

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 109 (1983)
Heft: 48

Rubrik: Konsequenztraining

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

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



Das äussere Erscheinungsbild

Man hat schon Vergleiche gezogen zwischen dem Umfang der Dienstleistungen (und günstigen Kosten) amerikanischer privater Telefongesellschaften und dem Telefondienst der PTT. Man hat auch schon Kostenerhöhungen im Bereich der Porti mit den nicht unbedingt gleichzeitigen Verbesserungen der Leistungen verglichen – etwa die Erhöhung der Expresskosten bei gleichzeitig häufiger Verlangsamung der Zustellung. Und es hat nie gefehlt an Unkenrufen: Wären die PTT kein Monopolbetrieb, sondern der Konkurrenz privater Unternehmen ausgesetzt, dann wären die postalischen Dienstleistungen besser und für die Konsumenten günstiger. Dabei wird allerdings übersehen, dass die PTT, weil sie keine Konkurrenz haben, auf das verzichten können, was bei privaten Betrieben unumgänglich ist: teure, auf die Konsumenten abgewälzte Werbung; erhebliche Kosten für die Pflege ihres Images.

Doch nun las ich in der PTT-Zeitschrift (Nr. 5 / 1983) gar Merkwürdiges: Auch unsere Monopol-PTT gebärden sich, als ob sie sich gegenüber einer Konkurrenz zu profilieren hätten. Sie kämpfen um ihre «Corporate Identity», um ein einheitliches Erscheinungsbild – vermutlich damit ihre Dienste nicht verwechselt werden mit – ja mit wem denn?

Um welche Grössenordnungen es in diesem Kampf geht, wird daraus ersichtlich, dass die PTT schon 1927 ernsthafte Anstrengungen unternahm, um ein einheitliches Signet zu schaffen, und dass es damals nicht weniger als 10 Jahre ging, bis es soweit war. Anfang der 70er Jahre soll sich dann das Bedürfnis ergeben haben, eine klare Ordnung im Signet-Bereich zu schaffen, und

Bruno Knobel

Monopostalische Sorgen

zwar deshalb, weil sich die PTT-Betriebe zu einem *modernen Unternehmen* entwickelt hätten. Und eine derart einschneidende Veränderung habe, versteht sich, auch im äusseren Erscheinungsbild, im «Corporate Design», sichtbaren Ausdruck finden müssen. Nachdem sich die PTT-Geschäftsleitung mit dem Problem verschiedentlich befasst hatte und als 1976 ein interner Verbesserungsvorschlag den Anstoss zur Beauftragung einer Arbeitsgruppe gegeben hatte, kam es zu «umfangreichen Vorarbeiten» gemeinsam mit einem international anerkannten Schriftgestalter und Graphiker und zu Begutachtungen durch zwei bekannte Künstler, bis ein Signet vorlag, dem dann auch das Reisepost-Signet anzupassen war. 1982, also nach wiederum 10 Jahren, war es dann soweit. Und es waren nur noch «viele Schwierigkeiten zu überwinden», um auch für das Dienstkleid der PTT-Leute eine gefällige Darstellung des neuen Signets zu finden, «wobei», wie es heisst, «die Arbeitsgruppe, je mit Vertretern der Kreispostdirektionen und Perso-

nalverbände erweitert», zusammen mit einem Graphiker eine Vielzahl von Ideen prüfte. Und als es darum ging, die gewählte Lösung auf ein für Textilien geeignetes Material umzusetzen, seien rund 40 (vierzig) Firmen zum Wettbewerb eingeladen worden, und das Generaldirektorium der PTT höchstselbst habe schliesslich im Dezember 1982 jenes Signet genehmigt, das auf den 1984 zur Abgabe gelangenden Dienstkleidern («Gott sei Dank, endlich!», darf man wohl seufzen) zu sehen sein wird ...

Kurz und gut

(bzw. lang und teuer): Nachdem die PTT dank eines immensen, höchste Stellen beschäftigenden landesweiten Reifeprozesses die Phase der signetischen Unsicherheit haben abschliessen können, werden sie nun wohl bald auch ihre Corporate Identity als ein modernes Unternehmen gewonnen haben und, so bleibt zu hoffen, dazu übergehen können, nunmehr auch die *Leistungen* eines modernen Unternehmens zu erbringen.

Für Kopfschütteln («Sorgen haben die!») ist kein Anlass, denn wie – so ist zu fragen – stünden wir da, wir Postbenutzer alle, wenn unsere modernen PTT noch mit alten Signeten operieren würden? Wir würden doch alle schnurstracks zur Konkurrenz laufen!

Wer hätte nicht schon, als er eine vorschriftsmässig mit 40 Rappen (!) frankierte, an eine Adresse im Ortskreis gerichtete Postkarte in einen PTT-Briefkasten steckte, sogleich bemerkt, dass der Kasten vom neuen Signet geziert wird, und daraus abgeleitet, die PTT hätten sich zu einem doch ganz schön modernen Unternehmen entwickelt?

Die Postkunden, die wegen der von den PTT geforderten Verlegung ihrer privaten Briefkästen aus dem Haus an die Strasse fürderhin keinen persönlichen Kontakt mit Briefträgern mehr haben und deshalb keine Gelegenheit haben werden, ab 1984 das PTT-Signet auf einem Dienstkleid zu bewundern, sind eingeladen, dasselbe unten rechts aussen zu besichtigen.

PS: Anlass für diesen Hinweis auf den Grad der Modernität, den die PTT erreicht haben, ist die Ankündigung einer massiven Erhöhung der Posttaxen auf Anfang 1984. Die obenerwähnte Postkarte wird dann 50 Rappen kosten! 25% mehr als heute.



Wappensignet (auf PTT-Briefkästen)



PTT-Signet



Reisepost-Signet



PTT-Signet auf dem Dienstkleid

Makaber

Es war einmal ein Baum, mächtig anzusehen. Seine Grösse war garant, niemals einzugehen.

Er widerstand jedem Donner, jedem Blitze, spendete kühlen Schatten bei grosser Hitze.

Nun wurde er gestern überraschend gefällt, er starb in einer zu verschmutzten Welt.

Als Stamm liegt er da, kahl und karg, wir zimmern sein Holz zu unserem Sarg!

Peter Reichenbach

Konsequenztraining

Auf sein grösstes persönliches Problem angesprochen, sagte der Umweltretter Franz Weber aus Montreux: «Das Verhalten der meisten Leute, die sich einfach nicht vorstellen können, dass ich mich für die Erhaltung einer

intakten Landschaft einsetzen kann, ohne die geringsten Hintergedanken zu haben. Dies ist den Leuten kaum richtig klarzumachen. Ein Problem, das mir persönlich viel zu schaffen macht, gerade deshalb, weil ich nie die geringsten Hintergedanken habe.» Boris