

Zeitschrift: Pionier : Zeitschrift für die Übermittlungstruppen
Herausgeber: Eidg. Verband der Übermittlungstruppen; Vereinigung Schweiz. Feld-Telegraphen-Offiziere und -Unteroffiziere
Band: 54 (1981)
Heft: 9

Artikel: Informationstätigkeit rund um die Übermittlungstruppen
Autor: Fankhauser, Walter / Spring, Hansjörg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-561958>

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: 07.02.2026

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

Major Walter Fankhauser und Oblt Hansjörg Spring

Informationstätigkeit rund um die Übermittlungstruppen

Die Milizorganisation der Schweizer Armee führt zwangsweise zu recht losen Kontakten unter Kader und Mannschaft. Der Schweizer wird mit militärischen Fragen, der Technik und Waffenhandhabung und seiner militärischen Umgebung nur im Auszugsalter jährlich einmal konfrontiert.

Die Übermittler als stark dezentralisierte Truppe leiden unter dem fehlenden Zusammenhang besonders stark. Durch den hohen Stand der Technisierung wäre es aber bei ihnen besonders wichtig, Weiterbildung und Kameradschaft auch im Zivilleben zu pflegen. Diese Erkenntnis hat zur Gründung der beiden Verbände EVU und Ftg geführt. Die folgenden Ausführungen fassen die Informationsbemühungen der Verbände, des Bundesamtes für Übermittlungstruppen und der Stiftung zur Förderung der Übermittlungstruppen zusammen.

Ziele des PIONIER

Übermittlungstruppen und Übermittlungsdienste verfügen – wie zahlreiche andere Truppengattungen – über keinen eigenen Informationsorgane. Deshalb übernimmt heute der PIONIER eine mehrfache Aufgabe:

- Informationsvermittlung innerhalb der Verbände,
- Informationsvermittlung innerhalb der Übermittlungstruppen und
- Öffentlichkeitsarbeit.

Voraussetzungen für diese anspruchsvolle Aufgabenerfüllung bilden eine fachlich, organisatorisch und wirtschaftlich konsolidierte Fachzeitschrift. Dazu konnte man in den vergangenen Jahren markante Fortschritte verzeichnen, was nun ermöglicht, diese Aufgaben allmählich wahrzunehmen. Wohl bedingt dies für die Sektionen des EVU eine publizistische Beschränkung auf das Wesentliche; dadurch steigt aber der Nutzinhalt der Informationen und gleichzeitig wird verhindert, dass die Verbände sich mehr und mehr von ihrer Umwelt isolieren.

Der Milizcharakter zeigt sich aber auch von einer anderen Seite: Die relativ hohe Übereinstimmung bei den Übermittlungstruppen zwischen beruflicher und militärischer Ausbildung führt dazu, dass ein grosser Teil von Kader und Mannschaft in ihrer zivilen Tätigkeit ebenfalls im Bereiche der Nachrichtentechnik und Elektronik zu finden sind. Trotz scharfer Konkurrenzlage auf dem Zeitschriftenmarkt fehlen Publikationsmöglichkeiten, welche zwischen den reinen Werbemitteilungen (Leserdienste) und der Hochschul-Fachliteratur liegen. Weil der militärische und zivile Leser in der Nachrichtentechnik in der Schweiz derselbe ist, ist der PIONIER mit seinem redaktionellen Konzept mit fachtechnischen Beiträgen aus der zivilen Nachrichtentechnik auf grosses Interesse gestossen.

Vom Korrespondentenbericht zum gedruckten PIONIER

Namen wie mak, bit und pest sind – je nach Sektionszugehörigkeit des Lesers – vertraute Begriffe. Wer steckt dahinter? – Während die Mehrzahl der Korrespondenten an den Generalversammlungen durch die Sektionen gewählt wird, so gibt es andere, deren wahre Identität ein wohlgeheutes Geheimnis bleibt.

Arbeitsweise des Korrespondenten

Die Arbeitsweise jedes Korrespondenten ist recht verschieden. Es gibt Berichterstatter, wel-

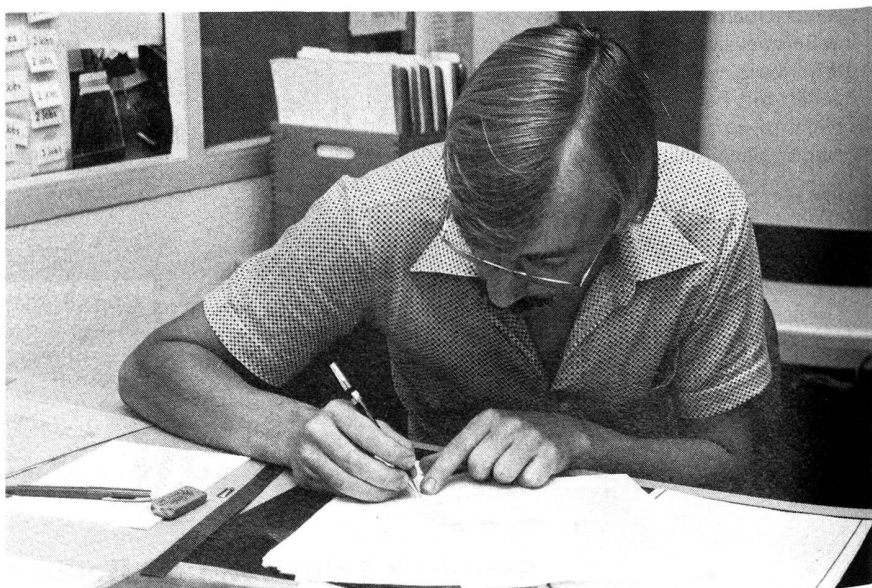
che mit Diktiergerät und Kamera an eine Übung gehen; andere wiederum merken sich mehr die Eindrücke und notieren sich wenig. Die eigentliche Arbeit setzt erst zu Hause ein: Fakten und Einzelheiten sind zu bewerten, in der Reihenfolge zu ordnen und in einen flüssigen Stil umzugliessen. Für diese Kopfarbeit gibt es viele verschiedenartige, individuelle Rezepte. Hilfe leistet der *redaktionelle Leitfaden*, welcher jedem Berichtverfasser, sei er Sektionskorrespondent oder Verfasser eines Titelartikels, zugestellt wird. Bewährt hat sich die Regel, noch am gleichen Tag eines Anlasses seine Eindrücke niederzuschreiben. Einige Tage später hat man zu den Einzelheiten Abstand gewonnen und kann den ersten Entwurf zu einem sorgfältig durchdachten Text verarbeiten.

Wettlauf mit der Zeit

Zentrale Bedeutung kommt dem Zeitfaktor zu: Will man aktuelle Beiträge veröffentlichen, so kommt man nicht um eine rechtzeitige Vorbereitung und eine speditive Verarbeitung herum. Der Weg ist nachher noch weit, bis aus der Reinschrift auf Manuskriptpapier ein gedruckter PIONIER im Briefkasten wird.

Verarbeitung der Manuskripte in der Redaktion

Am 10. des Vormonates beginnt der Countdown. Drei Regionalredaktoren für die deutsche, französische und italienische Schweiz haben in ihren Kalendern in diesen Tagen rund sechs Arbeitsstunden eingeplant, um die interessanten Texte zu redigieren.



Der Arbeitsvorbereiter versteht die Texte mit den Satzanweisungen, welche der Computer verarbeiten kann.

Bei der Redaktion in Kloten ist der Inseratetermin abgelaufen, so dass die Inseratedisposition erstellt werden kann. Titelbild, Editorial, Titelerkel und Panorama liegen bereits am 5. des Vormonates vor, so dass die Arbeit etwas verzögert werden kann.

Die eintreffenden Texte der Regionalredaktionen und des Korrespondenten der Schweiz. Vereinigung der Feldtelegraphen-Offiziere und Unteroffiziere werden in Kloten zu Rubriken zusammengefasst. Manuskriptseiten und Bilder müssen nummeriert und in ein Verzeichnis aufgenommen werden.

Die Druckerei erhält die aufbereiteten Texte und Bilder in zwei Sendungen. Durchschnittlich am 15. des Vormonates sind beide Sendungen bei der Druckerei.

Arbeit der Druckerei

Die einlaufenden Textblöcke gelangen auf das Kult des *Arbeitsvorbereiters*. Er versieht die Manuskripte mit den Satzabweisungen, welche der Computer verarbeiten kann. Darauf laufen die Texte zur Erfassung. An zehn Bildschirmterminalen arbeiten Typistinnen, welche die Texte abschreiben und in den Speicher des Rechners eingeben. Die Typistinnen erfassen die Texte endlos, d.h. ohne Zeilenden und Trennungen. Im Rechner werden mit einem automatischen Silbentrennprogramm die Texte getrennt, auf Zeilen aufgeteilt und der Zeichenbestand so verändert, dass jede Zeile gleich lang wird. Nach dieser elektronischen Verarbeitung teuert der Rechner eine der beiden elektronischen Belichtungseinheiten an.

Die elektronischen Belichtungseinheiten

sind Wunderwerke der Technik. Jedes eintreffende Zeichen wird in mikroskopisch kleine Punkte aufgeteilt. Mit einer digitalen Impulsfolie wird eine Kathodenstrahlröhre getestet, welche punktweise einen durchlaufenden lichtempfindlichen Film oder Positivpapier belichtet.

Die so erhaltenen Texte enthalten noch Fehler. Sie gehen deshalb zu den *Korrektoren*, welche die Fehler anzeichnen. Anschliessend wird der gespeicherte Text von den Magnetplatten abgerufen und auf Bildschirm korrigiert. In einem weiten Durchgang werden die korrigierten Texte nochmals gleich verarbeitet und belichtet. Diese Texte gehen nun an die Redaktion, welche sie überprüft. Beide Blöcke, d.h. die gesamte Ausgabe, ist nach rund einer Woche vollständig verarbeitet.

Der Umbruch

Zwischen sind die Bilder aufgerastert und zu Filmen verarbeitet worden; auch davon liegen Papierabzüge vor. Damit kann Seite für Seite umbrochen, d.h. Textspalten und Bilder zu den eigentlichen Druckseiten zusammengefügt werden. Mit dem Umbruch fällt auch die letzte Entscheidung, welche (bereits gesetzten) Texte tatsächlich publiziert werden.

Belichtung, Montage, Druck und Ausrüstung

Die endgültigen Texte werden auf Film belichtet. Diese gehen in die Kleinmontage. Auf Leuchtputzen werden Filme und Bilder standortgenau mit grosser Präzision zu den Seitenvor-



Die aufbereiteten Texte des PIONIER werden an Bildschirmterminalen in den Rechner eingegeben.

gen zusammengeklebt. In der anschliessenden Bogenmontage werden 4 oder 8 Seiten auf einen grossen Bogen montiert und auf eine Offsetplatte umkopiert. Nach dem Druck auf einer schnellaufenden Offsetmaschine müssen die Bogen geschnitten werden. Die Bogen werden in eine automatische Sortiermaschine eingefüllt, welche jedes einzelne Exemplar zusammenträgt, heftet, falzt und schneidet.

Versand

Pro Monat wechseln durchschnittlich 50–100 Leser ihre Adresse. In der Regel kennt die Post die neuen Adressen und sendet deshalb Meldekarten an die Redaktion. Diese Rücksendungen leitet die Redaktion dem Zentralsekretariat zu, welche sie verarbeitet und der Druckerei zustellt.

Adressverwaltung und Versand erfolgen computergesteuert

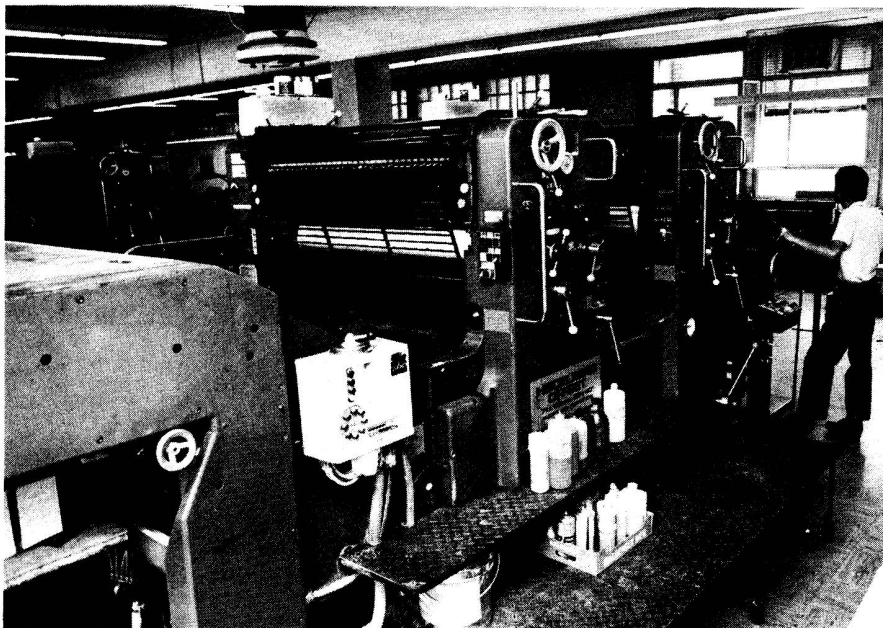
Die Mutationsmeldungen werden in den Verwaltungsrechner der Druckerei eingegeben. Dieser Rechner steuert die vollautomatische Versandstrasse, welche jedes Exemplar faltet, bandagiert und adressiert. Er gibt die Adressen nach Postleitzahlen sortiert aus, so dass am Ende der Versandstrasse im Verarbeitungstakt die Routenpakete erstellt werden können. Damit ist die Verarbeitung abgeschlossen: Pünktlich am Erscheinungstag bringt ein Lastwagen die gesamte Sendung zur Post; rund zwei Tage später finden 90% der Leser «ihren» PIONIER im Briefkasten.

Das Inseratewesen

Ohne Inserate, gäbe es keinen PIONIER. Die Mitglieder der Schweiz. Vereinigung der Feldtelegraphenoffiziere und -Unteroffiziere und des



Im «Umbruch» werden Texte und Bilder zu Druckseiten zusammengefügt. Die Papiervorlage dient später als Grundlage für die Filmmontage.



Der Druck des PIONIER erfolgt auf einer schnellaufenden Offsetdruckmaschine.

Eidgenössischen Verbandes der Übermittlungstruppen bestreiten mit ihren Kostenbeiträgen nur rund ein Drittel des gesamten Budgets. Dies ist kaum verwunderlich, wenn man den Aufwand bedenkt, welcher notwendig ist, um monatlich einen aktuellen, fehlerfreien und interessanten PIONIER zu erhalten.

Es ist heute äusserst schwierig, überhaupt Inserate zu verkaufen; unermüdliche Ausdauer, Inkaufnahme von Rückschlägen und Branchenkenntnisse sind nötig. Eine ganze Reihe von Inserenten sind der Schweizer Armee und ihren unterstützenden Verbänden wohlgesinnt. Jedes Inserat ist willkommen, weil es dem Verband hilft, sein Sprachrohr zu erhalten. Dank der Fachqualität, der Pünktlichkeit und der Zuverlässigkeit gelang es in den letzten Jahren aber auch, Inserenten für eigentliche verkaufsorientierte Anzeigen zu gewinnen. Dabei spielt weniger das Militär als Auftraggeber von Rüstungsbeschaffungen eine Rolle, als der grossgewordene Markt für Nachrichtensysteme aller Art, dessen Interessenten und Käufer der PIONIER dank seiner Trägerschaft und seinen Privatabonnenten mit äusserst geringen Streuverlusten erreicht. Die Inserate bringen aber auch für den Leser zusätzliche Informationen und grafische Abwechslung.

Informationsquellen des PIONIER

Die redaktionelle Arbeit im engeren Sinne wird heute von fünf «Mitstreitern» erbracht; dazu treten 31 Korrespondenten. Diese breite Struktur sichert die Grundlage für die redaktionelle Arbeit.

Dank der heute vollamtlichen Tätigkeit der Redaktion Klotten konnten besonders im letzten Jahr zahlreiche Kontakte zu Behörden und zivilen Unternehmungen stark vertieft werden. Über diese Kanäle fliesst bereits zwei Drittel des gesamten Informationsangebotes. Erfreulicherweise funktionieren diese Informationsquellen so gut, dass besonders im Bereich der Kurzmeldungen eine starke Auswahl getroffen werden kann, was sich positiv für den Leser

auswirkt. Leitsatz der Redaktion ist und bleibt, mit aufbereiteten Texten den Leser kurz, aber fachtechnisch so klar wie möglich zu orientieren. Diese Konzentration auf das Wesentliche stellt heute einen wichtigen Pfeiler der redaktionellen Arbeit dar.

Informationspolitik des EMD

Die Informationstätigkeit der Übermittler hat ein Teil der Bemühungen um eine *schlagkräftige Landesverteidigung* zu sein und sich nach den einschlägigen Vorschriften des EMD zu richten. Schwerpunkte und Zielsetzungen dieser Informationspolitik sind:

1. Das Verständnis der Bevölkerung für die Erfordernisse der militärischen Landesverteidigung zu fördern und so die Bande zwischen Volk und Armee zu festigen.
2. Zur Stärkung des Vertrauens in die verantwortlichen Behörden und die militärischen Führer beizutragen.
3. Durch eine rasche, stetige, zusammenhängende und möglichst vollständige Information den Pressevertretern zu ermöglichen, sich eine freie und kritische Meinung über die Belange des EMD und der Armee zu bilden.
4. Die Öffentlichkeit in die Lage zu versetzen, die technische Entwicklung auf dem Gebiete der militärischen Landesverteidigung zu verfolgen.
5. Den direkten Kontakt zwischen Vertretern der Presse und den Verantwortlichen von Armee und Verwaltung zu fördern.
6. Persönliche Erklärungen von Verantwortlichen für die Sicherheitspolitik der Schweiz zu einem zusammenhängenden Bild dieser Politik zu verbinden.
7. Die Geheimhaltung in einem vernünftigen Rahmen anzuwenden und das Verständnis der Presse und des Publikums für jene Fälle zu wecken, in denen Information nicht oder nur beschränkt möglich ist.
8. Der Presse bei spontanen Nachforschungen sowie bei Studien über die Gesamtverteidigung behilflich zu sein.

9. Besonders dort die Information zu fördern wo eine Analyse der Presse Lücken oder offensichtliche Mängel feststellen liess.

10. Der Bundeshauspresse und den Vertretern der Fachzeitschriften gewisse Vorrechte einzuräumen.

Informationskonzept des BAUEM

Allzuoft scheint es, dass die Übermittler unsere Fernmeldeeinrichtungen zur Zufriedenheit der Auftraggeber betreiben können, der interner Information aber zu wenig Beachtung schenken.

Im konkreten Fall geht es darum, ein Gefäss für allgemeine Informationen sowohl für die Truppe als auch für Instrukoren und Beamte anzubieten.

Neben einem gut ausgebauten System von Rapporten und den bundesamtlichen Dokumenten mit Befehlscharakter fehlte bisher ein Informationsmittel im Stile einer Hauszeitung, nicht nur des BAUEM, sondern der Übermittlungstruppen als Ganzem.

So ist in letzter Zeit die für ehemalige Stabsoffiziere der Übermittlungstruppen bestimmte, seit bald zehn Jahren existierende «Info Mappe» auf eine breitere Basis gestellt worden. Sie wird von der Sektion Allgemeine Dienste des BAUEM herausgegeben und erreicht zusätzlich zum bisherigen Empfängerkreis einerseits die aktiven Chefs des Übermittlungsdienstes und Kommandanten der Übermittlungstruppen, andererseits aktive und pensionierte Beamte und Instrukoren des BAUEM.

Entsprechend dem Zielpublikum wird jeweils eine Auswahl von Beiträgen aus den Rubriken

- Allgemeine Informationen
- Waffenchef
- Informationen aus dem BAUEM
- Personalzeitung BAUEM
- Aus anderen Bundesämtern
- Besondere Anlässe
- Von der Truppe – für die Truppe
- Fachtechnische Beiträge Übermittlung
- Vor- und Ausserdienstliches

zu drei – in der Regel geringfügig – verschiedenen Ausgaben in Loseblattform zusammengestellt.



INFO MAPPE

Die gelegentliche, an eine breitere Öffentlichkeit gerichtete Information erfolgt weniger durch Publikationen als durch Anlässe verschiedener Art.

- Der Waffenchef der Übermittlungstruppen betreut jeweils im Wintersemester die Vorträge im Rahmen des Kolloquiums «Krieg im Äther» an der ETH in Zürich
- Das BAUEM beteiligt sich regelmässig an den Wehrschaufen des EMD und ist an der Sonderschau der Übermittlungstruppen im Verkehrshaus der Schweiz in Luzern präsent

- «Tage der Angehörigen» oder «Tage der offenen Türe» und Brevetierungen fördern den Kontakt zwischen unseren Wehrmännern und ihren Angehörigen
- Wettkämpfe wie die SMUT oder Schiesswettkämpfe mit simultaner Resultatübermittlung über die Landesgrenzen hinaus verbinden Fachtechnisches mit Sportlichem und Publizität.

Stiftung zur Förderung der Übermittlungstruppen

Es liegt in der Natur der Sache, dass dem Bundesamt für Übermittlungstruppen kein Werbebudget für die erwähnten Anlässe zur Verfügung steht.

Dank der Initiative der Studiengruppe «Bedeutung der Übermittlungstruppen» konnte vor rund zehn Jahren die «Stiftung zur Förderung der Übermittlungstruppen der Schweizerischen Armee» ins Leben gerufen werden. Mit namhaften Beiträgen aus der Schweizer Wirtschaft und der Offizierskorps der Übermittlungstruppen wurde ein Stiftungskapital geäufnet, mit dessen Zinsen überall dort die Tätigkeit unserer Truppengattung unterstützt wird, wo keine Bundesmittel zur Verfügung stehen. Oft hat schon die Übernahme einer Risikogarantie genügt, um eine Veranstaltung zu ermöglichen.

Die Stiftung ist einmalig in ihrer Art und soll über den materiellen Aspekt hinaus ein Symbol der Zusammengehörigkeit aller Übermittler sein.

Werbemittel des EVU

Der PIONIER betreibt die *Basiswerbung* in Schulen und Ausstellungen. Die EVU-Sektionen können darauf aufbauen. Die Werbemittel sind dazu recht vielfältig. Vorab steht ein *EVU-Kleber* zur Verfügung. Dieses Signet wird auf Werbekarten wiederholt. Im Rahmen des gleichen Konzeptes soll noch dieses Jahr mindestens ein Informationsblatt erscheinen.

Für Jungmitglieder stehen *Stoffabzeichen* zur Verfügung. Für Anlässe aller Art können EVU-Ansteckschilder eingesetzt werden. Für Interessenten bestehen Beitrittserklärungen und Zentralstatuten.

Für die *Pressearbeit* sind Pressemappen und Pressebilder an Lager. Schliesslich besteht unter anderem noch eine auslaufende Serie von Jubiläums-Medaillen und Jubiläumsklebern.

Während die ganze PIONIER-Werbung durch die Redaktion gesteuert wird, sind die EVU-Werbeunterlagen beim Zentralmaterialverwalter erhältlich. Durch nur zwei Bezugsquellen ist die Handhabung der Werbung durch die Sektion recht einfach geworden.



Medaillen, Kleber, Werbekarten und Informationsblätter verwenden das einheitliche EVU-Signet.

Werbemittel sind laufend den neuen Anforderungen anzupassen. In dieser Aufgabe teilen sich Zentralpräsident, Werbechef und Redaktion. Neuerungen werden den Sektionen durch das Zentralsekretariat mitgeteilt.

Wie Fachleute den PIONIER beurteilen

Für *Karl J. Hunkeler*, Dipl.-Ing. ETH, Verkaufingenieur bei der Standard Telefon und Radio AG (ZÜRICH), ist der PIONIER eine Fachzeitschrift, welche ein interessantes Fachpublikum erschliesst. Inhalt und Grafik des PIONIER seien als gut zu beurteilen; die klare Gliederung und das Inhaltsverzeichnis würden mithelfen, sich rasch zu orientieren. Naturgemäss liege sein Interesse weniger bei den Informationen des EVU; interessant seien Artikel mit Marktübersichten, Inserate sowie Fachbeiträge anderer Fachhersteller und Kurzmeldungen aller Art. Nach seinen Ausführungen wäre es zusätzlich wünschenswert, wenn die Streuung bei den Übermittlungsdiensten (Flieger-, Flabruppen, Artillerie- und Infanterie-Übermittlung) verbessert werden könnte, da heute nur die Übermittlungstruppen erreicht werden. Gut gelungen sei der Mittelweg zwischen ausführlichen und gründlichen Beiträgen einerseits und knappen Formulierungen andererseits. Karl J. Hunkeler, welcher seinen heutigen Job durch ein Stelleninserat im PIONIER gefunden hat, meint, der günstige Kompromiss zwischen Umfang und Inhalt und die Beschränkung auf das Wesentliche zeichne den PIONIER aus. Weder Farbe noch besseres Druckpapier seien ausschlaggebend, sondern inhaltliche und grafische Qualitäten neben einer guten Verbreitung.

Roland Ganther, Sekretär der Schweizerischen Polizeitechnischen Kommission, liest den PIONIER seit über 10 Jahren. Während früher die Zeitschrift praktisch ausschliesslich auf Verbandsbedürfnisse ausgerichtet gewesen sei, habe sie in den letzten 2 Jahren den fachtechnischen Teil erfreulich ausbauen können. Obwohl Roland Ganther durch seinen Beruf bezüglich Informationen von Technik und Übermittlung an einer Art «Drehscheibe» sitzt, könne er besonders der Rubrik PANORAMA laufend neue Informationen für seine Tätigkeit entnehmen. Nicht jede Ausgabe könne auf besondere Themen von Sicherheitsbehörden eintreten; die Fachbeiträge seien aber einwandfrei zusammengefasste Informationen über die heutige Nachrichtentechnik. Diesem begrü-

senswerten Informationsfluss stellten sich aber leider vermehrt Bedenken wegen der Veröffentlichung von schützenswerten Informationen entgegen, so dass vom redaktionellen Mittelweg des PIONIER nicht abgewichen werden dürfe. Zu begrüßen wäre es, wenn der fachtechnische Teil ausgeweitet werden könnte; der Verband würde seinerseits – so Roland Ganther – durch eine breitere Personalbasis und vermehrte fachliche Anerkennung besser abgestützt.

Die Firma Kummeler und Matter AG (Zürich), welche in der Schweiz Funkgeräte und Anlagen von Sorno vertreibt, konnte im vergangenen Jahr einen Umsatzgewinn von 30% erzielen. Wie uns der Leiter der Abteilung Elektronik, *Kurt Voegelin*, Dipl.-Ing. ETH, erklärte, erwarte er auch dieses Jahr eine ähnliche Entwicklung. Die Marketinganstrengungen müssen aber laufend verstärkt werden. Das Funkgerätegeschäft teile sich heute in einen Geräte- und einen Anlagemarkt auf. In beiden Marktsegmenten bestehe ein grosses Informationsmanko des Kunden. Komplexere Technologie, kostenbewussteres Denken und verstärkte Konkurrenz verschärften diese Situation noch. Unbedingte Voraussetzung für eine gute Umsatzentwicklung eines Unternehmens im Nachrichtensektor sei es deshalb, kontinuierlich, aber gezielt in der Fachpresse zu inserieren. Die Inserate müssen aber mit redaktionellen Fachbeiträgen verbunden werden; nur diese liefern Fachinformationen der Breite und Tiefe; Inserate könnten dies niemals enthalten. Zu diesen Marketinganstrengungen kämen schliesslich die Pflege der direkten Kundenkontakte und Vorstellung neuer Produkte hinzu. All diese Bemühungen seien in einem Konzept zusammenzufassen. Wie Inserate und Publikationen im PIONIER in der Vergangenheit gezeigt hätten, entspreche diese Fachzeitschrift mit sehr geringen Streuverlusten ideal diesen Vorstellungen. ●



**Unentbehrlicher
Schiffsfunk
sorgt für
Sicherheit in
der Seefahrt**

In unserer

Abendschule für Schiffsfunker und Radioamateure

führen wir Sie in Lehrgängen bis zur Prüfung durch die PTT-Betriebe

Kursort:	Bern
Beginn:	Jährlich im September
Auskunft:	031 62 32 46
Anmeldung:	Postfach 1348 3001 Bern

