

CH_VB 94.5256 vom 5. Dezember 1994

Bundesverwaltung, 1994-12-05, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/ch_vb_94.5256

FR: CH_VB 94.5256 du 5 décembre 1994

IT: CH_VB 94.5256 del 5 dicembre 1994

Erwägungen

E. 5

décembre 1994 Ich möchte mich für den Fall zwar nicht gerade entschuldigen, aber wir werden es in Zukunft besser machen. Ich werde die SBB beauftragen, diesbezüglich mehr Sorgfalt walten zu lassen. 94.5248 Frage Steinemann PTT. Millionenwerbung zu Lasten der Kunden Question Steinemann PTT. Publicité tapageuse aux frais des clients Wortlaut der Frage vom 5. Dezember 1994 Seit Wochen lassen die PTT in aufwendigen TV-Spots «unnütze Werbung» über die Sender. 10 Millionen Franken soll dies kosten. 1. Ist es nicht widersinnig, wenn zuerst die Kunden des Monopolbetriebes mit ständig steigenden Taxen und fallender Leistungsqualität vergrault werden, um sie dann mit teurer Werbung wieder zurückzuholen? 2. Wie verträgt sich diese Werbung für gute Leistung mit der Tatsache, dass ein A-Post-Brief am Freitagnachmittag aufgegeben - erst am Dienstagvormittag beim knapp 10 Kilometer entfernt wohnenden Empfänger eintrifft?

Texte de la question du 5 décembre 1994 Depuis des semaines, les PTT nous inondent de publicité inutile à grand renfort de spots télévisés. La facture s'élèverait, paraît-il, à 10 millions de francs. 1. N'est-ce pas insensé de la part d'une entreprise qui détient le monopole de commencer par rebuter les clients en augmentant sans arrêt les taxes, tout en diminuant la qualité de ses prestations, pour ensuite essayer de reconquérir ces mêmes clients par le biais d'une publicité onéreuse? 2. Ce genre de publicité qui vante les prestations des PTT est-elle encore crédible quand on sait qu'une lettre du courrier A, postée le vendredi après-midi, n'arrive que le mardi matin chez son destinataire, qui n'habite pourtant qu'à 10 kilomètres? Ogi Adolf, Bundesrat: Die PTT sind nicht mehr ein Monopolbetrieb. Sie stehen mit den meisten Dienstleistungen in starker Konkurrenz zur Privatwirtschaft. Sie nutzen deshalb auch die verschiedenen Kommunikationsinstrumente wie etwa die Fernsehwerbung, um für ihre Dienstleistungen und Produkte zu werben. Fernsehwerbung ist ein modernes und wirkungsvolles Instrument, mit dem Marketingziele und Imageziele erreicht werden können. Die Preise und Leistungsqualitäten der PTT-Dienste und der PTT-Produkte stehen im internationalen Vergleich sehr gut da Sie sind indessen auch von den Rahmenbedingungen des nationalen und internationalen Wirtschaftsumfeldes abhängig. Teuerung sowie Änderungen in Preis und Leistung von Drittfirmen beeinflussen direkt die Preisbildung und das Leistungsangebot der PTT. Der Bundesrat hat Vertrauen in die zuverlässige, pünktliche und kundenfreundliche Erbringung der vielfältigen Dienstleistungen der PTT. Doch auch die PTT, die zunehmend dem Druck der Konkurrenz ausgesetzt sind, wollen und müssen für ihre verschiedenen Dienstleistungen und Produkte werben und informieren. Die Zuverlässigkeit bei der Briefzustellung ist, im internationalen Vergleich gesehen, sehr hoch. Einzelne Verspätungen sind zwar bedauerlich, bei einer täglichen Menge von 9 Millionen Briefen - von 9 Millionen Briefen! - als Ausnahme aber durchaus verständlich. Steinemann Walter (A, SG): Herr Bundesrat, in der gestrigen «SonntagsZeitung» konnte ich wieder zwei ganzseitige PTT- respektive

Telecom-Farbinserate sehen und am letzten Freitag vor und nach der «Tagesschau» gleich drei längere und bestimmt auch teurere TV-Spots, nämlich den mit der Gondel in Venedig, denjenigen mit den Spitzenhaubenmännern mit dem Domino und auch denjenigen mit der aussagekräftigen Werbung, dass die Post Pakete bringt. Ist der Bundesrat wirklich bereit, diese geldverschwendende Millionenwerbung mitzuverantworten, während gleichzeitig mit dem Leistungsabbau das Telefonieren zwischen 4 und 6,5 Prozent teurer wird und die Taxen für Briefe und Pakete im nächsten Jahr ebenfalls 10 Prozent höher werden? Wie stellt sich der Bundesrat zur PTT-fremden, ganzseitigen mehrfarbigen Werbung zugunsten einer einseitig orientierten Landwirtschaft? Ogi Adolf, Bundesrat: Erstens stelle ich fest, dass die Inserate auch Herrn Steinemann nicht entgangen sind. Das ist schon ein gutes Zeichen. Zweitens zeigt es, dass die Inserate beachtet werden, wenn er sie schon sieht. Drittens würde ich meinen, dass die PTT, die eben heute nicht mehr im Monopol stehen, auch dynamisch werden müssen, um zu verhindern, dass die Paketpost von der Konkurrenz übernommen wird. Deshalb wird ein neues Konzept erarbeitet und dann auch eingeführt. Man kann hier nicht von geldverschwendenden Ausgaben sprechen. Das möchte ich doch festhalten, nachdem im Fernmeldegesetz geregelt ist, dass die PTT auch die Konkurrenz beachten und im Konkurrenzwettbewerb bestehen müssen. In bezug auf die Inserate zugunsten der Landwirtschaft kann ich hier und heute keine Auskunft geben. Ich werde Ihnen eine schriftliche Antwort erteilen. 94.5249 Frage Steinemann SBB und Pendolino Question Steinemann CFF et Pendolino Wortlaut der Frage vom 5. Dezember 1994 Jahrelang haben sich die Bundesbahnen aufgrund falscher Gutachten und Entscheide der damaligen SBB-Gewaltigen gegen die Neigezüge gewehrt.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.