

Bern, 15. April 2016

Komitee Volksinitiative «Pro Service Public»

Peter Salvisberg, Mitglied des Initiativkomitees, Mitglied der Geschäftsleitung Konsumenteninfo AG

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Warum lancieren ausgerechnet Journalisten eine Volksinitiative? Wir haben rund 2, 5 Millionen Leserinnen und Leser. Bei den Konsumentenzeitschriften hat man Gratis-Rechtsberatung, Konsumerberatung... unsere Juristinnen und Redaktoren haben pro Jahr etwa 100'000 Kundenkontakte – wir wissen also, wo bei den Konsumenten der Schuh drückt.

Unser Kerngeschäft ist die Publizistik und nicht die Politik. Wenn wir aber den Eindruck haben, die Politik versage, die Interessen der Konsumenten würden unter den Tisch gewischt, dann reagieren wir.

Das war 2009 der Fall, als wir als erste das Referendum ergriffen, als es um die Senkung des Umwandlungssatzes, Stichwort Rentenklau ging – das Volk gab uns an den Urne sehr deutlich recht. Die Banken und Versicherungen schäumten und schäumen immer noch.

Ab und zu führen wir auch Musterprozesse, natürlich inkognito, damit die Gerichte nicht beeinflusst sind. So gelang es uns, bei den Retrozessionen der Banken vor Bundesgericht zu gewinnen. Das hat Hunderte von Millionen Franken zurückgebracht. Geld, das den Anlegern gehörte und nicht den Banken. Da schäumen sie noch immer. Es war übrigens nicht ein armer Schlucker, für den wir uns exemplarisch bis vor Bundesgericht gewehrt haben. Unsere Leser kommen aus allen Schichten.

Viele Reklamationen zu Post und SBB

Ich habe Ihnen von den Rechtsberatungen erzählt. Vor rund 5-6 Jahren war da als Problemkind nicht mehr die Cablecom auf dem Podest, sondern Post und SBB stürmten an die Spitze.

Generell kann man sagen: Bemängelt wurde der stetige Abbau der Dienstleistungen der Post, jede zweite Poststelle in der Schweiz wurde in den letzten 15 Jahren geschlossen. Briefkästen weg, Schalterzeiten schlechter, Bahnhöfe zu, die Tickets schlugen weit über der Teuerung auf, Stehplätze, Verbindungen schlechter. Sie erleben das ja als Kundinnen und Kunden selber.

Es gibt viele Beispiele des Serviceabbaus oder des Kulturwandels, hin zum schamlosen Business, oft auch kleine, aber sehr aufschlussreiche.

1 Beispiel der Post : Nachsand nach Adresswechsel

Wenn Sie zügeln und sich die Post nachschicken lassen, kostete das für ein Jahr im Jahr 2000 noch 10 Franken. Heute kostet es 30 Franken (online), am Schalter 42 Franken...und 60 Franken müssen Sie bezahlen, falls Sie wünschen, dass Ihre Adresse nicht verkauft wird. Also: von 10 Franken auf 60 Franken. Die Inflation in den letzten betrug 7 %.

1 Beispiel der Bahn: Retourbillet Bern - Zürich

Für ein Retourbillet 2. Klasse von Bern nach Zürich verlangen die SBB zurzeit 100 Franken – über 100 Prozent mehr als 1990.

Unsere Leser forderten uns auf: Macht endlich etwas! Die Politik schaut ja nur zu, der Service geht runter, die Preise rauf! Uns dem Volk, gehören diese Betriebe, nun gebt mal Gegensteuer!

Politik ohne Vorgaben zum Geschäftsgebaren

Tatsächlich hat es die Politik verpasst, bei der Umwandlung der ehemaligen Regiebetriebe in AG's diesen Betrieben Vorgaben zum Geschäftsgebaren zu machen. Geht man etwas in die Dokumente auch des Bundesrats, stellt man fest: immer mehr wird von Gewinn gesprochen, immer weniger von Service.

Die Unternehmen liefern heute Milliarden Gewinne ab, zu Lasten eines guten Services. Im Vordergrund steht nicht mehr das Gemeinwohl, der Dienst an der Bevölkerung, der gute Service – sondern der Gewinn. Und das passt den Managern dieser Betriebe, so können sie satte Boni abholen.

Warum keine Parteien dabei?

Es mag sie als politische Journalisten erstaunen, dass wir keine Parteien, Verbände, Organisationen an Bord haben.

Unsere Zeitschriften sind nicht links, nicht rechts, unsere Zeitschriften sind kritisch und zwar auf beide Seiten. Das wird uns jetzt natürlich von der Politik und auch von Journalisten vorgehalten: „Das kann ja nichts sein, ist ja historisch, 0 Stimmen im Parlament“.

Wir sagen – wir haben das alleine durchgezogen, weil es eben eine VOLKSINITIATIVE ist. Es ist nicht eine Parteieninitiative, sondern völlig unabhängig von diesem Parteifilz. Unabhängig, wie wir eben auch Journalismus machen.

Frau Bundesrätin Leuthard sagt, der Service Public in der Schweiz sei wunderbar, weltweit Spitze. Wir sagen: JA! Tragen wir diesem Service Sorge. Wir wollen einen starken Service, eine gute Bahn, eine gute Post, gute Telekom und das landesweit! Wir orientieren uns nicht an den schlechteren Beispielen anderer Länder. Wir wollen die Besten bleiben, sogar besser werden – wir wollen nicht zerstören, wie die Gegner sagen, sondern verbessern.

Und sicher nicht die Grundversorgung verschlechtern, was gegenwärtig passiert.

Diese Initiative stärkt den Service Public und zwar vor allem auch auf dem Land. Gerade ländliche Gebiete sind etwa vom Kahlschlag besonders betroffen oder man baut nicht aus. Beispiel Glasfaser.

Bleibt das Geld, das bisher in die Bundeskasse abgeliefert wurde in den Betrieben, werden diese Betriebe gestärkt und es wird sogar mehr investiert als bisher. Es ist schlicht eine Mär, nein, es ist eine Lüge, wenn die Gegner sagen, die Initiative führe zu einem Serviceabbau.

Die Politiker bekämpfen die Initiative auf allen Kanälen, das müsste Journalisten stutzig machen. Einheitsbrei ist immer verdächtig. Die Politik ist eben mit diesen Betrieben extrem verbandelt. Da gibt's gute Jobs zu vergeben, da fließt viel Sponsoringgeld, da gibt's Aufträge...und da gibt's als Parlamentarier ja auch noch ein GA, 1. Klasse. Kein Wunder, stören die Preiserhöhungen bei den SBB niemanden, hier im Bundeshaus.

„Service vor Profit“ ist doch für Firmen, die uns allen gehören, Ihnen, mir, der Schweizer Bevölkerung, ein richtiges Ziel.