

SERVICE PUBLIC



Peter Salvisberg

Bewegt euch!

Bern ist die fünftgrösste Stadt und Hauptstadt der Schweiz. Der Bärenplatz ist ihr Zentrum. Am Bärenplatz 8 gibts eine Filiale der Post – vis-à-vis dem Bundeshaus, wo schweizerische Politik gemacht wird. Ich will vor einem Treffen mit einem Parlamentarier morgens um halb neun noch rasch ein Paket aufgeben. Halb neun ist auch in Bern nicht gerade in aller Herrgottsfrühe – aber beim Gelben Riesen ist die Sonne um diese Zeit noch nicht aufgegangen. Ich stehe vor verschlossenen Türen. Die Schalter öffnen erst um punkt neun Uhr.

Was mache ich nun? Darf ich mit einem Paket unter dem Arm ins Bundeshaus? Muss ich es bei der Personenüberprüfung beim Einlass auspacken? Zum Vorschein käme ein DAB-Radio der ersten Stunde. Darauf war ich als ehemaliger Radiomann beim Kauf mächtig stolz. Heute, keine fünf Jahre später, ärgere ich mich. Seit das Schweizer Radio von DAB auf DAB+ umgestellt hat, funktioniert mein schwarz lackiertes, überteuertes Luxusmodell in der Schweiz nicht mehr. Statt es zu entsorgen, möchte ich es einem Freund nach England schicken. Er sammelt Radio-Oldtimer.

Ob so eine viereckige Kiste beim Scanner des Bundeshaus-Sicherheitsdienstes auf Widerstand stossen und gar als potenziell getarnte Bombe für Aufregung sorgen würde? Ich versuche es lieber nicht und entscheide mich, zum Bahnhof zurückzueilen. Man findet in der hintersten Ecke des Bahnhofs die Schliessfächer. Ich zahle sieben Franken und deponiere das Paket.

Beim anschliessenden Spurt ins Bundeshaus kommt mir der Werbeslogan der Post in den Sinn: «Gelb bewegt!» Genau, das wäre vielleicht auch ein Hinweis für die Post-Manager: Bewegt euch und lasst eure Blicke schweifen. Schaut mal auf den Bärenplatz zum Wochenmarkt hinüber – ihr, die ihr ständig von Marktnähe redet. Dort herrscht an den Ständen schon lange vor neun Uhr Betrieb. Das ist echter Service public.



Hamburger-Wer

Die SBB wollen mit den neuen Anzeigetafeln

Die SBB benutzen ihre neuen Anzeigetafeln in 14 Bahnhöfen lieber für Werbung als für Informationen. Die neuen Bildschirme sind für Passanten zudem schlechter lesbar.

An einem Novembermorgen im Bahnhof Aarau: Auf der grossen Fahrplan-Anzeigetafel geht Daniel Craig alias James Bond auf Ganovenjagd. Der Trailer zum neusten Bond-Film soll die Pendler

ins Kino locken. Danach flimmert der Hamburger einer Fastfoodkette über die Leinwand, gefolgt von einem Krankenkassen-Spot.

Jonas Franzen (Name geändert) aus Suhr AG

möchte allerdings lieber wissen, wann sein Zug nach Zürich fährt. Nur: Das wird er auf der Vorderseite der Anzeigetafel nicht erfahren. Neuerdings ist sie nämlich für Werbung reserviert. Um Informationen zum Fahrplan zu bekommen, muss Franzen die Rückseite der Tafel konsultieren.

Er hat sich deshalb bei den SBB beschwert. Die



Heide Keller, Zug

«Ich kann die Schrift schlechter lesen, sie scheint mir kleiner als vorher. Die Werbung braucht es nicht»



Martin Hüberli, Zürich

«Ich habe das Gefühl, dass man die Schrift besser lesen kann, sie ist kontrastreicher. Man sollte aber auf Werbung verzichten»



Valentina Pusterla, Mendrisio TI

«Ich finde die Schrift schlechter. Statt der Werbung würden die SBB besser die Ankunftspläne anzeigen»



Zürich HB, neue Anzeige: Schlecht lesbar und mit Werbetafel

Werbung statt mehr Information

in ihren Bahnhöfen möglichst viel verdienen – für die Passagiere sind diese ein Ärgernis

überraschend freimütige Antwort des Kundendienstes: «Für die Reisenden hängt der Generalanzeiger im Prinzip schlechter.» Allerdings sei diese Anordnung bei Betriebsstörungen sinnvoll, weil dann auf der Werbeseite Informationen zu den Störungen angezeigt würden.

Zudem verlange die Politik von den SBB, «unternehmerisch zu han-

deln und entsprechende Massnahmen umzusetzen». «Die Bahnhöfe der SBB bieten ein ideales Umfeld für Werbung. Das nicht auszunutzen, wäre dumm», schreibt der SBB-Mitarbeiter unverblümt weiter. Nicht ohne darauf hinzuweisen, dass «der Service public nicht vernachlässigt» werden solle: «Die Kunden sind an erster Stelle.»

neuen Anzeigen schlechter lesen. Dies zeigt eine Umfrage des K-Tipp bei Passanten im Zürcher Hauptbahnhof (siehe links).

Werbespots statt Fahrplan-Infos

Die neuen LED-Anzeiger haben eines gemeinsam: Sie zeigen eine Menge Werbung. In den Bahnhöfen Zürich und Luzern zum Beispiel ist die Tafel nach dem Ersatz zwar breiter geworden – doch den zusätzlichen Platz nutzen die SBB statt für Informationen zum Fahrplan lieber für bezahlte Werbespots. Das schenkt ganz offensichtlich ein: Gemäss der Werbefirma APG, die die Reklameflächen für die SBB vermarktet, kostet ein 10-Sekunden-Spot an 14 Schweizer Bahnhöfen für eine Woche im nächsten Jahr netto knapp 85 000 Franken.

Markus Fehlmann

Umfrage: «Schrift ist schlechter»

Der Generalanzeiger im Bahnhof Aarau ist neu. Auch in 13 weiteren grossen Bahnhöfen haben die SBB dieses Jahr die mechanischen Falblattanzeiger durch LED-Modelle ersetzt.

Für viele Passagiere sind die digitalen Tafeln ein Ärgernis. Obwohl die SBB angeben, die Schriftgrösse sei um ein Drittel grösser geworden, können viele die

SBB-Gutscheine sind schon bald nicht mehr gültig

Viele Halbtax-Kunden warten noch immer auf den zugesicherten Reisebon. Er verfällt bereits Ende Jahr.



Eigentlich hätten Halbtax-Besitzer schon vor Wochen einen 10-Franken-Gutschein der SBB erhalten sollen. Grund: Fernverkehrspassagiere zahlen zu hohe Preise. Preisüberwacher Stefan Meierhans hat sich deshalb diesen Sommer mit den SBB auf diese Gutscheine als Wiedergutmachung geeinigt.

Von Seiten der SBB hiess es ursprünglich, die Gutscheine würden bis Mitte September verschickt sein. Doch

offenbar hapert es mit dem Versand. Beim K-Tipp meldeten sich mehrere Halbtax-Besitzer, die den Gutschein Anfang November noch nicht bekommen hatten.

Störend ist auch: Die Gutscheine sind nur bis Ende Jahr gültig. Auf Anfrage schreiben die SBB dem K-Tipp: «Wer den Gutschein wider Erwarten nicht erhalten hat, kann sich direkt beim Kundendienst melden und erhält diesen Gutschein in der Folge ohne weiteres.»



Martin Altwegg, Wetzikon ZH

«Aus der Distanz habe ich mehr Mühe als vorher. Die Werbung stört mich nicht, ich beachte sie nicht»