

Die Post gehorcht dem Markt

Autor(en): **Raschle, Iwan**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **119 (1993)**

Heft 28

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-612441>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Bild: Mike Godfriedson

Umstrittene Werbung der PTT

Die Post gehorcht dem Markt

Die Post bringt's. Zuerst überbringen Engel Lievesbriefe, dann ist es ein Aufgebot zum Militärdienst, eine alte Frau bekommt eine Geburtstagstorte, und nun überbringen die PTT auch noch lebende Ferienkataloge. Und treten damit in ein riesiges Fettnäpfchen. Die Werbung des gelben Riesen kommt nicht aus den Schlagzeilen, und selbst Bundesrat Adolf Ogi hat es mittlerweile satt, die Post immer wieder verteidigen zu müssen: Auf eine parlamentarische Anfrage zu der sexistischen Werbung der PTT reagierte er ungewohnt mürrisch.

Die Kritik an der sexistisch-rassistischen Werbung des Monopolbetriebs prallt an PTT-Pressesprecherin Elisabeth Weyermann ab: Das umstrittene Plakat sei Bestandteil einer emotional-provokativen Marketingstrategie und im übrigen nicht von einem Mann, sondern

von einer Frau gestaltet worden – also kein Produkt irgendwelcher Marketing-Machos. Nach den öffentlichen Protesten werde es nun zurückgezogen, weil die Reaktionen verständlich, aber nicht erwartet worden seien. Unverständlich ist den PTT-Verantwortlichen laut Elisabeth Weyermann allerdings, «weshalb niemand gegen die Werbung mit der älteren Frau protestiert hat», denn auch die sei schliesslich diskriminierend.

Ist die PTT-Werbung überhaupt sexistisch – insbesondere

die Kampagnen für das gelbe Konto? Weyermann winkt ab: «Im Zahlungsverkehr treten die PTT nicht als Monopolbetrieb, sondern als Privatunternehmen auf.» In diesem Bereich habe die Öffentlichkeit kein Mitspracherecht, die Werbung gehe also «niemanden etwas an». Gerade der Zahlungsverkehr gehorche, so Elisabeth Weyermann, «den Gesetzen des Marktes». Das leuchtet angesichts der grossen Konkurrenz ein: Die Post muss, Staatsbetrieb hin, Sexismus her, besonders hartnäckig sein und

um ihre Anteile am freien oder eben am Freier-Markt kämpfen.

Iwan Raschle

Reklame

Warum

erklären Sie nicht einmal der Handelshochschule St.Gallen, dass der Gewinn in meinem Albergo grösser ist als jener der Eidgenossenschaft?

Paul Gmür
Albergo Brè Paese
6979 Brè s. Lugano
Tel. 091/51 47 61

