

Neuer Schwung beim Gelben Riesen : der Aufschwung beginnt bei der Post

Autor(en): **Fehlmann, Werner**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **120 (1994)**

Heft 11

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-602171>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ogi eingesetzte Arbeitsgruppe «Quo vadis PTT?» oder auf gut deutsch «PTT wohee?» nicht verschliessen.

Funktionierte die Post bisher unter dem sinnreichen Motto «Einer spinnt immer, wenn zwei spinnen, wird's schlimmer» als Einheit, soll das jetzt ganz anders werden. Erweisen sich doch heute fast alle Grundsätze zurückliegender Jahrzehnte als wenig kompatibel. Die Schlacht bei Morgarten ist zwar von einem Einzelgänger entschieden worden, hingegen hätten zwei Winkelriede das ganze Schlachtgeschehen zweifellos positiv

diesen Vorschlägen wird aber das Parlament noch Stellung nehmen müssen. Warten wir ab, wie unsere Politprominenz, die alleweil um die Probleme herumredet, darauf reagiert. Ein höherer Preis für leere Wortschwalle, für Schwafeln und Mischeln, scheint ihnen sicher nicht opportun. Wo kämen wir hin, wenn aus Zögern, Palavern und Prestigegebaren auch noch von fremder Seite finanzielle Rendite gemacht werden könnte?

Der Aufschwung beginnt natürlich beim gelben, postumen Teil gleichfalls zuerst bei den Preisen zu schwingen.

B-Post. Wieso soll sie dann eigentlich mehr kosten? Eine Fahrt von Rorschach nach Zürich ist alleweil billiger als eine längere nach Genf. Extrem aufschwingen wird dafür die B-Post mit ihrer zwei- bis dreitägigen Beförderungsdauer.

Ein dritter Muskel soll neu die zwei Stränge unterstützen: Es ist die C-Post. Das wären Briefe, die wohl geschrieben, aber nie abgeschickt werden. Designerbriefmarken sollen solche Briefe verschönern und verbilligte Taxen zum Briefeschreiben animieren. Vor allem in dieser Dienstleistungssparte sieht die Arbeitsgruppe ein riesiges, gewinnbringendes Potential voraus. Wir alle, auch die weniger Gelehrten, können den Nutzen dieser strategischen Umorientierung sehr wohl nachvollziehen. Wer schon Briefmarken kaufen darf, sollte den Händler nicht noch mit deren späteren Verwendung und Verbreitung belasten.

Frohe Kunde kommt für die Macher von Heftli, Zeitungen und Postillen. Nach wie vor garantiert ihnen die Bundesverfassung, dass ihre gedruckten Produkte im ganzen Land zu gleichen, möglichst tiefen Tarifen verteilt werden müssen.

So kann denn Ogi getrost an seinem Heftli-Image weiterstricken. Zwischen Qualität und Gequassel macht auch der neue Schwung des Gelben keinen Unterschied.

Neuer Schwung beim Gelben Riesen:

Der Aufschwung beginnt bei der Post

VON WERNER FEHLMANN

Erinnern Sie sich noch an die eintönigen Turnstunden von früher? An den Mief der Turnhalle, zusammengesetzt aus Schweiß, verbrauchter Luft und gebrauchter Reinigungsmittel? Da stand man mit trockenem Mund und zittrigen Händen in Einerkolonne vor dem Reck und wusste genau: Das Versagen ist programmiert. Zu wenig kräftig waren die Muskeln für den Aufschwung. Sie reichten bestenfalls noch aus zum Hin- und-Her-Pendeln. Aber echter Schwung konnte nie drin sein. Der Wille war wohl da, aber die Muskeln fehlten.

Der Aufschwung beginnt eben nicht im Kopf, wie das uns heute lässige Werber weismachen wollen. Sich aufschwingen heisst, möglichst viele feine Muskeln spielen lassen. Aber wo, um Himmels willen, sollen die denn im Kopf bloss sein?

Diesem Argument konnte sich auch die von Departement

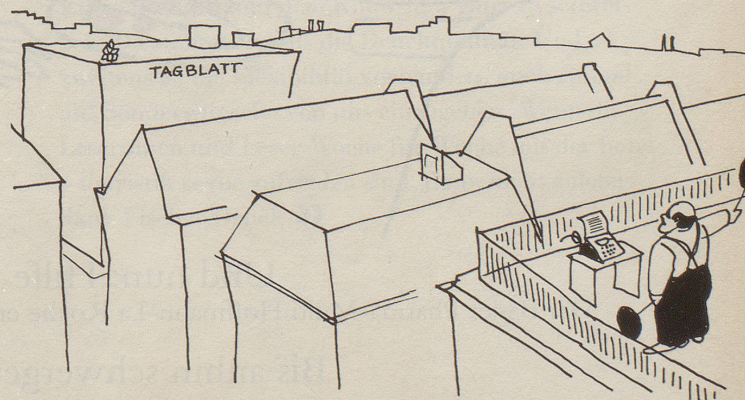
verkürzt und dadurch sicher nicht schlimmer gemacht.

Folglich wollen die 25 Weisen den Gelben Riesen mit dem Standvermögen eines Gelatineklumpens spalten. Aus einem wenig dynamischen Unternehmen werden somit zwei dynamische Unternehmen geschaffen. Ein weisses und ein gelbes. – Na, ja. Was passiert, wenn ein fauler Apfel in zwei Teile geteilt wird? – Eine doch eher philosophische Frage ...

Der weisse, telekomische Teil, ist für die Weisen, weil nicht in den roten Zahlen, noch kein Thema. Hier heisst der Slogan nicht «Starten statt warten», er heisst «Denken statt starten». Immerhin sickerte durch, dass frühmöglichst dem Telefon-Gesprächstarif ein Schubser nach oben verpasst wird. Um auch diesen Muskel in Schwung zu bringen, sollen die Gespräche in A-Ruf und B-Ruf unterteilt werden. Unwichtiges Geplauder wird demzufolge übermässig, wichtiges mässig teurer. Zu

Nur heisst er da irreführend nicht Preisaufschwung, sondern Preisanstieg oder verniedlicht Preisanhebung. Aber bedenken wir, dass ja die verschiedenen Muskeln, A- und B-Post geheissen, kräftiger werden müssen.

Da der Anteil der A-Briefe noch immer zu schwach ist, kann hier der Aufschwung nur mit mässiger Teuerung erreicht werden. Ist ja klar. Die A-Post ist weniger lang unterwegs als die



Umgehung des Postmonopols