verhindern, wollten die drei Bundesbetriebe gegenüber dem K-Tipp nicht sagen.

Die Privatfirma Mediafocus erhebt monatlich, wie viel Geld insgesamt auf den verschiedenen Medienkanälen für Werbung investiert wird. Daraus geht hervor, dass allein für Polit-Kampagnen im März und April 6,6 Millionen Franken investiert wurden. Um welche Kampagnen es sich handelt, ist allerdings nicht ausgewiesen.

Luc Müller

Kolumne:
SBB-Kaderfrau
Jeannine Pilloud



4 SCHW

Schotterblick
von Jeannine Pilloud,
Chefin Personenverkehr SBB

Bun
ASYL-FERIEN
Vorwürfe, dass
nach Hause rei

Der Tunnel
Bald ist es so weit, man erstellen und in Betrieb

«Von einvernehmlicher Lösung nichts gespürt»

Gemeindepräsidenten im Berner Oberland fühlen sich von der Post verschaukelt

Im Berner Zulgtal gibt es für über 5000 Personen nur noch eine einzige Poststelle. Und auch diese wird nun dichtgemacht.

Zehn Gemeinden zählt das Berner Zulgtal, über 5000 Leute leben dort. Rudolf Reusser ist Gemeindepräsident von Unterlangenegg, 930 Einwohner zählt die Gemeinde. Die Situation im Zulgtal bezeichnet er als «schwierig»: Am 1. April schloss die Poststelle in seinem Dorf.

Dasselbe Schicksal ereilt die Poststelle in Heimenschwand in der Gemeinde Buchholterberg. Beat Haldimann, Gemeindepräsident von Buchholterberg, fühlt sich verschaukelt. Zwei Jahre lang habe die Gemeinde mit der Post Gespräche geführt, um eine Schliessung zu vermeiden. Haldimann: «Die Gespräche waren eine Alibiübung.» Der Bitte, die angeblich rückläufigen Frequenzzahlen der betroffenen Poststellen offenzulegen, sei die Post nicht nachgekommen. Sie habe sich aufs Geschäftsgeheimnis berufen. «Wir machten uns die falsche Hoffnung, sie spiele mit offenen Karten und behandle die Gemeindevertreter als Partner», so Haldimann.

Ab kommendem August gibt es in Heimenschwand



Verärgert: Rudolf Reusser (links) und Daniel Jost, Gemeindepräsidenten im Berner Zulgtal

statt einer Poststelle nur noch eine Postagentur. Tönt gut, ist aber ein massiver Leistungsabbau: Für Schaltermgeschäfte müssen die Bewohner von Buchholterberg das Tal verlassen und nach Steffisburg fahren.

Talbewohner, die auf den Bus angewiesen sind, müssen so lange Fahrten in Kauf nehmen. Beispiel: Wer mit dem Bus von Innereriz nach Steffisburg fährt, ist rund eine Stunde unterwegs – mit Stopps an 27 Haltestellen. Vor rund

sechs Jahren besaßen die Erizer noch eine eigene Post.

Die Post sagt, der normale Hausservice garantiere der Bevölkerung eine qualitativ hochstehende postalische Versorgung vor Ort. Fakt ist aber: Ist niemand zu Hause, muss man den Eingeschriebenen in der Regel in Steffisburg abholen. Auswärts Tätige seien regelmässig mit dieser Problematik konfrontiert, sagt Daniel Jost, Gemeindepräsident von Eriz. Besonders für ältere Personen

Gegnerisches Komitee schweigt zum Abbau der Postfilialen

Service vor Gewinn: Post, SBB, Swisscom & Co. sollen einen guten Service zu vernünftigen Preisen bieten, statt einen möglichst hohen Gewinn anzustreben. Das will die Initiative Pro Service public, über die das Schweizer Stimmvolk am 5. Juni befindet.

Die schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) und der Schweizerische Gemeindeverband (SGV) bekämpfen die Initiative an vorderster Front. Ihr Hauptargument: Die Initiative schwäche Bergregionen. Doch die Initiative will genau das Gegenteil: Öffentliche Be-

triebe sollen das Wohl der Bevölkerung zum Ziel haben, nicht möglichst hohe Gewinne für die Bundeskasse. Anders gesagt: Guter Service muss wichtiger sein als Profit.

Dass das heute weit herum nicht mehr der Fall ist, zeigt das Beispiel des Zulgtals, wo es bald keine Poststelle mehr geben dürfte. Der K-Tipp hat das Komitee im Fall Zulgtal um eine Stellungnahme gebeten. Was unternimmt das SGV und SAB konkret gegen den Poststellenabbau in Gegenden wie dem Zulgtal? Das Komitee blieb eine Antwort schuldig.

bedeutet jede Filialschliessung einen grossen bis unzumutbaren Mehraufwand. Einerseits seien sie in ihrer Mobilität eingeschränkt. Andererseits wären sie auf Poststellen angewiesen, um Alltägliches wie Zahlungen erledigen zu können, so Jost.

Eriz habe sich in Gesprächen gegen die Schliessungspläne der Post mit allen Mitteln gewehrt – allerdings vergebens, bilanziert Daniel Jost: «Wir waren von Anfang an chancenlos.»

Auch Rudolf Reusser sagt, er habe bei den Gesprächen mit der Post wenig von «einer einvernehmlichen Lösung» gespürt. Man habe ihm mündlich eine Zahl zur Höhe des Defizits genannt und mehrfach unterstrichen, der Umsatz der Poststelle Unterlangenegg sei eingebrochen. Er habe gefragt: «Ist es nicht der Auftrag der Post, die Region zu bedienen?» Die Post habe ihm nur geantwortet, «dass sie in jedem Fall rentieren muss». Tatjana Jaun