

**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:** 58 (1980)

**Heft:** 7

**Rubrik:** Verschiedenes = Divers = Notizie varie

#### **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:** 23.01.2026

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

# Verschiedenes – Divers – Notizie varie

## Kommunikationsleitbild PTT

Peter SOLLBERGER, Bern<sup>1</sup>

621.39.001.1/2::65.012.2(494):654.1.001.1/2::65.012.2(494)  
:659.3

### 1 Ausgangslage

#### 11 Gründe für ein unternehmerisches Kommunikationsleitbild der PTT

Obwohl die seit Jahren eingespielte und auf allen Stufen sorgfältig abgestimmte Planung der PTT-Betriebe das Fortschreiten des Unternehmens über jeweils fünf Jahre vorzeichnet, besteht heute ein dringendes Bedürfnis, den Weg in eine fernere Zukunft auszuleuchten. Die Kommunikationstechnik steht vor neuen Errungenschaften, die in den nächsten Jahren zu entscheidenden Veränderungen führen dürften. Es ist deshalb wichtig, Chancen und Gefahren dieser Entwicklung rechtzeitig zu erkennen und zu beurteilen.

Als öffentliche Dienstleistungsunternehmung setzen sich die PTT-Betriebe im Rahmen von Verfassung und Gesetz als oberste Unternehmungsziele unter anderem:

- der Öffentlichkeit leistungsfähige Post- und Fernmeldedienste anzubieten sowie
- ihre Leistungen in guter Qualität, wirtschaftlich und zu angemessenen, gesamthaft kostendeckenden Taxen zu erbringen

Um ihrem Auftrag gerecht zu werden, braucht die Geschäftsleitung eine längerfristige Leitlinie, damit Entscheide über den Mitteleinsatz alle Rahmenbedingungen erfüllen und in Kenntnis der Auswirkungen getroffen werden können. Dazu soll nun auch – und dies hat vielleicht einen besonderen Zweck – die Berücksichtigung gesellschaftspolitischer Gesichtspunkte gehören. Denn die Anstrengungen, dem Kunden bestmöglich ausgestaltete Dienstleistungen zeitgerecht bereitzustellen, fördern heute vermehrt Probleme zutage, die außerhalb des Bereiches liegen, der durch Technik, Markt und betriebsorganisatorische Anpassung abgegrenzt ist. Es wird immer wieder gefordert, auch Auswirkungen neuer Kommunikationsformen auf den Menschen zu untersuchen, und man sieht sich mit gewichtigen Fragen medienpolitischer Natur konfrontiert. Die PTT-Betriebe können

sich daher der Aufgabe nicht entziehen, solche Fragen für ihren Bereich herauszuschälen und – nachdem diese von kompetenter Stelle bearbeitet wurden – entsprechende Lösungen in die unternehmerischen Überlegungen einzubeziehen.

In Erkenntnis dieser Ausgangslage hat das Generaldirektorium der PTT-Betriebe im Frühling 1978 eine interne Arbeitsgruppe beauftragt, ein möglichst umfassendes Leitbild als Grundlage zur aktiven und wirksamen Bewältigung der Kommunikationsaufgaben zu erarbeiten.

### 12 Zweck und Inhalt des Leitbildes

Das Kommunikationsleitbild stellt eine längerfristige Leitlinie (Entscheidungshilfe) für das unternehmerische Handeln der PTT-Betriebe dar zur sinnvollen Förderung und Nutzung bestehender und künftiger Kommunikationsmöglichkeiten.

Das Kommunikationsleitbild der PTT-Betriebe soll die Frage beantworten, welche Kommunikationsmöglichkeiten unter welchen Umständen und mit welchen Auswirkungen künftig von Post- und Fernmeldediensten anzustreben und zu verwirklichen sind, wobei technische, marktpolitische, gesellschaftspolitische und betriebliche Gesichtspunkte einzubeziehen sind. Das Kommunikationsleitbild wird Aussagen über Art und Qualität des PTT-Angebots auf dem Gebiete der Kommunikation mit einem Zeithorizont von 10 bis 20 Jahren enthalten.

### 2 Auftrag und Vorgehen

#### 21 Zusammensetzung der Arbeitsgruppe

Mit Blick auf die Zielsetzung, ein PTT-weites Leitbild zu schaffen, wurde die Arbeitsgruppe «Kommunikationsleitbild PTT» (AGR KOLB) interdepartemental zusammengesetzt: Postdepartement und Fernmeldedepartement stellen zusammen 6 Mitglieder; mit weiteren 6 Teilnehmern sind die Querschnittsfunktionen des Präsidialdepartementes vertreten.

#### 22 Auftrag der Arbeitsgruppe

In Übereinstimmung mit dem Zweck des Leitbildes ist die Arbeitsgruppe beauftragt, in Zusammenarbeit mit allen betroffenen Linien- und Stabsbereichen

- die künftige Entwicklung der Kommunikation und ihre Nutzungsmöglichkeiten zu untersuchen und zu beurteilen;
- unter Berücksichtigung von technischen, markt- und gesellschaftspoliti-

schen wie auch betrieblich-strukturellen Aspekten ein Kommunikationsleitbild für die PTT zu erarbeiten

### 23 Mittel und Arbeitsweise

Damit das Kommunikationsleitbild als Entscheidungshilfe dienen kann, muss es einfach aufgebaut und klar formuliert werden. Es geht nicht darum, ein Werk über den neuesten Stand der Kommunikationsmittel zu verfassen; gesucht werden vielmehr praktikable Zielsetzungen und Strategien mit eindeutigem Bezug zum Auftrag und zur Funktion der PTT-Betriebe.

Aufgrund dieser Vorstellungen wurde nicht ein Spezialistenteam zusammengestellt, sondern verschiedene Linienvertreter haben diese Aufgabe übernommen. Innerhalb der kleinen Arbeitsgruppe ist ein sechsköpfiger Ausschuss für Geschäfts- und Sitzungsvorbereitung verantwortlich. Für die Durchführung besonderer Studien werden geeignete Ausschüsse gebildet, die – je nach Auftrag – mit weiteren PTT-Fachleuten ergänzt sind. Wichtige Arbeitsschritte werden in kurzen Seminarien vorbereitet.

Die Geschäftsleitung hat das Mandat so formuliert, dass von Fall zu Fall auch aussenstehende Fachleute beigezogen werden können. Die Arbeitsgruppe stellte bei ihrer konstituierenden Sitzung fest, dass sie nicht in der Lage ist, gesellschaftspolitische Aspekte fachgerecht zu bearbeiten und zu beurteilen. Sie beschloss deshalb, besonders dafür PTT-externe Berater beizuziehen. Im Auftrag der PTT-Betriebe und in Zusammenarbeit mit Universitäten wurden von Mitte 1978 bis Mitte 1979 drei Szenarien geschaffen. Auch für die aufwendige Sichtung der vorhandenen Literatur sowie für die Zusammenfassung von Grundlagen werden gelegentlich PTT-externe Mitarbeiter eingesetzt.

### 24 Wichtige Arbeitsschritte

Im Juni 1978 fand die erste Sitzung der Arbeitsgruppe «Kommunikationsleitbild PTT» statt. Diese befasste sich im verbleibenden Halbjahr mit dem Aufstellen der Projektorganisation und der Sicherstellung einer ausreichenden Koordination zu anderen Kommissionen mit ähnlichen Aufgaben. Ferner wurde ein erstes Konzept zur Erarbeitung des Leitbildes entwickelt und eine Basisdokumentation mit Literaturverzeichnis zusammengestellt.

<sup>1</sup> Leicht gekürzte Fassung eines Vortrags, gehalten anlässlich des PTT-Seminars «Mensch – Technik – Kommunikation»

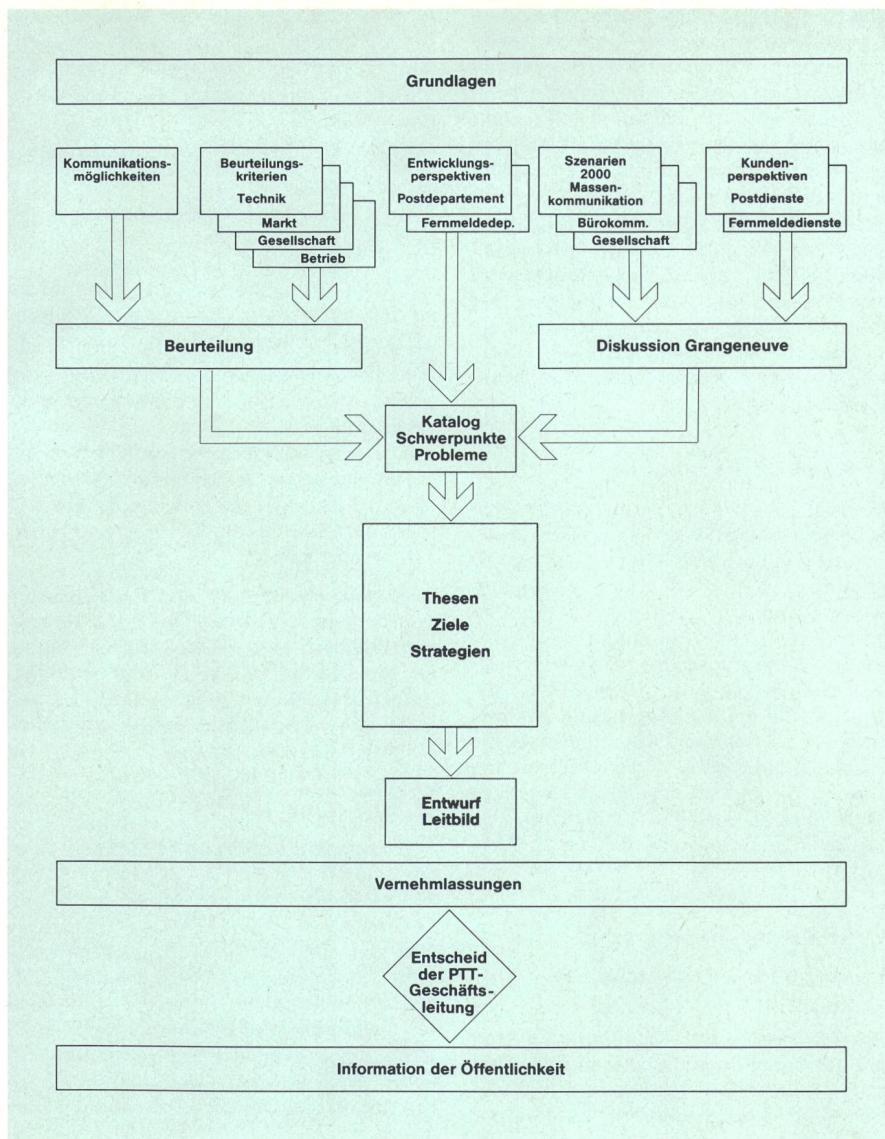


Fig. 1  
Kommunikationsleitbild PTT: Vorgehensplan 1980/81

1979 sind die Grundlagen zum Kommunikationsleitbild erarbeitet und Aufträge für Szenarien erteilt worden. Viel Zeit beanspruchte die Diskussion von Lösungsvorschlägen zu grundsätzlichen Problemen des Projektes Videotex (Telefon-Bildschirmtext). Aus der Behandlung dieses Beispiels einer neuen Kommunikationsform gewann die Arbeitsgruppe wertvolle Hinweise. Sie war auch in der Lage, das Konzept des Kommunikationsleitbildes zu bereinigen.

Im Jahre 1980 werden nun die Grundlagen ergänzt und ausgewertet. Ferner gilt es, die Diskussion von Grundlagen in der Öffentlichkeit (Grangeneuve) zu analysieren und den Katalog der Kommunikationsmöglichkeiten nach verschiedenen Kriterien zu beurteilen. Die Ergebnisse werden dann in Form von Thesen, Zielen und Strategien niedergelegt.

Die Arbeitgruppe setzte sich für 1980 zum Ziel, das Kommunikationsleitbild PTT im Entwurf zu erstellen.

## 25 Vorgehensplan

Der Vorgehensplan für die Jahre 1980/81 ist in *Figur 1* dargestellt. Die Ar-

beitsgruppe hat in knapp zwei Jahren die notwendigen Grundlagen zusammengetragen. Verschiedene Dokumente waren bereits vorhanden und mussten lediglich besonders ausgewertet werden (zum Beispiel die «Unternehmungspolitischen Grundsätze der PTT» und die Planung 1980/1984). Die weiteren, in der grafischen Darstellung ersichtlichen und mit ihren Titeln aufgeführten Dokumente wurden von der Arbeitsgruppe oder von PTT-externen Fachleuten im Blick auf die Erarbeitung eines Kommunikationsleitbildes PTT neu geschaffen. Es handelt sich dabei um eine ausführliche Liste der Kommunikationsmöglichkeiten aus der Sicht der PTT sowie um Beurteilungskriterien für die vier Bereiche Technik, Markt, Gesellschaft und Betrieb. Eine weitere, wesentliche Grundlage bilden die Entwicklungsperspektiven, die die Betriebsdepartemente für ihre Fachbereiche aufgezeichnet haben.

Zusätzlich zu diesen PTT-internen Arbeitsunterlagen sind Grundlagen aus unserem Umfeld zusammengetragen worden. Dazu gehören die verschiedenen Szenarien und die Kundenperspektiven. Sie werden laufend ergänzt und in unsere Betrachtungen einbezogen.

## 3 Vorhandene Grundlagen

### 31 Die gesetzlichen Rahmenbedingungen der PTT

Die PTT — als selbständiger eidgenössischer Betrieb — müssen eine Vielzahl gesetzlicher Rahmenbedingungen beachten (beispielsweise Bundesverfassung, PTT-Organisationsgesetz, Postverkehrsgegesetz, Telegrafen- und Telefonverkehrsgegesetz, Bestimmungen des Internationalen Rechts). Die geltenden Rechtsnormen werden im Katalog der Kommunikationsmöglichkeiten aufgeführt und kommentiert. Da auch alle künftigen Dienstleistungen rechtlich abzustützen sind, ergibt sich aus dieser Zusammenstellung ein Problemkatalog, der in einer späteren Beurteilungsphase miteinbezogen werden muss.

### 32 Die unternehmungspolitischen Grundsätze und Richtlinien der PTT

1971 stellten die PTT-Betriebe erstmals unternehmungspolitische Grundsätze auf. Sieben Jahre später konnten diese Grundsätze mit Richtlinien ergänzt und präzisiert werden. Grundsätze und Richtlinien schaffen ein gemeinsames Gedankengut, das die zahlreichen Aufgaben im Sinne des Ganzen anzupacken erlaubt. Diese auf Zeit ausgelegte Unternehmungspolitik umfasst die Gebiete Dienstleistungen, Führung, Organisation, Information, Personal, Finanzen sowie Forschung und Entwicklung. Sie bildet eine wichtige und weitreichende Grundlage unseres unternehmerischen Handelns und damit auch des künftigen Kommunikationsleitbildes der PTT.

### 33 Die Unternehmungsplanung PTT 1980/1984

Ende 1979 wurde die Unternehmungsplanung 1980/1984 abgeschlossen. Vieles in diesem Fünfjahresplan deutet darauf hin, dass auf dem Weg der PTT in die achtziger Jahre mit fortdauernder Unsicherheit, mit wirtschaftlichen und politischen Begrenzungen und mit technologischen Umwälzungen zu rechnen ist. In den nächsten Jahren werden nicht nur Probleme zu bewältigen sein, die sich aus der technischen Evolution ergeben; es sind grundlegende wirtschaftliche und personelle Probleme in Sicht und zum Teil auch schon spürbar. Alle diese Erkenntnisse müssen im Kommunikationsleitbild der PTT ihren Niederschlag finden.

## 4 Neue Unterlagen

Die erwähnten Grundlagen gehören zum Basismaterial und enthalten längerfristig gültige Rahmenbedingungen. Sie werden für das Kommunikationsleitbild zusammengefasst und gesondert ausgewertet. Die folgenden Dokumente sind als besondere Arbeitsgrundlage für das geplante Leitbild geschaffen worden.

### 41 Der Katalog der Kommunikationsmöglichkeiten

Als eine der ersten Tätigkeiten stellte die Arbeitsgruppe einen Katalog der

Kommunikationsmöglichkeiten zusammen, indem sie ein Inventar der heute angebotenen und der künftig denkbaren PTT-Dienstleistungen aufnahm. Dabei wurden die einzelnen Kommunikationsmöglichkeiten vorerst geordnet und anschliessend verbal und nach Grössenordnungen definiert. Dieser umfangreiche Katalog enthält bereits Hinweise auf Substitutionsmöglichkeiten sowie auf bestehende Rechtsgrundlagen. Er soll laufend mit weiteren Informationen ergänzt und schliesslich durch eine kurze, verbale Beurteilung je Dienstleistung abgeschlossen werden.

## 42 Beurteilungskriterien

Gemäss Auftrag sind bei der Erarbeitung des Kommunikationsleitbildes technische, markt- und gesellschaftspolitische wie auch betrieblich-strukturelle Aspekte zu berücksichtigen. Die Arbeitsgruppe legte deshalb für jeden Bereich entsprechende Kriterien fest, die als Massstab für die Beurteilung von Kommunikationsmöglichkeiten dienen können. Damit sich der Beurteilungsaufwand in vertretbaren Grenzen hält, hat sie eine ursprünglich grössere Auswahl auf vorläufig etwa sechs Kriterien je Bereich reduziert. Die Kriterien sind als knappe Fragestellung beispielsweise wie folgt verfasst:

- Technik: Wie verträgt sich die Technik einer Dienstleistung mit den bestehenden und den geplanten Systemen?
- Markt: Wie gestaltet sich das Preis/Leistungs-Verhältnis für eine bestimmte Dienstleistung?
- Gesellschaft: Wie ist der Einfluss der zu beurteilenden Dienstleistung auf die schweizerische Volkswirtschaft?
- Betrieb: Wie wirkt sich die Dienstleistung auf das Personal aus?

## 43 Entwicklungsperspektiven der Betriebsdepartemente

Post- und Fernmeldedepartement haben für das Kommunikationsleitbild ihre heutigen Unterlagen überprüft und in Entwicklungsperspektiven zusammengestellt. Diese Dokumente enthalten je einen kurzen Rückblick, eine Beurteilung der heutigen Lage sowie Aussagen über Entwicklungsmöglichkeiten und Einflussfaktoren für die Zukunft. Die Perspektiven stützen sich vor allem auf die fachbezogenen Zukunftsaussichten; im Dokument der Fernmeldedienste sind beispielsweise die technischen und technologischen Tendenzen in der Telekommunikation einbezogen.

Alle bisher erläuterten Grundlagen sind PTT-interne Arbeitspapiere, die laufend überprüft werden müssen.

## 44 Die Szenarien

Die Szenarien sind von Fachleuten im Auftrage der PTT-Betriebe verfasst worden und sollen mögliche Entwicklungen und grosse Zusammenhänge im Kommunikationsbereich auf weite Sicht aufzeigen. Sie enthalten auch Hinweise und Prognosen über gesellschaftspolitische Zusammenhänge, also jenes Gebiet, das

neben den technischen, wirtschaftlichen und juristischen Aspekten als ergänzende Dimension ins Kommunikationsleitbild aufgenommen werden soll. Es schien im Interesse der Übersichtlichkeit wünschenswert, Entwicklungsperspektiven für den Bereich der Arbeitsplätze und für den einzelnen zu Hause getrennt darstellen zu lassen. So ist ein Szenario speziell den sozialen Bezügen und Auswirkungen neuer Medien gewidmet; diskutiert wird das aktuelle und praktische Beispiel des Videotex (Telefon-Bildschirmtextes). Dieses Szenario soll später noch auf andere Kommunikationsmöglichkeiten ausgeweitet werden.

## 45 Kundenperspektiven

Aus verschiedenen Quellen haben wir Erwartungen und Wünsche unserer Kunden als Kundenperspektiven zusammengetragen. Sie wurden für die Post- und Fernmeldedienste getrennt aufgestellt und bereits in den Entwicklungsperspektiven der Betriebsdepartemente verarbeitet. Selbstverständlich gibt es dabei Zielkonflikte, die nicht einfach zu lösen sein werden. Im Sinne der festgelegten Dienstleistungspolitik sind die PTT jedoch bestrebt, ein auf allgemeine Bedürfnisse ausgerichtetes Dienstleistungsprogramm zu erfüllen und dieses periodisch zu überprüfen.

## 5 Stand der Arbeit

### 51 Aufgaben im Bereich von Videotex

Im Auftrag an die Arbeitsgruppe hielt die Unternehmungsleitung fest, dass dem Studium von Grundsatzfragen, die bei einer allfälligen Einführung des Telefon-Bildschirmtextes zu lösen sind, eine erste Priorität zukomme. Ende März 1980 hat die Arbeitsgruppe ihren Beitrag in einem vorläufigen Schlussbericht zusammengestellt. Dieses Dokument enthält unter anderem

- einen Katalog offener Fragen von geschäfts- und medienpolitischer Bedeutung mit Vorschlägen für entsprechende Massnahmen
- eine Betrachtung zum Problem der Werbung bei diesem Kommunikationssystem
- einen Bericht über mögliche Auswirkungen dieser Dienstleistung auf die PTT im Jahre 1990

### 52 Allgemeine Resultate und Wirkungen

Neben dem Schlussbericht Videotex hat die Arbeitsgruppe alle bisher erwähnten Grundlagen zusammengestellt und ist nun daran, diese in Form von Problemkatalogen mit Schwerpunkten auszuwerten. Damit ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einem unternehmerischen Kommunikationsleitbild der PTT erreicht und die Vorarbeit zum Formulieren der eigentlichen Leitlinie geleistet.

Heute darf aber auch festgestellt werden, dass allein die gemeinsame Arbeit an den Grundlagen das gegenseitige Verständnis der Departemente wesentlich

fördern und vertiefen half. Die intensive Beschäftigung mit unseren Zukunftsproblemen hat wertvolle Denkanstösse gegeben, und die neugeschaffenen Unterlagen haben sich bereits auch für andere Zwecke praktisch bewährt.

## 6 PTT-Seminar Grangeneuve

### 61 Zielsetzung

Die PTT-Betriebe verfolgten mit ihrem am 8. und 9. Mai in Grangeneuve durchgeführten Seminar zwei Hauptziele:

- Erstens wollten sie über die Arbeiten an ihrem Kommunikationsleitbild orientieren und
- zweitens, ausgelöst durch eine Diskussion vorgestellter Szenarien, Gedanken und Aussagen zu gesellschaftspolitischen sowie medienbezogenen Problemen aufnehmen.

Es ging also darum, mit interessierten Journalisten, Politikern und Medienwissenschaftlern einen Dialog aufzunehmen, um zu erfahren, wie im Kommunikationsleitbild der PTT Gesichtspunkte aus den Bereichen Gesellschaft und Medienpolitik zu gewichten sind.

### 62 Die Rolle der PTT

Grangeneuve war ein Gespräch über die Zukunft der Kommunikation und eine Orientierung über die Arbeit an einem Leitbild der PTT. Die PTT-Vertreter waren in erster Linie Zuhörer: Sie wollten erste Eindrücke gewinnen, wie Medienwissenschaftler und Wissenschaftler die vorgestellten Szenarien beurteilen und die Grundfrage diskutieren, wie zwischenmenschliche Beziehungen durch technische Kommunikationsformen beeinflusst werden.

Grangeneuve war für die Arbeitsgruppe eine wichtige Standortbestimmung und gleichzeitig eine Gelegenheit, über den Stand der Arbeiten am Kommunikationsleitbild zu informieren. Es war auch von Bedeutung zu erfahren, wie die Absicht der PTT-Betriebe, sich eine länger gültige Leitlinie für ihre künftige Tätigkeit im Kommunikationsbereich zu erarbeiten, allgemein aufgenommen würde.

### 7 Weiteres Vorgehen

Entsprechend Figur 1 werden die Grundlagen zum Kommunikationsleitbild bis Mitte 1980 beurteilt und ausgewertet sein. Der zusammengefasste Katalog von Problemen und Schwerpunkten soll dann – soweit möglich – die Basis für das Formulieren des eigentlichen Leitbildes darstellen.

Das Kernstück des Leitbildes wird aus Thesen (Behauptungen, Problemen und Feststellungen), aus Zielen im Sinne von wünschbaren Zuständen sowie aus Strategien (Tätigkeiten und Massnahmen) bestehen.

Am Beispiel der neuen Kommunikationsform Videotex aufgezeigt, könnte dies etwa so lauten:

- These: Eine genügende wirtschaftliche Breitenwirkung und Marktstellung von Videotex ist nur dann zu erreichen,

wenn das Preis/Leistungs-Verhältnis günstig gestaltet werden kann

– Ziel: Das Dialog-System Videotex wird im Netzbereich von den PTT als alleinige Anbieter im Sinne eines öffentlichen Dienstes verwirklicht

– Strategie: Die PTT stellen die Bedienungsfreundlichkeit des Systems sowohl für den professionellen wie für den privaten Kunden sicher, gestalten den Zugang für Informationsanbieter und für die Kunden möglichst frei und sorgen durch ein sorgfältiges Marketing für ein günstiges Preis/Leistungs-Verhältnis

Ein erster Entwurf des Leitbildes soll Ende 1980 vorliegen. 1981 wird es vorerst darum gehen, den Entwurf in die PTT-interne Vernehmlassung zu geben, gegebenenfalls zu bereinigen und schliesslich der Geschäftsleitung der PTT-Betriebe zum Entscheid vorzulegen. Anschliessend soll eine breite Öffentlichkeit über das unternehmerische Kommunikationsleitbild der PTT orientiert werden.

## 8 Das Leitbild in einem grösseren Zusammenhang

Die PTT-Betriebe beabsichtigen, eine Leitlinie für ihre künftige Unternehmungspolitik auf dem Gebiete der Kommunikation zu erarbeiten. Als öffentliches Dienstleistungsunternehmen müssen sie ihre Politik jedoch auch in einem übergeordneten Gesamtrahmen stellen.

Grundsätzliche Festlegungen sind deshalb mit den vorgesetzten Instanzen abzusprechen und zu koordinieren.

Bereits am 6. April 1978 — also noch vor dem Einsetzen einer Arbeitsgruppe — wurde der Verwaltungsrat der PTT-Betriebe über die Absicht der Unternehmungsleitung orientiert. Im Verlaufe des Sommers 1979 wurden auch erste Kontakte mit dem Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement geknüpft, die Ende 1979 zu einem einlässlichen Gespräch über das geplante Vorgehen führten.

Die PTT wollen ein unternehmerisches Leitbild als künftige Entscheidungshilfe schaffen. Die Eidgenössische Expertenkommission für eine Medien-Gesamtkonzeption dagegen hat den Auftrag, die Grundzüge eines Medienkonzepts für die Schweiz auf Verfassungsebene zu erarbeiten und dem Bundesrat entsprechende Grundlagen bereitzustellen, auf die er seine Medienpolitik abstützen kann.

Trotz dieser unterschiedlichen Zielsetzungen ist es wichtig, eine enge Koordination der Arbeiten zu gewährleisten. Diesem Ziel diente unter anderem die Aufnahme des Vorsitzenden der Arbeitsgruppe Kommunikationsleitbild PTT in die Medienkommission des Bundes.

Im Zuge der Arbeit am Kommunikationsleitbild der PTT werden ohne Zweifel auch medienpolitische Probleme — für deren Lösung die PTT-Betriebe nicht zuständig sind — aufgeworfen. Die Arbeits-

gruppe beabsichtigt deshalb, für diesen Bereich einen besonderen Problemkatalog zu erstellen, der später im Schosse der Medienkommission des Bundes weiterbearbeitet werden soll.

## 9 Zusammenfassung

- Die PTT-Betriebe benötigen für den sich rasch entwickelnden Kommunikationsbereich ein Leitbild als Entscheidungshilfe für den künftigen Mitteneinsatz und für die sinnvolle Weiterentwicklung des Unternehmens sowie der Volkswirtschaft.
- Das Leitbild soll einfach, praktisch anwendbar und für die Zukunft anpassungsfähig sein. Es soll sich — im Sinne einer umfassenden Betrachtungsweise — auch an gesellschaftspolitischen Bedürfnissen orientieren, jedoch ohne diese zu präjudizieren.
- Das Leitbild soll auf die Ziele der PTT-Betriebe als öffentliche Unternehmung ausgerichtet sein und Voraussetzungen zur konsequenten und zweckmässigen Nutzung von Kommunikationsmöglichkeiten schaffen.
- Das Leitbild der PTT-Betriebe soll im Unternehmen eine Konzentration der Kräfte bewirken und Zielkonflikte lösen helfen.
- Die PTT-Betriebe hoffen, mit diesem Kommunikationsleitbild einen Beitrag zur aktiven Gestaltung und Bewältigung der Zukunft im Bereich der Kommunikation zu leisten.

---

Die nächste Nummer bringt unter anderem  
Vous pourrez lire dans le prochain numéro

## 8/80

F. Zbinden

Die Betriebsversuche für das System IFS mit dem Mustersteuerbereich

J.-F. Bütikofer,  
A. Käser

Die erste 140-Mbit/s-Übertragungsanlage der Schweiz

J.-D. Vital

Systématisation de la construction des toits plats (1<sup>re</sup> partie)