

Persönlich

Die Gebührenzampanos der Schweizer Post

Man erinnert sich: Im März dieses Jahres brüstete sich die Schweizer Post damit, die Preise für den Briefversand um insgesamt rund 200 Mio. Franken pro Jahr zu senken. Dies nicht zuletzt zum Vorteil der vielen KMUs. Die Post – der grosse Wohltäter. Wer da nicht stutzig wird. Was die Post nicht kommunizierte war, dass diese Preissenkungen nicht aus eigenem Antrieb erfolgten, sondern aufgrund einer Intervention des Preisüberwachers, dem an dieser Stelle ein Kränzchen gewunden werden darf.

Briefpreissenkungen: eine Mogelpackung?

Der PR-Kampagne folgte eine (ebenfalls von uns Steuer- und Gebührenzahlern finanzierte) Werbekampagne Anfang Juli. Darin wurde suggeriert, die Post senke die Preise um bis zu 20%. Was die Post aber nicht kommunizierte, war eine Preiserhöhung durch die Hintertür: Bis zum 30.6.2009 erhielten KMUs für den Massenversand von Briefsendungen ab einem Umsatz von 25'000 Franken pro Monat einen Rabatt von 7%. Im Zug der «Preissenkungen» wurde dieser automatische Umsatzrabatt per 1.7.2009 aufgehoben. Ersetzt wurde der Umsatzrabatt durch einen sogenannten «Vertragsrabatts» von 4%. Unter dem Strich bleibt somit eine Preiserhöhung um 3%. Sind die vielbejubelten Preissenkungen am Ende eine Mogelpackung?

Vom massiv verschlechterten Service der Post seit Anfang 2009 (überlange Zustellzeiten, verschollene Sendungen usw.) und der Unmöglichkeit, mit der eigenen Poststelle zu telefonieren (es gibt nur noch ein zentrales Call Center) wollen wir gar nicht erst reden.

Seid umschlungen, Subventionen!

Hätten Sie's gewusst? Wir leisten uns eine «Eidg. Designkommission», vom Bundesrat gewählt, von uns Steuerzahlern berappt. Dieses Jahr erhielt eine «Designerin» von Slips und Strings (Unterwäsche im engsten Sinn) ein Preisgeld von 70'000 Franken. Jean-Frédéric Jauslin, Direktor im Bundesamt für Kultur, unter dessen Ägide die Veranstaltung läuft, findet das richtig, wichtig und witzig. Ist ja nicht sein Geld.

Ospel der Letzte

Noch nie hat ein Editorial so viele (und ausschliesslich positive) Reaktionen ausgelöst, wie dasjenige in der letzten Ausgabe, in dem wir uns negativ über den ehemaligen UBS-Chef äusserten. Die Verachtung, die diesem Herrn entgegenschlägt, ist praktisch flächendeckend. Kein Wunder, dass sich der «Terminator der UBS» nirgends mehr zeigen kann, ohne von allen Seiten angefeindet zu werden.

N. Bernhard

Dr. N. Bernhard, Herausgeber



First things first

The wonderful life of a taxpayer

Isn't it wonderful to be a taxpayer?
Giving our money to complete strangers, trusting them to do the right thing with all that cash.
Isn't it wonderful to know that not a penny is wasted on anything stupid or ludicrous? Isn't it wonderful to know that those bureaucrats spend our money wisely, always having our best interest in mind?

That's why we can be so grateful to our "Ministry of Culture" and the "Federal Design Commission" – yes, they really exist, both of them. For some good reason (incomprehensible perhaps to the culturally illiterate) they just awarded 70,000 francs of our taxpayers' money to a designer of ladies' underwear.

Isn't it wonderful to see that at least bureaucrats and designers haven't been hit by the recession yet?