

**Freizeit-
Tipp:**

Gratis ins
Omega-Museum
S. 06

60 Jahre

Konsumentenforum kf

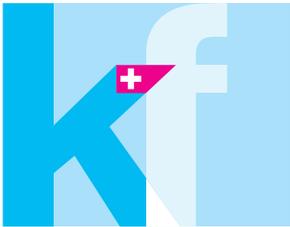
**Fiese Masche mit
Ticketverkäufen**

Ticket Corner und Knie wehren sich **S. 20**

**Lückenhafter Onlinehandel
mit Lebensmitteln**

Bei 78% waren die Angaben mangelhaft **S. 10**

Vorstand



SCHWEIZERISCHES
KONSUMENTENFORUM kf



Blanca Ramer
Energie & Mobilität



Muriel Brinkrolf
Gesundheitswesen & Digitalisierung



Delia Scullo
Sozialpolitik



Babette Sigg, Präsidentin
Konsumentenrechte



Liliane Legrand
Gesundheitswesen



Susanne Staub
Landwirtschaft



Carmela Crippa
Umwelt & Recycling

Fachbeirat

Heinz Beer, Nachhaltigkeit

Beat Blumer, Hotellerie, Gastronomie

Gregor Dürrenberger, Strom, Mobilfunk

Felix Frey, Energie

Ursula Gross, Recht

Ivo Gut, Mehrwertsteuer

Lahor Jakrlin, Medien, Werbung

Margrit Kessler, Gesundheitswesen

Urs Klemm, Lebensmittel

Tanja Kocher, Kommunikation

Marc Müller, Versicherungen

Blanca Ramer, Energie, Mobilität

Petra Rohner, e-Commerce, Direktverkauf

Pascal Rudin, Kinder- und Jugendrecht

Politischer Beirat

Doris Fiala

Nationalrätin FDP, Kt. Zürich

Monika Rügger

Nationalrätin SVP, Kt. Obwalden

Ombuds- stellen

Rolf Büttiker, Fleisch

Andrea Hagmann, Textilpflege

Noëmi Schöni, E-Commerce

Matthias Haari, Tankstelle GAV

Geschäfts- stelle

Carl-Philipp Frank, Marketingmitarbeiter

Matthias Haari, Leitung Rechtsberatung

Dominique Roten, Leitung Kommunikation

Babette Sigg, geschäftsführende Präsidentin

Barbara Streit, Leitung Administration

Christina Uebelhart, Administration

Florence Zuber, Rechtsberaterin

Felix Schneuwly, Krankenkassen

Beda Stadler, Gesundheitswesen

Peter Sutterlüti, Post, Service Public

Ursula Trüeb, Lebensmittelsicherheit

Gabriela Winkler, Energie

Paul Zwiker, Codex Alimentarius

Kf-News
Seite 04

Omega-Museum
Seite 06

Lückenhafter Onlinehandel
Seite 10

Salz im Brot
Seite 12

Heiratsstrafe
Seite 15

Erbsen sind keine Hühner
Seite 16

Erfolgreich Abnehmen
Seite 18

Fiese Masche mit Ticketverkäufen
Seite 20

Interview Urs Wyss
Seite 22

Circus Knie vs viagogo
Seite 23

60 Jahre Konsumentenforum
Seite 24

Konsumhelden
Seite 26

Sammelklagen
Seite 28

10 Tipps, damit Ihre Spende ankommt
Seite 30

Altersvorsorge
Seite 32

Courtagen in der 2. Säule
Seite 34

Medienpaket
Seite 36

AGB-Check-Tool
Seite 38

Babettes Schlusswort
Seite 39

Wie die Lemminge?

Die Pandemie ist ein Paradoxon: Der Mensch als (zumeist) soziales Tierchen sucht die Nähe von anderen Menschen. Nun ist ihm aber der soziale Kontakt während der Pandemie teilweise verboten und man könnte nun meinen, dass er die seltenen Momente, in denen er mit Menschen in Kontakt treten kann, umso mehr geniessen müsste. Doch weit gefehlt! Die Pandemie hat dazu beigetragen, dass wir uns noch gereizter als sonst begegnen. Die Maske schützt uns zweifellos, sie erinnert uns aber auch daran, dass menschlicher Kontakt im schlimmsten Fall tödlich sein kann. Die Folge: Stressanstieg in der Bevölkerung, gefolgt von Depressionen und geschulterten Kuhglocken.

Vielleicht sind wir stresstechnisch mit dem gemeinen Berglemming (lat. Lemmus lemmus) näher verwandt als wir bisher dachten. Alle 32 bis 36 Jahre ereignet sich in der Lemminggesellschaft ein so genannter Lemmingausbruch. In Folge von Platz- und Nahrungsmangel werden die Tiere aggressiv und beginnen, sich gegenseitig zu beißen und zu verletzen. Dieses Verhalten geht dem Aufbruch zu einer grösseren Massenwanderung voraus, bei der die Berglemminge die Höhenzüge verlassen und gemeinsam talwärts ziehen. Ein angeborener Instinkt zwingt die kleinen Nager, auf der Suche nach neuen Territorien immer geradeaus zu laufen. Da viele von den Lemmingen unterwegs sterben, reguliert sich die Überbevölkerung ganz von selbst. Bedeutet das im Rückschluss für unsere Gesellschaft, dass die nächste Welle keine Covidsondern eine Auswanderungswelle sein wird?

Zugegeben, das war jetzt nicht besonders hilfreich...aber ulkig. Denn Humor kann uns wieder auf die Beine helfen, sogar dann, wenn die Situation unverändert schlecht bleibt. Wenn Sie sich das nächste Mal schlecht fühlen, schauen Sie sich im Spiegel an und lachen Sie. Das Problem wird zwar nicht gelöst, aber dieser groteske Widerspruch zwischen geistigem Innenleben und Mimik löst ein bisschen die Verspannungen auf. Was wiederum bedeutet: Körper kann Geist beeinflussen – und umgekehrt.

Noch was zur Ehrrettung der Lemminge: Der angebliche kollektive Selbstmord von Lemmingen ist eine Legende. Sie wurde durch den 1958 von der Walt Disney Company produzierten Tierfilm «Weisse Wildnis» begründet, in dem spektakuläre Bilder von Lemmingen gezeigt werden, die sich einen Abhang hinunterstürzen. Bei den Dreharbeiten kamen jedoch Hunde zum Einsatz, die die Lemminge zum Abgrund getrieben haben ...

Dominique Roten
Konsumentenforum

kf-Vorstand bei Fondation Beyeler



Im Oktober haben die kf-Vorstandsmitglieder Susanne Staub, Babette Sigg und Liliane Legrand (Foto von links nach rechts) die Fondation Beyeler anlässlich eines Stakeholder-Anlasses besucht. Die Fondation widmet Francisco de Goya bis am 23. Januar 2022 eine der bisher bedeutendsten Ausstellungen ausserhalb Spaniens. Goya gilt als Wegbereiter der modernen Kunst. Die Ausstellung entstand in Zusammenarbeit mit dem Museo Nacional del Prado in Madrid.

www.fondationbeyeler.ch/startseite



Unsere Rose d'or für ...

Wer hat nicht schon versucht, telefonisch ein Amt zu erreichen? Manchmal fast ein Ding der Unmöglichkeit: «Bleiben Sie bitte am Apparat...». Aber manchmal geht's fix, und man kann sein Anliegen, seine Wünsche, seine Fragen unerwartet schnell deponieren. Doch manchmal geht es erst dann richtig los; vor allem, wenn sich der Sachverhalt als nicht ganz einfach erweist.

Da ist von Seiten der Kunden an den Kundendienst nicht nur Sachverstand, sondern auch die Fähigkeit, komplexe Zusammenhänge pragmatisch und verständlich zu erklären, gefragt. Wenn sich dies auch noch mit Geduld und sogar mit einer Prise Humor



paart, umso erfreulicher! Mit einem kürzlich erfolgten Kontakt mit dem Kundendienst der SVA Zürich konnte ebendies aufs Erfreulichste erlebt werden. Die Quellensteuer, ein nicht ganz einfaches Thema, wurde vom Kundendienst der SVA klar, einfach und verständlich erklärt. Somit geht unsere Rose d'or an:

Andrée Oberson

Kundendienst der SVA Zürich

Herzliche Gratulation, Frau Oberson!

Babette Sigg

Konsumentenforum

Anzeige

**Aus Erfahrung
stark in
Kommunikation.**

rubmedia 

60 Jahre Schweizerisches Konsumentenforum kf

Das Schweizerische Konsumentenforum ist eine seit 1961 bestehende Organisation, die einerseits Konsumentinnen und Konsumenten im Zusammenhang mit Kaufentscheidungen informiert und andererseits deren Interessen in Politik und Wirtschaft vertritt. Es entsendet seine Mitglieder in Kommissionen und Arbeitsgruppen und fördert so auf verschiedenen Ebenen den Konsumentenschutz.

Bei der Gründung am 1. Dezember 1961 in Zürich lautete der Name der Organisation «Konsumentinnenforum der deutschen Schweiz und des Kantons Tessin». In der Westschweiz war bereits 1959 die Fédération romande des consommatrices gegründet worden, die für die Deutschweizer und Tessiner Kolleginnen eine Vorbildfunktion hatte. Obwohl die beiden Organisationen regelmässig zusammenarbeiteten, kam es nie zu einer Fusion. Die Umbenennung der Deutschschweizer und Tessiner Organisation in «Schweizerisches Konsumentenforum» erfolgte 1998 in der Absicht, breitere Kreise anzusprechen. Die Gründerinnen wählten 1961 die weibliche Form, weil das Forum aus der Frauenbewegung heraus entstand und damals das Einkaufen, das Verwalten des Haushaltsgelds sowie die Produkteverwertung als weibliche Aufgaben betrachtet wurden. Den entscheidenden Anstoss zur Gründung hatte der Dachverband «Bund Schweizer Frauenvereine» gegeben. Schliesslich zählten zwei weitere grosse Frauen-Dachverbände, der Evangelische Frauenbund der Schweiz und der Schweizerische Katholische Frauenbund, sowie neun schweizweit tätige Frauenvereine und dreizehn regionale Frauenzentralen zu den Gründungsmitgliedern. Zu den Kollektivmitgliedern kamen bald auch einige gemischtgeschlechtliche Organisationen hinzu, sie blieben jedoch noch jahrzehntelang in der Unterzahl. Das kf versteht sich als politisch und konfessionell unabhängig.

Der organisatorische Zusammenschluss von Frauen über die Konsumthematik stand in den ersten Jahren des Forums in einem engen Zusammenhang mit der Frauenbewegung, die nach der 1959 abgelehnten Vorlage über das Frauenstimm- und Wahlrecht einen Aufschwung erlebte.

Frauenorganisationen erhielten Zulauf und forderten nicht mehr nur die gleichen politischen Rechte, sondern generell mehr Möglichkeiten der Mitwirkung in allen Bereichen von Politik, Gesellschaft und Wirtschaft.

Zudem änderte sich das Konsumverhalten: Das sich ständig erweiternde Warenangebot der Nachkriegskonjunktur zwang die Menschen zu immer mehr Konsumentscheidungen, was ihnen die zusehends professionelleren Werbebotschaften eher erschwerten als erleichterten. Umso grösser war das Bedürfnis nach objektiven Informationen und Entscheidungshilfen, wie sie das Forum bot.

Zu den ersten Tätigkeiten des Konsumentinnenforums gehörten Produktetests, beispielsweise von Ölen und Fetten oder Waschmitteln. Unter dem Präsidium der Sozialdemokratin Emilie Lieberherr baute es ab 1965 ein professionelles Testwesen auf. Ab 1969 gab der Verein die inseraten- und werbefreie Konsumentenzeitschrift «prüf mit» heraus, in der die Testresultate veröffentlicht wurden. Die Abonnemente für «prüf mit» wurden für das Forum zu einer wichtigen Einnahmequelle, doch in den 1990er Jahren erlitt es massive Einbussen infolge der jetzt übermächtigen Konkurrenz durch kommerzielle Konsumzeitschriften. Deshalb entschloss sich das Forum unter der Leitung Margrit Krügers, eines Mitglieds des Landesrings der Unabhängigen (LdU), schliesslich dazu, das Erscheinen von «prüf mit» im Herbst 1997 einzustellen.

Der zweite Tätigkeitsschwerpunkt des Forums bildete von Anfang an die Interessenvertretung der Konsumentinnen und Konsumenten in Vernehmlassungsprozessen und in thematischen Arbeitsgruppen verschiedener Wirtschaftspartner. In diesem Bereich war die Annahme der sogenannten Preisüberwachungsinitiative im Jahr 1982 ein grosser Erfolg. Diese Volksinitiative war von der Präsidentin Monika Weber lanciert worden und verhalf der Zürcher LdU-Kantonsrätin später zu einem Sitz im Nationalrat. Im Normalfall hatten sich die Vertreterinnen des Forums in den Kommissionen allerdings mit

alltäglichen und konkreteren Problemen auseinanderzusetzen, etwa mit der Preisanreibepflicht für Obst und Gemüse im Detailhandel, einheitlichen Textilpflegeetiketten oder in neuerer Zeit den Vertragsbedingungen im Online-Handel.

Nachdem das kf ab Ende der 1990er Jahre nur wenig in der Öffentlichkeit präsent gewesen war, gab es ab 2005 mit dem Sorgenbarometer (ab 2009 Pulsmesser) wieder eine jährliche Publikation heraus. 2009 wurde der Vereinssitz von Zürich nach Bern verlegt, um näher bei den politischen Entscheidungszentren zu sein. 2013 wurde Babette Sigg zur Präsidentin gewählt. In dieser Zeit fokussierte sich das kf vermehrt auf den Online-Bereich: Die im September 2013 gegründete Bloggergruppe «Konsumhelden», heute geleitet von Carl-Philipp Frank, spricht gezielt junge Konsumenten an, und im November 2013 eröffnete das kf die Ombudsstelle für E-Commerce (Onlinehandel). In den Jahren darauf wurden weitere Ombudsstellen ins kf eingegliedert, darunter die Ombudsstellen für Textilreinigung, Fleisch und für den Tankstellen-Gesamtarbeitsvertrag. Unter Leitung des 2016 dazu gestossenen Kommunikationsleiters Dominique Roten wird das Magazin «konsum.ch» vier Mal jährlich herausgegeben und auf die vier parlamentarischen Sessionen getaktet. Alle National- und Ständeräte sämtlicher Parteien erhalten das Magazin; somit ist das kf auch im Bundeshaus präsent.

Redaktionelle Bearbeitung
Dominique Roten
Konsumentenforum

Freizeittipp: Gratis ins «Omega-Museum»

Omega ist zwar der letzte Buchstabe des griechischen Alphabets, in der Schweiz hingegen eine der ersten Adressen für Luxusuhren... und gut gemachte Ausstellungen.



Wenn sich der Goldene Herbst dem Ende zuneigt, die Tage nebliger und das Wetter garstiger werden, verbringt man seine Freizeit nicht mehr so häufig draussen. Man sitzt zuhause, liest Bücher, schaut fern, entsorgt die Sommerkleider... Paradoxerweise ist es zu Hause aber am schönsten, wenn man vorher draussen gewesen ist und das innere Meerschweinchen überwunden hat. Wie wäre es also mit einem Trip in die Uhren-Weltmetropole Biel, um dort das gut ausgestattete Omega-Museum zu besuchen? Der Eintritt ist frei.

Omega Museum & Planet Swatch

Nicolas G. Hayek Strasse 2
2502 Biel

Öffnungszeiten:

Dienstag bis Freitag: 11:00 bis 18:00 Uhr
Samstag bis Sonntag: 10:00 bis 17:00 Uhr
Montag und an Feiertagen geschlossen

Eintritt: Gratis für alle



Der Drache von Biel

Bereits die Ankunft gestaltet sich spektakulär: Der 2019 eingeweihte Hauptsitz der Swatch Group stammt aus der Feder des japanischen Stararchitekten Shigeru Ban. Das Gebäude gilt als eine der weltweit grössten Holzkonstruktionen und «fordert aktuelle Konventionen heraus». Auf jeden Fall fördert es die Fantasie der Betrachter, denn der «Swatch-Drache» scheint gerade dabei zu sein, das viel kleinere Omega-Gebäude zu verschlingen – und gibt damit auch die Machtverhältnisse zwischen den beiden wieder, schliesslich gehört Omega zur Swatch Group und nicht umgekehrt.



Hat man seine Augen von diesem Monumentalbau abgewendet und nähert sich dem Museumseingang, folgt schon das nächste Augenfutter: die im Massstab 1:1 nachgebaute Mondlandefähre «Eagle», welche wohl als bester Werbeträger (wortwörtlich) in der Geschichte der Uhrenindustrie gilt.

Der beste Werbespot in der Geschichte der Uhrenindustrie

Omega blickt auf eine über 173jährige Geschichte zurück, wurde einer breiten Weltöffentlichkeit aber vor allem im Jahr 1969 bekannt: Neil Armstrong, der erste Mensch auf dem Mond, hatte seine Omega «Speedmaster» noch in der Raumkapsel zurückgelassen, doch Buzz Aldrin, der 15 Minuten später den Mond betrat, trug seine «Speedmaster» ungeschützt und mit einem überdimensionierten Armband um das linke Handgelenk. Ein kleiner Schritt für ihn, ein grosser für die Schweizer Uhrenindustrie.

Dabei war die erste Uhr im Weltall gar keine Omega, sondern eine sowjetische «Poljot Strela», welche bereits 1961 vom Kosmonaut Alexei Leonow freischwebend im All getragen wurde. Doch die gewaltige Inszenierung der Mondlandung acht Jahre später trug wesentlich dazu bei, dass Omega den anderen Marken die Show stehlen konnte.

Mit entsprechend grosser Kelle richtet das Omega-Museum diesen Teil seiner lunaren Geschichte an: Ausser der Mondlandefähre sind ein Nachbau des Mond-Elektrofahrzeugs «Lunar Roving Vehicle», Astronautenanzüge, eine Kommando-Station, historische Fotos und Dokumente aus dieser Zeit ausgestellt.



«Der beste Werbespot in der Geschichte der Uhrenindustrie». Buzz Aldrin trägt auf dem Apollo-11-Flug eine Omega «Speedmaster». Auch bei allen anderen Mondflügen war diese Uhr dabei. 1970 war die Omega Speedmaster zudem ein Faktor bei der erfolgreichen Rettungsmission von Apollo 13.

Lizenz zum Ausstellen

Mit dem Einsatz auf dem Mond (die Omega-Uhren funktionierten nach den Mondspaziergängen immer noch) bewies Omega nicht nur ein goldenes Händchen für geschickte Vermarktung, sondern auch, dass die Chronometer einiges aushalten und technisch auf dem höchsten Stand sind. Uhren also, die den gehobenen Ansprüchen eines gewissen Agenten Ihrer Majestät durchaus gerecht werden: Seit «Golden Eye» (1995) mit Pierce Brosnan haben alle 007er eine Omega-Uhr getragen. Bond-Fans dürfen sich darum über die Mini-Ausstellung freuen, in der sämtliche Omega-Modelle Bonds mitsamt Filmplakaten ausgestellt sind.



Seit Film Nr. 19 («Golden Eye», 1995) trägt jeder Bond-Darsteller eine Omega. Das gilt auch für den 25. Film («No Time to Die», 2021) mit Daniel Craig.

Die Uhrenmacher aus der «Stadt der Zeit» beweisen damit, dass sie marketingtechnisch weltweit in der ersten Liga spielen, gilt doch die Bond-Marke als Heiliger Marketinggral der Filmindustrie, der vor lauter Produkt-Platzierungen beinahe überzulaufen droht. Miss Moneypennys Lieblingsspion verlässt sich übrigens in fast jedem Film auf einen Schweizer Zeitmesser: In «Dr. No», dem ersten Bond-Film überhaupt, trug Sean Connery eine Rolex «Oyster Perpetual». Weitere Schweizer Marken in späteren Bond-Filmen waren TAG Heuer und Breitling.

Ob sich Omega diese kostspieligen Auftritte für künftige Bond-Filme weiter leisten wird - wenn es dann heisst: «Gestatten, mein Name ist Bond, Jacqueline Bond» - steht noch in den Hollywood-Sternen.

Recording Olympic Dreams since 1932

Als am 23. Juni 2021 die Olympischen Spiele in Tokio eröffnet werden, ist Omega zum 29. Mal der offizielle Zeitmesser für alle 339 Wettkämpfe der 33 olympischen Disziplinen. Unglaubliche 400 Tonnen Material werden nach Japan verschifft, 200 Kilometer Kabel verlegt und 530 Zeitmessungsprofis, unterstützt von 900 Freiwilligen, kommen zum Einsatz.



Stellvertretend dafür steht im Museum eine Neun-Meter-Aschenbahn mit integrierter Zeitmessung und Foto-Finish zum freien Gebrauch zur Verfügung. Kleiner Tipp für alle Mochteger Usain Bolts: Wenn der Startschuss fällt, nicht zögern, sondern losrennen! Und nicht schon nach fünf Metern abbremsen, so wie der Monsieur auf dem Foto...



Der Amateur-Läufer auf dem Foto besticht erstens durch eine unterirdische Zeit (3 Sek. für 9 Meter) und zweitens durch eine lächerliche Haltung beim Zieleinlauf, die eher an einen Limbo-Tänzer erinnert.

Es gäbe noch einiges über das Omega-Museum zu berichten. Nicht eingegangen wird aus Platzgründen auf die anderen Brüder im Geiste Neil Armstrongs, die ebenfalls Omega-Uhren trugen und auch im Museum dokumentiert sind: Tiefseeforscher Jacques Cousteau und Flugpionier Bertrand Piccard. Ausserdem gibt es ein 360° Kino, welches in einem 7-minütigen Film die Geschichte Omegas effektiv wiedergibt.



Planet Swatch Museum

Dann wurde es plötzlich persönlich: Nostalgie-Gefühle erwarteten mich eine Etage höher, im Planet Swatch Museum (ebenfalls kostenloser Eintritt). Als Kind der 80er und Teenager der 90er Jahre ist mir der Swatch-Hype um die peppigen Billiguhren noch sehr gut in Erinnerung. Die 1983 gegründete Marke feierte vom Start weg sehr gute Verkaufszahlen, und nicht wenige Schweizer Schüler wie ich trugen damals eine Swatch am Handgelenk. Gross war darum die nostalgische Freude, als ich im Planet Swatch Museum tatsächlich zwei Uhren meiner Kindheit wiederentdeckte! In solchen Momenten fühlt man sich alt und jung zugleich...

Es können aber nicht nur Swatch-Uhren der 80er und 90er betrachtet werden, beinahe alle Swatch-Modelle, die je produziert worden sind, finden sich in dieser Ausstellung. Inklusive diverse Kuriositäten wie bspw. eine der dünnsten Uhren der Welt (3.9 Millimeter) oder die «Maxi Watches» genannten Wanduhren.

Das Image der Schweiz profitiert

Den Besuchern dürfte beim Verlassen des Museums klar geworden sein, wie erfolgreich und in welchem Ausmass die Swatch Group globales Marketing betreibt. Dies kommt auch dem Image der Schweiz zugu-

te, denn kaum eine andere Branche (Schoggi und Käse ausgenommen) steht so sehr im positiven Sinne für die Schweiz wie die Uhrenindustrie: Präzision, hohe Qualität, stilsicheres Design und natürlich Pünktlichkeit.

Das ist umso lobenswerter, als in den letzten Jahrzehnten viel Schweizerisches, das identitätsstiftend gewesen ist, verloren ging: Die Flugzeuge der Swissair fliegen nicht mehr, die Saurer-Lastwagen schrotten vor sich hin, Swisscom und Post befremden uns, die Schweizer Grossbanken haben jeglichen Goodwill verspielt. Beliebte Warenhäuser wie ABM und EPA mussten überteuerten Globus- und Coop-Filialen Platz machen. Ovomaltine gehört den Engländern, Toblerone den Amerikanern, Aromat den Holländern und Syngenta den Chinesen. Doch dass die Zeit für Schweizer Marken in Schweizer Besitz nicht abgelaufen ist, beweist die Uhrenindustrie. Egal ob Omega, Swatch*, Rolex*, Tissot, Patek Philippe*, Breguet, Blancpain oder IWC: Sie alle sind nach wie vor in Schweizer Hand. Das Omega-Museum ist darum eine gute Erinnerung für alle, die vergessen haben, was «Swissness» im Idealfall bedeutet. Und auch wer bloss Spass haben will, dem sei ein Omega-Museumsbesuch in der «Cité du Temps» wärmstens empfohlen.

Dominique Roten
Konsumentenforum

Zuwanderung sei Dank:

*Swatch wurde gegründet durch Nicolas Hayek, geboren im Libanon / Rolex wurde gegründet durch Hans Wilsdorf, geboren in Deutschland / Patek Philippe wurde gegründet durch Antoni Norbert Patek und Franciszek Czapek, beide geboren in Polen



Lückenhafter Onlinehandel mit Lebensmitteln: Bei 78 % waren die Angaben mangelhaft!

Mit der Covid-19-Pandemie hat sich der Trend deutlich verstärkt, Lebensmittel online einzukaufen. Die Kantonschemiker haben eine nationale Kontrolle zu online angebotenen Lebensmitteln durchgeführt. Bei 323 Onlineshops schweizweit wurde geprüft, ob auch online alle nötigen Produktinformationen verfügbar sind. Die Angaben waren bei 78 % der Onlineshops mangelhaft oder fehlten ganz. Die Kantonschemiker haben Massnahmen veranlasst, damit die Mängel behoben werden. Konsumentinnen und Konsumenten müssen auch online vollständig und korrekt zu Lebensmitteln informiert werden. Das Lebensmittelgesetz verlangt, dass online dieselben Informationen verfügbar sind, wie sie auf der Etikette anzugeben sind. Davon ausgenommen sind nur das Haltbarkeitsdatum und das Warenlos.

Meldungen zu nicht konformen Lebensmitteln, die über Onlineshops verkauft werden, nehmen zu. Neben seriösen Anbietern gibt es auch Verkäufer, die gesundheitlich bedenkliche Produkte anbieten. Allgemein gilt: Beim Kauf von Produkten aus unsicherer Quelle im Internet ist Vorsicht geboten.

Schweizer Lebensmittelrecht gilt nur in der Schweiz

Onlineshops mit einem Standort in der Schweiz werden regelmässig kontrolliert. Sie müssen bei der zuständigen kantonalen Lebensmittelvollzugsbehörde gemeldet sein. Das Schweizer Lebensmittelrecht fordert einen hohen Sicherheitsstandard und lässt nur sichere Lebensmittel zu.

Ausländische Webshops unterstehen nicht der Schweizer Gesetzgebung. Sie können auch Produkte anbieten, die nach Schweizer Lebensmittelrecht nicht verkehrsfähig sind. Die rechtlichen Anforderungen an die Produkte sind teilweise anders als in der Schweiz. Für die Kontrolle der ausländischen Onlineshops sind die Behörden im entsprechenden Land zuständig.

Vorsicht bei Nahrungsergänzungsmitteln

Vorsicht ist geboten beim Einkauf für den privaten Konsum. Dies gilt insbesondere für als «Nahrungsergänzungsmittel» bezeichnete Produkte. Diese enthalten häufig nicht zulässige Zutaten. Die empfohlene Verzehrmenge kann bereits zu einer Überdosierung bestimmter Substanzen führen. Teilweise sind die Produkte sogar gesundheitsschädigend. Oft werden solche Produkte zur Gesundheitsförderung oder mit Heilwirkung angepriesen. Das ist in der Schweiz nicht erlaubt. Lebensmittel sind keine Heilmittel. Nahrungsergänzungsmittel dienen nie der Vorbeugung oder Heilung von Krankheiten.

Nicht zulässig sind beispielsweise Nahrungsergänzungsmittel, die Melatonin, den Rotschimmelreis *Monascus purpureus* oder andere gesundheitsschädigende oder pharmakologisch wirksame Stoffe enthalten, wie DNP, DMAA, 5-HTP, DHEA oder nicht zugelassene «Novel Foods».

Vorsicht bei verändertem Verwendungszweck

Vorsicht ist insbesondere geboten, wenn Produkte nicht mehr mit ihrem ursprünglichen Verwendungszweck angepriesen werden. Ein Beispiel sind Nahrungsergänzungsmittel, die gleichzeitig für Tiere angepriesen werden, etwa für Tiger, und dann auch für den Menschen zum Konsum empfohlen werden. Allgemein gilt: Vorsicht ist geboten, wenn Produkte mit einem neuen, uneigentlichen Verwendungszweck angepriesen werden.

Kritisches Prüfen von Quellen ist wichtig

Vorsicht geboten ist auch beim Kauf über Social-Media-Plattformen. Dort können Produkte anonym und allenfalls in geschlossenen Gruppen angepriesen werden. Bei Erfahrungsberichten handelt es sich oftmals um getarnte Werbung. Vorsicht ist darum auch bei Empfehlungen in Diskussionsforen und Chatrooms geboten. Manchmal werden die Produkte mit einer Wirkung beworben, die sie in Wahrheit nicht haben.

Die Konsumenten haben eine wichtige Eigenverantwortung

Die Konsumenten tragen die Verantwortung und das Risiko beim Import von Lebensmitteln für den Eigengebrauch. Im Einzelfall können Nahrungsergänzungsmittel aus dem Ausland in der Schweiz auch als Arzneimittel gelten und unter die Bestimmungen des Heilmittelgesetzes fallen. Der Import wäre in diesem Fall stark eingeschränkt oder gar ganz verboten (z. B. Dopingmittel, Betäubungsmittel).

Weitere Informationen unter:

www.blv.admin.ch/lebensmittelonline-einkaufen

Lebensmittelkontrolle in der Schweiz

Die Kontrolle von Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen wird von den Kantonen durchgeführt, die umfangreiche Inspektionen und Laboranalysen durchführen. Unter der Leitung der Kantonschemiker sorgen sie für die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften und gewährleisten so die Lebensmittelsicherheit und den Konsumentenschutz.

Kontaktdaten aller Kantonschemiker in der Schweiz, Medienmitteilungen, Jahresberichte, Ergebnisse von Analysen und Inspektionen, nützliche Links usw. unter www.kantonschemiker.ch

BLV

Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen

Weitere Informationen unter:
www.blv.admin.ch/lebensmittelonlineeinkaufen

Ethylenoxid in Lebensmitteln

Ethylenoxid wird primär zur Desinfektion eingesetzt. Die Anwendung von Ethylenoxid ist weder in der Schweiz noch in der EU bei der Herstellung von Lebensmitteln zulässig. Rückstände von Ethylenoxid in Lebensmitteln können gesundheitsgefährdend sein. Der Stoff ist unter anderem als wahrscheinlich krebserregend d.h. karzinogen eingestuft. Karzinogene können eine krebserregende Wirkung begünstigen, falls sie regelmässig und über längere Zeit aufgenommen werden. Für solche verbotenen Stoffe gelten strenge Höchstgehalte, die der kleinsten noch messbaren Menge entspricht. Werden Rückstände von Ethylenoxid gemessen, darf das betreffende Produkt nicht verkauft werden. Dadurch soll jegliches Gesundheitsrisiko minimiert werden.

Zurzeit werden von den Lebensmittelbetrieben europaweit und den Europäischen und Kantonalen Vollzugsbehörden verstärkt Produkte auf Ethylenoxidrückstände überprüft. Je nach Ergebnis werden Sofortmassnahmen ergriffen: Gesundheitsgefährdende Produkte werden umgehend vom Markt genommen. Sind solche Produkte bereits verkauft, werden Rückrufe oder öffentliche Warnungen publiziert. Ist bekannt, dass Ethylenoxid irgendwo in der Produktionskette angewendet wurde, sind jedoch keine Rückstände messbar, so darf das Lebensmittel dennoch nicht verkauft werden. Es muss vom Markt genommen werden.

Das BLV empfiehlt Konsumenten die Produkte, welche von einem Rückruf oder Warnung betroffen sind, an Verkaufsstellen zurückzubringen oder zu entsorgen.

Beispiele mit Ethylenoxid

1. Letztes Jahr wurden bei zahlreichen Sesamsamen-Produkten aus Indien Ethylenoxid-Rückstände nachgewiesen.



2. Eher Abbau- statt Aufbaupräparat: In einem der Rohstoffe des Vitaminpräparats Innovit wurden ebenfalls Spuren von Ethylenoxid nachgewiesen.

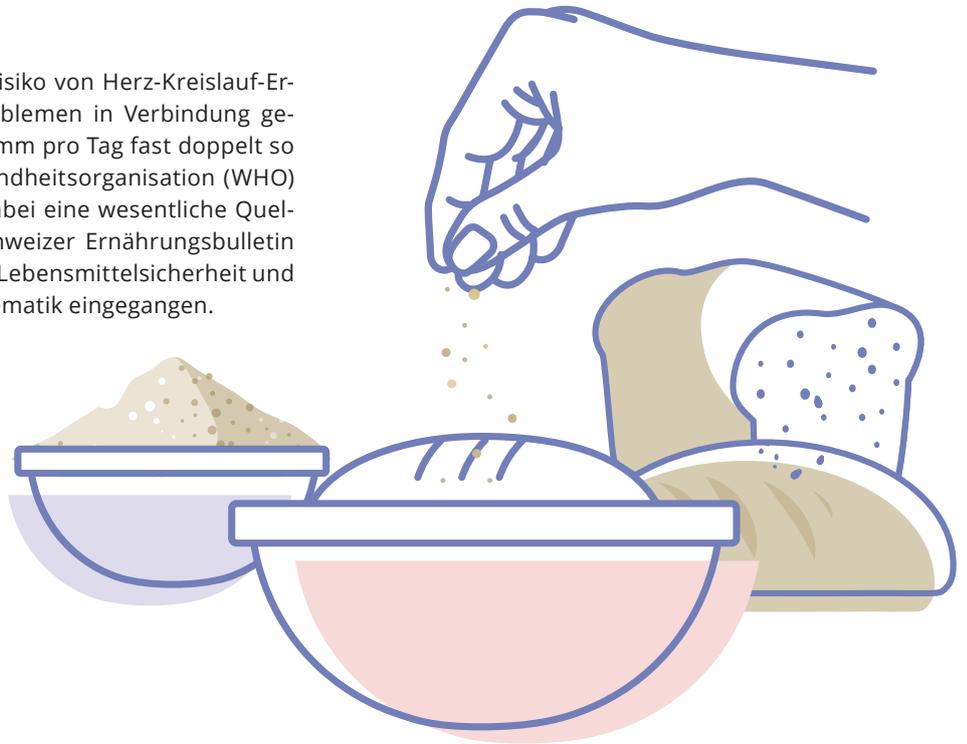


3. Auch «Naturweisheiten» können irren: Das Bioergänzungsmittel von Weleda musste wegen Ethylenoxid-Spuren vom Markt genommen werden.



Salz im Brot – darf es eine Prise weniger sein?

Übermässiger Salzkonsum wird mit dem Risiko von Herz-Kreislauf-Erkrankungen und anderen Gesundheitsproblemen in Verbindung gebracht. In der Schweiz wird mit rund 9 Gramm pro Tag fast doppelt so viel Salz konsumiert wie von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) empfohlen. Brot und Backwaren stellen dabei eine wesentliche Quelle des täglichen Salzkonsums dar. Im «Schweizer Ernährungsbulletin 2021», herausgegeben vom Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV, wird u.a. auf diese Thematik eingegangen.



**EIGENWERBUNG FÜR
DIE WERBEAGENTUR.**

**WIR SIND DIE
WERBEAGENTUR.**

Über 300 Brotsorten in der Schweiz

Brot gilt in vielen Teilen der Welt als wichtiges Grundnahrungsmittel. Es liefert Energie in Form von Kohlenhydraten sowie wichtige Nährstoffe, Ballaststoffe und sekundäre Pflanzennährstoffe. Brot zählt auch hierzu zu den beliebtesten Grundnahrungsmitteln, ist im Trend jedoch leicht rückläufig. Mit über 300 Brotsorten gehört das schweizerische Brotangebot zu den vielseitigsten überhaupt. Wie das Brot hat auch das Kochsalz oder Speisesalz (ugs. mit «Salz» bezeichnet) seine Wiege im alten Ägypten. Das Salzen von Lebensmitteln ist neben dem Trocknen eine der ältesten Methoden zur Haltbarmachung von Lebensmitteln. In der Brotherstellung übt Salz aus lebensmitteltechnologischen Gründen eine wichtige Funktion aus, indem es auf die Teigeigenschaft und Brotqualität einen positiven Einfluss nimmt und dem Brot letztendlich ein grösseres Volumen, eine schönere Farbe und eine bessere Haltbarkeit verleiht. Zudem ist Salz im Brot ein natürlicher Geschmacksträger und Geschmacksverstärker.

Allerdings kann eine zu hohe Salzaufnahme den Blutdruck negativ beeinflussen und so das Risiko für Herzinfarkte, Schlaganfälle, Herz-Kreislauf-Erkrankungen und andere Gesundheitsprobleme wie z.B. Nierenerkrankungen erhöhen. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) empfiehlt daher, den täglichen Salzkonsum von Erwachsenen auf maximal 5g pro Person zu beschränken. In der Schweiz liegt die durchschnittliche Salzaufnahme jedoch bei 9.1g pro Tag und Person und ist damit deutlich über der von der WHO empfohlenen maximalen Aufnahmemenge.

Mit der Strategie zur Reduktion des Salzkonsums verfolgt der Bund seit 2008 das Ziel, mittelfristig den Salzkonsum unter 8g und langfristig unter 5g pro Tag zu senken. In industrialisierten Ländern tragen verarbeitete Lebensmittel mit ungefähr 75% den Hauptanteil zur täglich konsumierten Salzmenge bei. Insbesondere das in Brot und Backwaren enthaltene Salz stellt eine wesentliche Quelle des täglichen Salzkonsums dar. So ist es nicht weiter erstaunlich, dass die meisten Länder sich bei ihren Anstrengungen vorrangig auf Brot, aber auch Lebensmittelgruppen wie Fleisch- und Wurstwaren, Käse, Saucen und Fertigprodukte konzentrieren.

In einer Studie aus dem Jahr 2011 im Auftrag des Bundesamts für Gesundheit (BAG) wurden für eine Anzahl ausgewählter Lebensmittel bzw. Produktgruppen konkrete Zielwerte für deren Salzgehalt so festgelegt, dass keine Abstriche bei der technologischen Machbarkeit, Lebensmittelsicherheit und sensorischen Akzeptanz eingegangen werden. Dabei wurde für die Lebensmittelkategorie Brot und Backwaren ein Zielwert von max. 20g Salz pro kg Mehl definiert. Wie der überwiegende Teil der Länder setzt auch die Schweiz bei der Reformulierung von Produkten zur Reduktion des Salzgehaltes auf freiwillige Kooperationen mit den Lebensmittelherstellern. Dabei hat sich der Schweizerische Bäcker-Confiseurmeister-Verband im Zuge von Diskussionen um die Salzreduktion einen freiwilligen Zielwert von 1.5 bis 1.3g Salz pro 100g Brot gesetzt. Eine erste repräsentative Markterhebung zum Salzgehalt von gewerblich hergestellten Broten im Jahr 2014 zeigte einen durchschnittlichen Salzgehalt von 1.46g pro 100g Frischbrot. Zur Beurteilung, wie sich seitdem der Salzgehalt von Broten aus Bäckereibetrieben entwickelt hat, führte das BLV im Jahr 2019 zum zweiten Mal ein Brotmonitoring durch.

In der Schweiz ist das essentielle Spurenelement Jod untrennbar mit Salz verbunden, welches als Träger in verarbeiteten Lebensmitteln dient. Die gesetzliche Einführung der Jodierung von Salz erfolgte bereits im Jahr 1922 mit einem Wert von 3.75mg/kg. Seitdem wurde der Jodgehalt im Salz schrittweise bis auf den aktuellen Wert von 25mg/kg erhöht. Brot ist demzufolge auch die wichtigste Quelle für die Jod-Zufuhr. Parallel zu Salz wurde in diesem Monitoring auch erstmals der Jodgehalt von Broten gemessen.





Das Ernährungsbulletin 2021 kann gratis heruntergeladen werden unter: www.blv.admin.ch/blv/de/home/lebensmittel-und-ernaehrung/ernaehrung/schweizer-ernaehrungsbulletin.html

Brotmonitoring 2014 vs 2019

Um eine gute Vergleichbarkeit mit dem letzten Brotmonitoring zu gewährleisten, wurden dieselben Betriebe und Brotsorten wie 2014 berücksichtigt. Jedoch wurde der Umfang der Probenahme reduziert, indem Proben nur noch in ausgewählten Kantonen der drei Sprachregionen erhoben wurden. Der Einkauf der Brote – zwei Brotsorten pro Bäckerei – erfolgte ohne Ankündigung und anonym im März 2019 durch Mitarbeiter des BLV anhand einer vorgegebenen Adress- und Brotsortenliste, die auf der Erhebung 2014 basierte. Insgesamt wurden 164 Brote der Kategorie Ruchbrot/Bauernbrot, Pain Pailasse, Halbweissbrot und «Diverse» aus 83 gewerblichen Bäckereibetrieben aus den Kantonen Aargau, Bern, Freiburg, Tessin, Waadt und Zürich erhoben.

Mit dem Brotmonitoring 2019 wurde vom BLV nach 2014 zum zweiten Mal eine Marktübersicht zu den Salzgehalten in gewerblichen Broten erstellt. Insgesamt wurden 164 Brote aus 83 gewerblichen Bäckereibetrieben in 6 Kantonen erhoben und in den Laboratorien des BLV analysiert. Hierbei zeigte sich gegenüber 2014 ein deutlicher Anstieg des mittleren Salzgehaltes von 2.17g auf 2.52g/100g Brot als Trockenmasse. Bei einem durchschnittlichen Brotkonsum von 115g pro Tag werden mit dem erneuten Anstieg pro Person nun täglich 1.98g Salz über Brot aufgenommen, das sind zusätzlich rund 0.34g Salz pro Tag.

Kommentar

Brot ist das Lebensmittel, welches den höchsten Beitrag zur täglichen Jodversorgung der Bevölkerung liefert. Dies ist jedoch alleine auf die Verwendung von jodiertem Salz bei der Brotherstellung zurückzuführen. Aus diesem Grund wurden parallel zu Salz auch die Jodgehalte gemessen. 85.5% der Bäckereibetriebe setzten jodiertes Salz ein. Entgegen bisheriger Annahme konnte gezeigt werden, dass während des Backprozesses keine Jodverluste festzustellen sind, damit lässt sich die Konzentration von Jod im Brot direkt vom Jodgehalt im Salz ableiten. Die vorliegenden Ergebnisse dieser Erhebung verdeutlichen, dass nachhaltige Erfolge bei der Salzreduktion im Brot nur dann zu erwarten sind, wenn die Thematik nicht aus dem Blickfeld der Backbranche und Öffentlichkeit gerät, sondern mit Kontinuität und Beharrlichkeit in Erinnerung gerufen wird.

Schweizer Ernährungsbulletin

Herausgeber:
Bundesamt für Lebensmittelsicherheit
und Veterinärwesen BLV
Schwarzenburgstrasse 155
3003 Bern



Die «Heiratsstrafe» gehört endlich abgeschafft

Noch immer sind in der Schweiz verheiratete und in eingetragenen Partnerschaften lebende Personen gegenüber nicht-verheirateten Paaren steuerlich benachteiligt. Dies vor allem dann, wenn beide einer Erwerbstätigkeit nachgehen. Das schlägt sich dann in der Steuerrechnung in der sogenannten «Heiratsstrafe» nieder. Erarbeiten sie nämlich das gleiche Einkommen wie ein nicht-verheiratetes Paar, wird durch die gemeinsame Ehepaarbesteuerung und die daraus resultierende höhere Steuerprogression für das gleiche Einkommen ein höherer Steuerbetrag fällig. Und das nur aufgrund des Zivilstandes. Schon mehrfach wurde versucht, diese Ungerechtigkeit zu beseitigen, bisher ohne Erfolg.

Die jetzige Verknüpfung der Besteuerung mit dem Zivilstand ist auch aus gleichstellungspolitischer und wirtschaftlicher Sicht problematisch. Werden Paare Eltern, sind es in den meisten Fällen die Frauen, die ihre Pensen reduzieren oder ganz aus dem Berufsleben ausscheiden. Dies, weil sie wegen der erwähnten «Heiratsstrafe» und der zusätzlich anfallenden Kinderbetreuungskosten für ihre Arbeit gleich doppelt finanziell bestraft werden. Der berufliche Wiedereinstieg von Müttern wird damit behindert. Das ist auch aus gesamtwirtschaftlicher Sicht ein Unsinn, wird doch der sich zuspitzende Fachkräftemangel in der Schweiz zunehmend zum Thema.

Um diese finanziellen Fehlanreize zu beseitigen, wurde im März 2021 von den

FDP-Frauen Schweiz zusammen mit einer breiten Allianz von Partnerorganisationen eine Volksinitiative zur Einführung der zivilstandsunabhängigen Individualbesteuerung lanciert. Damit würde jede natürliche Person in der Schweiz einzeln besteuert, wodurch die «Heiratsstrafe» endlich Geschichte wäre. Zusätzlich kann durch die Umstellung des Steuersystems eine bessere Ausschöpfung des Schweizer Arbeitsmarktpotentials erreicht werden, da es Zweiverdiener-Haushalte nicht mehr überproportional benachteiligt. Studien von Ecoplan und Avenir Suisse zeigen, dass bei der flächendeckenden Einführung der Individualbesteuerung mit einer Zunahme der Beschäftigung um 40'000 bis 60'000 zusätzlichen Vollzeitstellen zu rechnen ist. Oder anders ausgedrückt: 300'000 berufstätige Frauen könnten ihr Erwerbsumsatz um 20% erhöhen. Die Teilhabe der Frauen im Arbeitsmarkt ist nämlich auch ein wichtiger Schritt in Richtung tatsächlicher Gleichstellung. Familien sollen eigenverantwortlich und selbstbestimmt entscheiden, wie sie sich organisieren, ohne dass sie durch das heutige Steuersystem bestraft werden. Arbeit soll sich lohnen – für alle!

Die Gegner argumentieren mit dem zu erwartenden Mehraufwand gegen die Umstellung des Steuersystems, da neu zwei Steuererklärungen verschickt und verarbeitet werden müssten. Es ist unbestritten, dass die Umstellung einen gewissen administrativen Mehraufwand mit sich bringt. Dies ist bei jeder Reform der

Fall. Hier lohnt sich dieser Initialaufwand aber besonders. Dank der Individualbesteuerung werden wir ein einheitliches, transparentes und einfaches Steuersystem haben.

Nutzen wir also die Chance für einen Wechsel zu einem modernen Steuersystem – damit die Heiratsstrafe verschwindet, das Steuersystem den veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen Rechnung trägt, sich ein Zweiteinkommen lohnt und damit ein Beitrag für mehr Chancengleichheit geleistet wird. Unterstützen Sie jetzt die Initiative zur Einführung der zivilstandsunabhängigen Individualbesteuerung.

Weitere Informationen zur Initiative finden Sie unter: www.individualbesteuerung.ch.

Möchten Sie Unterschriftenbogen bestellen oder haben Sie Fragen zur Initiative, so wenden Sie sich bitte an: info@individualbesteuerung.ch.

Ursina Flütsch
FDP-Frauen



Erbsen sind keine Hühner: Legaler Etikettenschwindel

Die Königin der Metzgerei ist die Blutwurst. Sie besteht aus Schweineblut, Milch oder Rahm, Zwiebeln und Gewürzen. Vegetarierinnen (und Veganer schon gar nicht) haben keine Freude daran. Sie kennen nicht den fantastischen Anblick einer heissen, frisch aufgeschnittenen Blutwurst, wenn sich die Füllung aus der Wursthaut leicht hervorwölbt.

Vegetarier und Veganerinnen müssen aber nicht darben. Denn ihnen kann geholfen werden. Und zwar mit der veganen Blutwurst, und die geht so: Man nehme haufenweise pflanzliche Verdickungsmittel wie Pektin oder Agar-Agar, rühre sie in erwärmte Soja-Bouillon ein und schüttele einen ordentlichen Gutsch Randensaft dazu. In Rapsöl schwitzen wir gehackte Zwiebeln an und geben sie zusammen mit Salz, Pfeffer, etwas Thymian und wenig Zimt in die tiefrote Flüssigkeit. Jetzt langsam rühren, bis die Masse leicht zu gelieren beginnt, wobei allenfalls Pektin und Agar-Agar nachgegeben werden kann, damit man zu einer gefälligen Konsistenz kommt. Flugs ein paar Plastiksäckli herbeigeschafft und mit der veganen Blutsuppe abgefüllt, zugebunden. Fertig ist die vegane Blutwurst.

Zugegeben, das Rezept ist etwas abenteuerlich, und ich würde es in meiner Küche nie ausprobieren. Aber die Lebensmittelindustrie könnte das doch machen. Die zerstampfen ja Erbsenpüree so lange, bis es faserig wird und dann als Hühnerfrikassee ins Ladengestell kommt. Im gleichen Gestell finden wir auch Ghackets und Sauce Bolognese, die mit Fleisch nichts zu tun haben, sondern in riesigen Retorten und Fermentern auf Hefen-, Pilz- und Bakterienbasis herangezüchtet wurden. Der veganen Blutwurst stehen also Tür und Tor weit offen. Aber nicht, weil der Markt danach fragt, sondern weil das Gesetz diesen Unsinn nicht verbietet.

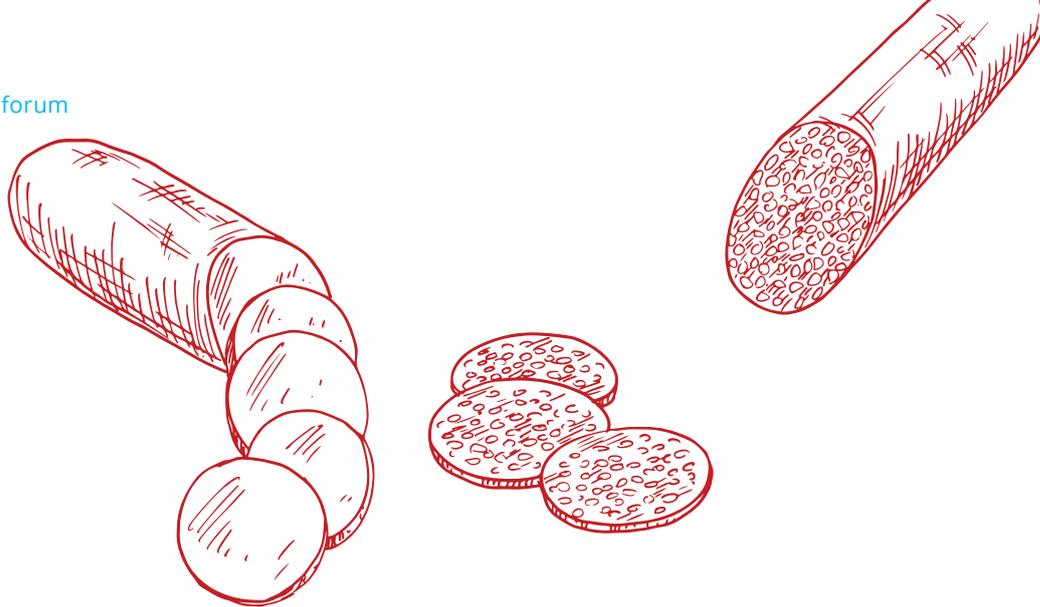
In der Lebensmittel-Beschriftung greift nämlich der Wildwuchs um sich. Jahrzehntlang wusste man, was Milch ist. Nämlich Milch von der Kuh. Schafmilch und Ziegenmilch musste als Schafmilch bzw. Ziegenmilch beschriftet werden. Man wusste, was Fleisch ist. Nämlich Fleisch von Tieren. Und man weiss, was Gemüse ist, nämlich Essbares vom Feld. Und Obst kommt vom Baum.

Von mir aus dürfen die Menschen mit Pektin verdickten Randensaft essen. Auch gegen Erbsenpüree und Kunstpilze kann man vernünftigerweise nichts anhaben. Aber die Hersteller und Verkäufer müssen ehrlich sein und ihr Produkt als das vermarkten, was es ist: Erbspüree, Soja oder Hefe. Denn Randensaft ist kein Blut, und Erbsen sind



keine Hühner. Wer das Gegenteil behauptet, betrügt die Konsumenten.

Genauso verhält es sich mit den Milchprodukten und ihren Fälschungen. Dass man im Reformhaus mit Hafermilch oder Reismilch überschüttet wird, weiss man, sonst ginge man da nicht hinein. Aber alle diese neuartigen Getränke,



Die Metzgerei hat nichts zu verstecken. Die Kundschaft weiss, was sie kauft. Wo Fleisch drauf steht, ist Fleisch drin.

Wenn ein Winzer sein Produkt mit einem Saft herstellt, der mit Trauben nichts zu tun hat und er das als Wein etikettiert und verkauft, kommt er ins Gefängnis. Wenn ein Grossverteiler in seinem Kühlregal «Gehacktes» aus Sojabohnen feilbietet, macht er ein Geschäft. In beiden Fällen werden die Konsumenten an der Nase herumgeführt. Wer im Regal nach der Milchpackung greift, will Milch und keinen verdünnten Haferbrei. Wer nach Gehacktem verlangt, darf von der Metzgerin gefragt werden, ob Rind, Kalb oder Gemischt – aber nicht Soja, Seitan oder Pilz. Es kommt ja auch keinem vernünftigen Menschen in den Sinn, eine Gemüsemischung als Fruchtsalat zu bezeichnen. Und eine Banane ist keine Kalbsbratwurst. Ernährung ist Vertrauenssache. Und das Vertrauen darf nicht hinter dem Kleingedruckten versteckt werden. Wo Fleisch drauf steht, muss Fleisch drin sein. Alles andere ist Etikettenschwindel.

Hartmuth Attenhofer
Präsident CarnaLibertas
www.carnalibertas.ch

Zum Verfasser:

Hartmuth Attenhofer, seines Zeichens Journalist und Politiker, ist Präsident des Vereins CarnaLibertas. Dieser setzt sich ein für den verantwortungsvollen Genuss von Fleisch. Unter dem Motto „Hände weg von unseren Tellern – freie Wahl für alle“ kämpft er gegen jegliche Art von Bevormundungsversuchen, von welcher Seite auch immer, wenn es um die Zusammensetzung unserer Ernährung geht.

www.carnalibertas.ch

die sich als Milch tarnen, überschwemmen die ganz normalen Lebensmittelläden. In einem Liter Hafermilch, den ich kürzlich für 6.20 Franken erstanden habe, stecken 100 Gramm Haferflocken und 900 Gramm Wasser. Die Haferflocken schlagen mit 30 Rappen zu Buche und das Leitungswasser mit 5.90 Franken. Zum Nahrungsmittel-Fake kommt also noch ein unanständiger Abriss dazu.



«Erfolgreich abnehmen und schlank bleiben»

Das wissenschaftliche Fazit nachhaltiger Gewichtsreduktion



Abnehmen ist und bleibt ein Megatrend – und das nicht nur als alljährlicher Neujahrsvorsatz: Ob aktuelle Coronakilos, jahrzehntelang etabliertes Genussgewölbe samt Hüftgold oder zu viele Feiertage – immer mehr Menschen möchten aus unterschiedlichen persönlichen Gründen abnehmen: So gaben fast 60 Prozent der Deutschen in 2020 an, bisher mindestens eine Diät ausprobiert zu haben [1]. Ab sofort können auch sie im neuen Springer-Sachbuch des Ernährungswissenschaftlers Uwe Knop nachlesen, wie erfolgreiches Abnehmen und dauerhaftes Schlankbleiben wirklich funktioniert [2]. Darin löst der Autor auch die «Gretchenfrage» auf, die zahlreiche Menschen bewegt: Wie nehme ich erfolgreich ab und vor allem – wie halte ich mein neues schlankes Wunschgewicht langfristig? Knops aktuelles Sachbuch

unterscheidet sich dabei deutlich von allen bislang erschienenen Ratgebern zum Abnehmen: «Das Zeitalter klassischer Diäten von der Stange ist vorbei. Denn in der Wissenschaft setzt sich auch beim nachhaltigen Abnehmen ein klarer Paradigmenwechsel durch: Nur mit massgeschneiderten, genussfokussierten Lebensstilumstellungen, die perfekt zum individuellen Charakter und zur eigenen Persönlichkeit passen, ist es nach einer erfolgreichen Gewichtsreduktion möglich, auch das große Ziel zu erreichen: sein neues Wunschgewicht langfristig zu halten.» Dazu müsse man den aktuellen Stand der Forschung kennen, um zu wissen, wie man diesen Wissenschaftskonsens in seinen eigenen Lebenskosmos überträgt – und das sei «viel leichter als die meisten denken.»

In seinem neuen Buch vermittelt der evidenzfokussierte Diplom-Ökotrophologe den Lesern auf einfach-verständliche Art das nötige Fachwissen, das den aktuellen Stand der Forschung zur nachhaltigen Gewichtsreduktion widerspiegelt. Dabei wird zuerst mit Diätmythen aufgeräumt und Tacheles zu Trenddiäten geredet.

«Ernährung ist Pflicht, Sport die Kür»

Denn abnehmen «kann jeder», das reduzierte Wunschgewicht anschließend langfristig zu halten, daran jedoch scheitert das Gros. «Gleich nach dem Einstieg ins Buch wird den Menschen sehr schnell klar, warum ihre bisherigen Abnehmversuche gescheitert sind – und sie fragen sich zurecht: Wie funktioniert das denn nun wirklich mit dem dauerhaften Schlankbleiben? Genau darum geht es, den Menschen diesen Weg aufzuzeigen – und zwar offen und ehrlich, nicht nur mit den schönen Seiten und Chancen, sondern auch mit den Herausforderungen und Risiken, die man kennen muss, wenn man dauerhaft abnehmen will», so Knop. Dabei beantwortet der Autor auch die kontrovers diskutierte «Glaubensfrage» nach der besseren Wirksamkeit von Ernährung oder Sport: «Die Antwort ist klar: Ernährung ist Pflicht, Sport die Kür.»

I DIET MY WAY – Erfolg hat nur, wer seinen Weg geht

Genauso wie sich bei gesunder Ernährung derzeit ein Paradigmenwechsel vollzieht – weg von allgemeinen Standardregeln hin zu persönlich-passender Ernährung («precision nutrition») – genau so sieht der wissenschaftliche Konsens nachhaltiger Gewichtsreduktion aus. «Dauerhaft schlank bleiben, das schafft nur, wer seinen ganz eigenen, absolut individuellen Erfolgsweg langfristig beibehält. Der Schlüssel, sein neues Schlankgewicht dauerhaft zu halten, liegt dabei vollumfänglich in einem selbst: Der intensive (Herzens)Wunsch, seinen Körper, sein Ich, sein Leben zu ändern und neu zu definieren, muss da sein – gepaart mit starkem Willen und fundiertem Wissen, um sein persönliches `Projekt Wunschgewicht´ engagiert anzugehen und aktiv dranzubleiben», so Knop, «und dieser einzigartige Weg heißt: I DIET MY WAY.»

«Wer auf viel verzichtet, muss mehr geniessen.»

Dabei spielt der Genuss eine essenzielle Rolle, denn: «Wer auf viel verzichtet, muss mehr geniessen.» Damit auf diesem lukullischen Weg zum Wunschgewicht keine unnötige Furcht vor vermeintlich «ungesunden» Lebensmitteln entsteht, vermittelt Knop einen klaren evidenzbasierten Blick hinter die Kulissen der Ernährungswissenschaft und offenbart ihre systemimmanenten Schwächen und Limitierungen. «Bei einem derart persönlichen `Lebens-Umbruch-Projekt´ formen sowohl das Vertrauen in den eigenen Körper als auch der harmonische Einklang von Denken und Fühlen die essenzielle Grundlage für den langfristigen Erfolg – und dabei sollte man sich nicht von den Myriaden Märchen und Mythen zu gesunder Ernährung ausbremsen oder verunsichern lassen.» Jeder, der abnehmen möchte, kann ab sofort im neuen Springer-Sachbuch nachlesen, wie die individuelle Erfolgsformel I DIET MY WAY nachhaltig zu einem bewussteren Lebensstil und schlankeren Ich führt.

Uwe Knop

Diplom-Öcotrophologe
Postfach 1206
D-65742 Eschborn
Telefon: +49 (0)69 1707 1735
presse@echte-esser.de
www.echte-esser.de

Quellen:

- 1 Umfrage zur Nutzung von Diäten nach Art in Deutschland im Jahr 2020
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1201868/umfrage/diaet-nutzung-nach-art>, statista-de, 10.05.2021
- 2 Erfolgreich abnehmen und schlank bleiben - Nachhaltige Gewichtsreduktion wissenschaftlich belegt
www.springer.com/de/book/9783662632444; Uwe Knop. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, ISBN 978-3-662-63244-4, Softcover € 19,99 (D), € 20,55 (A), sFr 22.50 (CH), eBook 14,99 €

Fiese Masche mit Ticketverkäufen!

Nach einer langen Durststrecke dürfen wieder verschiedenste kulturelle Anlässe durchgeführt werden. Der Zirkus öffnet sein Zelt, Sportstätten füllen sich mit Fans, und an Konzerten kann wieder mitgesungen werden. Ideal, um den Liebsten ein Ticket für eine Veranstaltung zu Weihnachten zu schenken – und ein gefundenes Fressen für Ticket-Betrüger!



Rammstein-Konzert: Eine Plattform verkaufte zwei Stehplätze für 1109 statt 230 Franken

Die Suche nach einem begehrten Ticket ist nicht immer einfach. Gibt man bei einer Internet-Suche über Google seinen gewünschten Lieblingsevent ein, so erscheint nicht automatisch als erster Angebotstreffer ein offizielles lizenziertes Ticketunternehmen, sondern oft sogenannte Sekundärmarktplätze, welche nicht-autorisierte Tickethändler sind.

Diese Plattformen sind keine offiziellen Ticketverkäufer, sondern Billettbörsen. Das bedeutet: solche Plattformen vermitteln offiziell nur zwischen Käufern und privaten Verkäufern, die dem Käufer jedoch unbekannt bleiben.

STOP PIRACY

Schweizer Plattform gegen Fälschung und Piraterie
 Eveline Capol
 Leiterin der Geschäftsstelle
 Telefon: +41 31 377 72 66
 E-Mail: info@stop-piracy.ch

STOP PIRACY ist die Schweizer Plattform gegen Fälschung und Piraterie. Der gemeinnützige Verein leistet Aufklärungs- und Sensibilisierungsarbeit bei den Konsumentinnen und Konsumenten und macht sich stark für die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Behörden. STOP PIRACY beliefert die Öffentlichkeit mit Fakten und Analysen und informiert über Risiken und Hintergründe von Fälschungen und Piraterie.

Jürg Herren

Vizepräsident STOP PIRACY
 Telefon: +41 31 377 72 16
 E-Mail: juerg.herren@ipi.ch



Wo liegt das Problem?

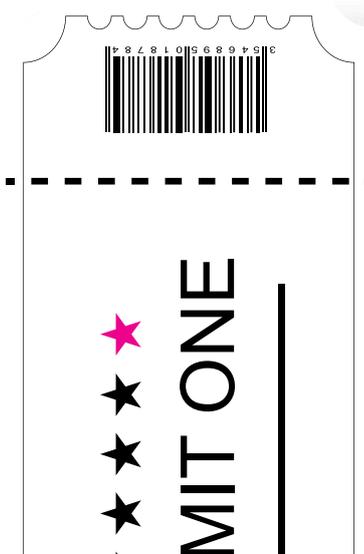
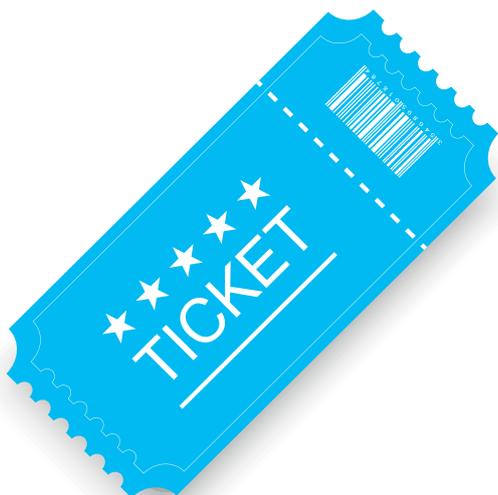
- Tickets sind zum Teil massiv überteuert
- Kindertickets werden bewusst an Erwachsene verkauft, diese erhalten dann keinen Einlass
- Die Plätze befinden sich in einer tieferen als der ursprünglich bestellten Kategorie
- Der Kunde erhält sein Ticket gar nicht
- Veranstaltungen werden als «fast ausverkauft» bezeichnet, um den Ticketpreis künstlich in die Höhe zu treiben
- Stark überhöhte Bearbeitungs- und Liefergebühren
- print@home Tickets werden abgeändert

Letzteres passierte zum Beispiel diesen Oktober beim Circus Monti. Eine Familie hatte vier Plätze in der Kategorie Loge auf einem Sekundärmarktplatz gekauft. Da man beim Einlass feststellte, dass diese print@home Tickets beinahe so

aussehen wie die Tickets vom offiziellen Partner Ticketcorner, hat man ihm diese zur Prüfung weitergeleitet. Die Prüfung ergab, dass es sich dabei ursprünglich tatsächlich um Tickets von Ticketcorner handelte. Die Tickets wurden jedoch so verändert, dass die Auftragsnummer und das Logo gelöscht wurden und der Preis von CHF 55.80 auf CHF 80.00 erhöht wurde. Der Kunde konnte zwar die Vorstellung besuchen, bezahlte jedoch einen überhöhten Preis für das Ticket plus zusätzliche Buchungsgebühren. Statt der offiziellen CHF 220.— bezahlte er mehr als das Doppelte. Dies ist sehr ärgerlich, da es über den offiziellen, lizenzierten Ticketanbieter noch freie Plätze in allen Kategorien gehabt hätte.

Damit Ihnen als Konsument so etwas nicht passiert, gibt es einige Tipps, welche Sie beim Kauf von Tickets beachten können:

- 1** Kaufen Sie Ihre Tickets vorzugsweise bei den offiziellen, vom Veranstalter autorisierten Vorverkaufsstellen – diese sind jeweils auf der Veranstalterplattform aufgeführt.
- 2** Kaufen Sie nie Tickets, die vor dem offiziellen Vorverkaufsstart angeboten werden.
- 3** Wählen Sie nicht den erstbesten Anbieter, welchen die Internetsuche in der Trefferliste anzeigt; dies sind häufig bezahlte Platzierungen.
- 4** Prüfen Sie die Sitzplatzverfügbarkeit und den effektiven Ticketpreis, bevor Sie über einen Zweitmarktanbieter ein Ticket kaufen.



Rückfragen:
 Ticketcorner AG
 Herr Stefan Eppli
 Media Relations Manager
 Telefon: 044 818 33 46
 stefan.eppli@ticketcorner.ch



«Die Umsätze sind um über 90 % eingebrochen»

Interview mit Urs Wyss, CSO von Ticket Corner

Herr Wyss, Ticketcorner wurde und wird in den letzten Jahren zweimal hart geprüft: Zum einen aufgrund der Corona-Pandemie und zum anderen wegen diverser dubioser Ticketanbieter. Doch reden wir zuerst über

die Corona-Situation, welche die Event-Branche durchgerüttelt hat. Können Sie unseren Lesern schildern, in welchem Ausmass Ticketcorner unter der Corona-Situation zu leiden hatte?

Urs Wyss: Die gesamte Veranstaltungsbranche wurde hart getroffen, die Umsätze sind um über 90% eingebrochen. Bei Ticketcorner war ein Grossteil der Mitarbeitenden in Kurzarbeit. Dennoch mussten Verschiebungen oder Rückerstattungen für über 6'000 Veranstaltungen vorgenommen werden. Insgesamt wurden gegen 600'000 Tickets rückerstattet – dies bedingte monatelange Arbeit. Momentan beobachten wir eine sehr langsame Erholung und spüren nach wie vor eine Zurückhaltung beim Ticketkauf.

Zusätzlich zur Pandemie müssen sich die Konzert- und Eventveranstalter noch mit einem ganz anderen Problem herumschlagen: Viagogo. Diese Firma mit Sitz in Genf, welche zeitweise verantwortlich war für über 50% aller Rechtsgesuche bei der Ombudsstelle e-Commerce, verärgert schon seit Jahren halb Europa mit überbeuerten, gefälschten oder falsch angeschriebenen Tickets. Wie steht Ticketcorner zur ganzen Sache?

Urs Wyss: Das aggressive Auftreten von Ticket-Zweitmarktplattformen ist für viele Veranstalter ein grosses Ärgernis. Wir setzen uns gemeinsam mit der Branche für faire Bedingungen ein und haben beispielsweise auch den Circus Knie bei seiner erfolgreichen Klage gegen viagogo unterstützt. Mit fansale.ch bieten wir zudem eine hauseigene Dienstleistung an, wo Tickets zum Originalpreis weiterverkauft werden können.

Haben Sie Tipps für unsere Konsumenten, worauf beim Ticketkauf zu achten ist?

Urs Wyss: Augen auf beim Ticketkauf – vor allem online: Vergewissern Sie sich, dass Sie sich wirklich auf der Webseite des Veranstalters respektive dessen offiziellen Ticketverkaufsstelle befinden. Prüfen Sie die Sitzplatz-

verfügbarkeit und den effektiven Ticketpreis – und lassen Sie sich nicht unter Druck setzen.

Wie sieht eigentlich die nahe Zukunft des Ticketing aus? Stichwort «Personalisierte Tickets»...

Urs Wyss: Personalisierte Tickets sind ein wirksames Mittel gegen den unkontrollierten Zweitmarkt – und auch gegen Ausschreitungen bei Sportveranstaltungen. Allerdings sind sie mit zusätzlichem Aufwand für alle Beteiligten verbunden. Wir setzen bei den beiden Konzerten von Ed Sheeran (16./17. September 2022 im Stadion Letzigrund Zürich) erstmals auf die neu entwickelte, mobile Lösung «Ticketcorner.Pass»: Das personalisierte, mobile Ticket, welches dem Ticketkäufer aufs Mobile geschickt wird, bietet höchste Flexibilität und Sicherheit und leistet einen sehr wirksamen Beitrag gegen Schwarzmarkt und Fälschungen. So wird beispielsweise der digitale Barcode für den Zutritt ins Stadion erst kurz vor dem Konzert dem Käufer übermittelt.

Können personalisierte Tickets Viagogo und anderen Händlern das Leben schwer machen?

Urs Wyss: Auf jeden Fall, sie erschweren den skalierbaren, digitalen Weiterverkauf sowie Fälschungen und Betrug.

Was war der letzte Event, an dem Sie als Privatperson gewesen sind?

Urs Wyss: Neben zwei Kongressen habe ich in den letzten Wochen ein Fussballspiel sowie den Auftritt der Ehrlich Brothers im Hallenstadion besucht.

Urs Wyss (55). Der ehemalige Journalist leitete von 1997–2003 das Sponsoring der Credit Suisse, war danach Geschäftsführer der Grasshopper Fussball AG sowie anschl. Managing Director des Sportvermarketers IMG Schweiz. Seit 15 Jahren ist Wyss in der Ticketcorner-Geschäftsleitung. Zunächst als CMO, seit drei Jahren führt er den Sales-Bereich. Beim Branchenverband «Sponsoring-Schweiz» ist er zudem Jury-Präsident des jährlichen „Excellence Award“.

Ticketcorner ist ein Schweizer Ticketing-Unternehmen mit Hauptsitz in Rümlang im Kanton Zürich. Das Unternehmen wurde 1987 gegründet und ist in der Schweiz mit einem Marktanteil von rund 65 Prozent Marktführer im Ticketing. Es verkauft pro Jahr rund 9,5 Millionen Tickets.

Circus Knie obsiegt – Viagogo unterliegt vor Bundesgericht

Mit Entscheid vom 24. Februar 2021 hiess das Handelsgericht St. Gallen eine Klage des Circus Knie gegen Viagogo mehrheitlich gut und erkannte, dass Viagogo in verschiedener Hinsicht unlauter handelte. Das Bundesgericht wies nun mit Urteil vom 27. Oktober 2021 die von Viagogo gegen diesen Entscheid erhobene Beschwerde – soweit es darauf eintrat – vollumfänglich ab.

Das Bundesgericht bestätigte, dass das Verhalten von Viagogo im Zusammenhang mit dem (Weiter-)Verkauf von Circus Knie-Tickets in mehreren Punkten täuschend und irreführend ist:

Zunächst ist die Angabe «ausverkauft» in dieser Allgemeinheit irreführend, weil sie so verstanden werden kann, dass über offizielle Verkaufskanäle keine Tickets mehr erhältlich sind. Diese Angabe täuscht über die Nachfrage und Begehrtheit der auf

zu vergleichen und nach allenfalls günstigeren Optionen zu suchen. Das Vorgehen von Viagogo «verhindert bewusst Markttransparenz». Die fehlende Vergleichbarkeit kann dazu führen, dass Kunden erheblich überteuerte Eintrittskarten erwerben.

Zudem qualifizierte das Bundesgericht den konkreten Bestellvorgang auf der Website von Viagogo als irreführend, indem der zu bezahlende Preis schrittweise erhöht wird, ohne zumindest am Schluss sichtbar sowie klar nachvollziehbar den Gesamtpreis zu nennen und dem Kunden für den Kaufentscheid eine Zeitdauer von mindestens drei Minuten zu gewähren.

Schliesslich ist es gemäss Bundesgericht auch unlauter, auf der Website Angaben wie «Nur noch (z.B.) 43 Tickets übrig» zu machen, die auf eine grosse Nachfrage oder ein knappes Angebot schliessen lassen, ohne klar darauf hinzuweisen, dass dies nur für das Angebot auf der Viagogo-Website gilt und derartige Angaben mit Warteschlangen sowie einem Countdown von weniger als zehn Minuten zu kombinieren.

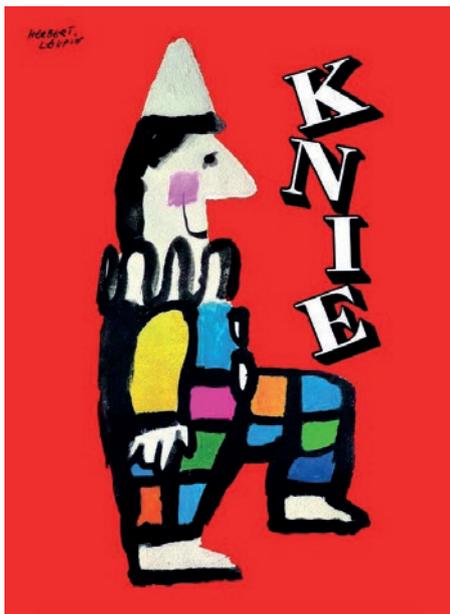
Damit sind die vom Handelsgericht St. Gallen ausgesprochenen Verbote höchststrichterlich bestätigt. Es ist Viagogo nun rechtskräftig unter Strafandrohung untersagt, Veranstaltungen des Circus' Knie als ausverkauft zu bezeichnen, solange bei der offiziellen Verkaufsstelle Ticketcorner noch Eintrittskarten erhältlich sind. Zudem ist es Viagogo gerichtlich verboten, falsche Bezeichnungen für Preiskategorien bzw. Sektoren zu verwenden und/oder falsche Sitzpläne abzubilden. Ferner hat Viagogo den Bestellvorgang und die Preisangaben transparent zu gestalten und es insbesondere zu unterlassen, Angaben zu machen, die auf eine grosse Nachfrage oder ein knappes Angebot schliessen lassen, ohne klar darauf hinzuweisen, dass dies nur für

KNIE

das Angebot auf der Webseite von Viagogo gilt und derartige Angaben mit einem Countdown von weniger als zehn Minuten zu kombinieren. Schliesslich ist es Viagogo untersagt, Eintrittskarten für Vorstellungen des Circus Knie anzubieten, ohne zumindest bei der Bestätigung des Einkaufs gleichzeitig sichtbar das Gesamttotal des Preises mit den einzelnen Positionen zu nennen und dem Kunden für den Kaufentscheid eine Frist von mindestens drei Minuten zu gewähren.

Circus Knie ist erfreut über das klare Urteil des Bundesgerichts. Nach jahrelangem Rechtsstreit liegt nun in der Schweiz erstmals ein höchststrichterliches Urteil vor, mit dem Viagogo in die Schranken gewiesen wird. Das Urteil des Bundesgerichts setzt insbesondere irreführenden und täuschenden Verhaltensweisen im Zusammenhang mit dem (Weiter-)Verkauf von Circus Knie-Tickets endgültig ein Ende.

Circus Knie freut sich, dass das Bundesgericht den Interessen der Besucher und Besucherinnen Rechnung trägt und irreführendem Verhalten beim (Weiter-)Verkauf von Tickets einen Riegel schiebt. Géraldine Knie, künstlerische Direktorin des Circus KNIE, ist erleichtert über das während laufender Tournee ergangene Urteil. «Es ist in dieser sowieso schon schwierigen Zeit ein Lichtblick für alle Besucherinnen und Besucher, dass bezüglich der Irreführung beim Ticketkauf eine wichtige Hürde genommen wurde. Wir hoffen, dass nicht nur Besucherinnen und Besucher von unseren Vorstellungen, sondern auch von anderen Unterhaltungsveranstaltungen von diesem deutlichen Votum für Klarheit und Transparenz profitieren und keine Besucher mehr durch irreführende Angebote von Viagogo getäuscht werden.»



der Viagogo-Website angebotenen Tickets und soll den Kunden so zu einem raschen Kauf von Tickets bewegen, die er sonst nicht (oder zumindest nicht bei Viagogo) erworben hätte.

Im Zusammenhang mit dem Bestellprozess erachtete das Bundesgericht weiter die Abbildung eines unzutreffenden Sitzplans und die Nennung von Preiskategorien, die nicht denjenigen des Circus Knie entsprechen, als unlauter und unzulässig. Dadurch wird potentiellen Kunden jegliche Möglichkeit genommen, das Angebot

60 Jahre

Konsumentenforum kf



Das Jubiläumsvorjahr vor zehn Jahren ging überschattet vom Tod von Dr. Emilie Lieberherr an, der langjährigen und engagierten Präsidentin des kf. Sie hat das kf in den frühen Jahren geprägt wie sonst keine. Solange es ihre Gesundheit zuließ, hat sie an unseren Veranstaltungen rege teilgenommen. Ihre geistige Präsenz, ihre Fröhlichkeit und ihr feiner Humor bleiben unvergessen. Am 1. Dezember 2011 konnten wir die Gründung des kf im festlichen Rahmen und in Anwesenheit vieler Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft, ehemaliger Präsidentinnen wie auch Vertreterinnen unserer Kollektivmitglieder, Einzelmitgliedern und den Mitgliedern der Geschäftsstelle feiern.

Die Zusammenarbeit in der Geschäftsleitung (Anm. der Redaktion: heute Vorstand genannt) war immer angenehm und freundschaftlich. Dank all jenen, welche diese ehrenamtliche Arbeit geleistet, ihr Wissen eingebracht und ihre Dossiers professionell verwaltet haben. Erstaunt hat mich immer wieder, mit wie viel Goodwill wir rechnen konnten. Sei dies durch die Teilnahme an den Podien oder Mitwirkung an der Erarbeitung unserer Merkblätter und Broschüren wie etwa der Impfbroschüre: Immer konnten wir auf die Bereitschaft namhafter Experten zählen. Um dieses Wissen noch besser zu nutzen und damit die Information

der Konsumenten noch professioneller erbringen zu können, haben wir an der Generalversammlung 2010 eine Statutenänderung beschlossen. Diese erlaubt es der Geschäftsleitung, Ausschüsse und Beiräte zu bilden. Damit konnte der Expertenbeirat, bestehend aus unseren Vertreterinnen und Vertretern in Kommissionen wie auch weiterer Experten und Fachleuten, gegründet werden.

Um zu erfahren, welche Sorgen die Konsumenten plagten, haben wir ab 2005 jährlich eine repräsentative Umfrage in Auftrag gegeben. Die aus diesem «Pulsmesser» gewonnenen Erkenntnisse haben die Agenda des kf wesentlich bestimmt. Über Jahre wurde die Liste angeführt von den Gesundheitskosten/Prämien, Pornographie im Internet, dubiose Geschäftspraktiken im Internet und aggressive und belästigende Werbung. Weitere Themen waren, um nur einige zu nennen, das Konsumentenschutzgesetz KIG, die Gen- und Nanotechnologie, die Postinitiative, der elektronische Geschäftsverkehr, die Agrarpolitik, das Versicherungsvertragsgesetz VVG, das CO₂-Gesetz, die Preisbekanntgabeverordnung, das Gesetz über technische Handelshemmnisse («Cassis de Dijon»-Prinzip), die Buchpreisbindung. Erfolge verbuchen konnten wir etwa bei der Ablehnung der Poststellen-Initiative und

der Buchpreisbindung, beim Versicherungsvertrag und der Preisbekanntgabepflicht für Mehrwertdienstnummern.

Ab 2009 hat der Druck der Verwaltung auf die vier Konsumentenorganisationen, sich zusammenzuschliessen, zugenommen. Acsi (Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana), frc (Fédération romande des consommateurs) und sks (Stiftung für Konsumentenschutz) haben sich im Januar zu einer Allianz zusammengeschlossen. Das kf ist dieser nicht beigetreten. Damit hätten wir unsere langjährige Strategie, im ständigen Dialog mit allen Marktplayern konsensorientierte Lösungen zu finden, aufgeben müssen. Leider sind wir durch diesen Entscheid von der Verwaltung bestraft worden, indem die Bundesgelder neu aufgeteilt und zu Gunsten der Allianz geändert worden sind.

Nun wünsche ich dem kf für die weiteren zehn Jahre weiterhin viel Erfolg!



Franziska Troesch-Schnyder
Präsidentin 2004–2013



SIX

Die Einzahlungsscheine werden abgelöst. Jetzt umstellen auf QR-Rechnung und eBill.

Am **30. September 2022** werden die roten und orangen Einzahlungsscheine vom Markt genommen. Die Rechnungsstellung wird dadurch einfacher, digitaler und automatisierter: dank der QR-Rechnung und eBill. Stellen Sie Ihre Kreditoren-, Debitorenbuchhaltung und Ihren Zahlungsverkehr darum rechtzeitig um. Und profitieren Sie von zahlreichen Vorteilen für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden.

Mehr erfahren Sie auf einfach-zahlen.ch/rechnungssteller

Sprechen Sie
jetzt mit
Ihrer Bank und
Ihrem Software-
Partner.

Unterstützt durch:

• SwissBanking

sgv  usam

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Federal Department of Economic Affairs,
Education and Research EAR
State Secretariat for Economic Affairs SECO



KONSUMHELDEN

Chips & Chips

Weltweit herrscht momentan ein Mangel an Chips, oder besser gesagt: Computerchips, sogenannten Halbleitern. Der Schweiz mangelt es auch an Chips. Allerdings an denen aus «Härdöpfel». Für die Leser, die nicht so am Ball sind, gibt's hier einen kurzen Einblick in die bizarre Chip-Situation.

Apple hat soeben bekannt gegeben, dass sie aufgrund des Chipmangels 10 Millionen (!) iPhones weniger als geplant herstellen. Das muss man sich einmal vorstellen: Vom neuen Flaggschiff, dem iPhone 13 Pro, der Königsklasse (mindestens für ein, zwei Monate) kann das wertvollste Unternehmen der Welt nicht genug produzieren. Und zwar nicht aus finanziellen Gründen. Nein, das Problem ist schlicht und einfach, dass nicht genug Komponenten vorhanden sind. Ein unglückliches Zusammenspiel von Umständen (unter anderem auch eine gewisse Pandemie) haben dazu geführt, dass weltweit seit gut einem Jahr Halbleiterhersteller dem Angebot nicht mehr nachkommen. Dementsprechend leidet natürlich nicht nur Apple – die gesamte Tech-Branche ist betroffen. Von der Automobilindustrie über Computerhersteller bis zu Hundeschermaschinen. Wo Elektronik im Einsatz ist, sind auch Chips.

Sind dies die Früchte der globalisierten Gesellschaft? Wahrscheinlich. Ich kann mir keine neue Grafikkarte kaufen, weil wegen eines Schneesturms in Texas die Chipmanufaktur stilllag. Aber wäre es auch anders möglich gewesen? Wahrscheinlich eher weniger. Es gibt einfach gewisse Produkte, die man nicht «entglobalisieren» kann. Es ist zum Beispiel absolut sinnfrei, lokale Computerproduktionen auf der ganzen Welt aufzubauen.

Allerdings gibt es ja auch andere, lokale Produkte, an denen es mangeln kann. Wie zum Beispiel Kartoffeln. Da der Sommer dieses Jahr buchstäblich ins Wasser gefallen ist, fiel auch die Kartoffelernte hundslausig aus. Die Folge: Chipsproduzenten haben nicht mehr genug Rohmaterial zum Verarbeiten. Experten meinen, wir würden den Chips-Mangel spätestens um Weihnachten herum spüren, wenn die Gestelle leer bleiben. Welch eine Ironie...



Bekenntnisse eines Pendlers

Heute Morgen hat der Bund in einem Communiqué bekannt gegeben, dass der öffentliche Verkehr mit weiteren 215 Millionen Franken unterstützen wird. Für die pandemiebedingten Umsatzausfälle, versteht sich. Freilich, während des Lockdowns tat sich nicht viel im ÖV. Aber ganz ehrlich: Ich als Pendler hab's genossen.

Ich pendle ein- bis zweimal die Woche von Kloten nach Bern und sonst nach Zürich. Da ich eine kleine Nacht-eule bin, ist die morgendliche Hinfahrt für mich von grosser Wichtigkeit. Da kann ich nämlich noch einmal gemütlich die Äuglein schliessen und «no es bitzli pfluuse». Doch auch die Rückfahrt ist nicht ungenutzt: Verpasste Vorlesungen können nachgeholt, Skripte durchgelesen werden, oder im schlimmsten Fall gönne ich mir die eine oder andere Episode des neusten Netflix-Hits. Da bin ich natürlich nicht allein, viele Pendler nutzen die Zeit im Zug zum Arbeiten. Es bietet sich halt auch an, gell. Wäre schade um die Zeit.



Daher war für mich die Zeit der Massnahmen und des Zuhausebleibens äusserst angenehm. Die Wagen waren so wunderbar leer! Es gibt doch nichts Schöneres als ein leeres Viererabteil mit Tisch, ganz für sich allein. So herrlich viel Platz für alles – Jacke, Rucksack, Sandwich, Laptop, alles konnte ich einfach so auf den Sitz neben dran stellen, denn ich wusste ja, dass niemand zusteigen würde. Die Beine konnte ich strecken, so viel ich wollte, und dann erst diese Ruhe... einfach schön.

Jetzt, wo die Zustände und Zugbelegungen sich wieder eingependelt (haha gependelt, versteht ihr) haben, ist es aus mit dem Komfort. Die Wagen sind wieder voll und lärmig. Und ja, ich weiss, dass das Meckern auf hohem Niveau ist. Und Pendler-Alltag. Aber wenigstens ist jetzt gerade eine angenehme Saison: Zu warm für Skifahrer (lästig wegen ihrer Ski) und zu kalt für Wandervögel (sehr lästig wegen ihrer Attitüde). Ich habe nichts gegen Wanderer, aber diese Ü-60-Wandergruppen tendieren dazu, dem ganzen Wagen in voller Lautstärke aus ihrem Leben zu berichten. Nein Petra, es interessiert mich nicht, ob Karin dir den Posten im Vereinsvorstand abknüpfen will. Aber ja, der Platz ist noch frei.

So, jetzt muss ich los. Zug fährt gleich.

Beiträge von
CP. Frank

Gesteuerte Konsumverhalten oder wie Bewertungsprogramme der Spontaneität den Garaus machten.



Bewertungen und Punktesysteme bestimmen unseren Alltag. Wir verlassen uns darauf in jeder Situation und ändern unser Konsumverhalten gemäss Produktangabe oder App. Bei der stetig wachsenden Anzahl an Angeboten ist dies sicher von Vorteil, damit man im Dschungel der unendlichen Möglichkeiten an Hotelunterkünften, Restaurants oder Zahnpasten nicht völlig verloren geht. Doch als Konsumheldin kann ich mir ein paar kritische Überlegungen zu diesem Thema natürlich nicht verkneifen, insbesondere aufgrund einer persönlichen Erfahrung, die mir vor ein paar Wochen widerfahren ist.

Wochenendausflug mit einer Freundin. Nach mehrstündiger Wanderung machen wir uns mit müden Beinen auf den Weg zurück ins Hotel. Meine Freundin – nennen wir sie mal Klara – hat plötzlich unglaublich Lust auf ein Snickers. Bei der Bezahlung im Bahnkiosk erklärt sie der verwirrten Verkäuferin, dass sie das Snickers gratis via Helsana-App beziehen möchte. Es stellt sich heraus, dass die Krankenkasse Klara für ihr sportliches Verhalten mit einem Snickers (und keiner anderen Schoggi) belohnt. Mir stellen sich gleich mehrere Fragen: wieso wird gesundes Verhalten mit künstlichem Zucker belohnt? Wenn schon Schoggi, wieso keine Schweizer Marke? Und wo bleibt da die eigene Entscheidungsfreiheit? Hatte Klara wirklich Lust auf ein Snickers, oder war sie nur von der Idee eines Schnäppchens angetrieben?

Nächster Tag. Es regnet in Strömen, doch wir geben nicht auf und erkunden die Ortschaft. Es gäbe einen Helsana-Trail (Vitaparcours) am Flussufer, ob wir nicht vorbei gehen könnten, fragt Klara. Ich bewundere sie, sei aber keine grosse Joggerin, schon gar nicht bei einem solchen Wetter, antworte ich darauf. Ach nein, wir gehen doch nicht rennen, sie brauche nur ein Foto des Helsana-Trail-Schildes, um weitere Punkte zu sammeln, meint sie. Ich versuche auf dem Weg zum Schild, den Sinn hinter dieser Aktivität zu finden, doch versage genauso erbärmlich wie mein durchtränkter Anorak an diesem regnerischen Sonntag.

Seitdem lassen mich meine Gedanken nicht mehr in Ruhe. Wo bleibt unsere Spontaneität, wenn wir nur noch gezielt auf Vorschläge von Waren- und Dienstleistungsanbietern hören? Wie unterscheiden wir zwischen natürlichem und manipuliertem Willen? Auf welche Fakten und Daten stützen sich Anbieter, die Produktbewertungen abgeben? Wie wollen wir Authentisches erleben, wenn wir alle den Empfehlungen von TripAdvisor folgen? Wenn ihr genauso nachdenklich werdet wie ich, ermuntere ich euch dazu, beim nächsten Ausflug oder Einkauf nur auf euer Bauchgefühl zu hören.

Beitrag von
Carmela Crippa



Kein bitterer Nachgeschmack für Konsumenten

Sammelklagen bergen zahlreiche Nachteile – gerade auch für Konsumentinnen und Konsumenten.

Sammelklagen werden als Heilmittel im Kampf für gleich lange Spiesse mit den Unternehmen angepriesen. Doch diese Behauptung ist realitätsfern und birgt auch viele Gefahren. Ein einfacherer Zugang zum Recht sowie professionelle Streitbeilegung sind die Antwort auf bestehende Herausforderungen.



Zur Freude einer handvoll spezialisierter Sammelklägeranwälte und den hinter ihnen stehenden Finanzierern hat sich in den USA, dem Stammland der Sammelklagen, unter dem Begriff „The Food Court“ eine Klageindustrie gegen Lebensmittelproduzenten herangebildet. Konnten Konsumenten zunächst noch über die abstrusen Klagen wegen zuviel Eis im Eiskaffee herzhaft lachen, zeigen sich diese je länger je besorgter. Die aktuelle US-Studie „The Food Court“ des „Institute for Legal Reform“ vom August 2021 zeigt, dass ein einzelner spezialisierter Sammelklägeranwalt der Drahtzieher hinter mehr als der Hälfte aller 2019/2020 im

Gliedstaat New York eingereichten Sammelklagen ist. Sein Steckpferd ist die Bekämpfung von Lebensmitteln mit Vanillegeschmack, zu denen er bereits mehr als 100 (!) unterschiedliche Sammelklagen konstruierte. Doch damit nicht genug. Er kämpft auch gegen „Yumions-Chips“ oder Karottenkuchendonuts, weil diesen Produkten die Vorzüge frischer Zwiebeln beziehungsweise echter Karotten fehlen. Er macht dabei weder Schäden noch Gefahren für Konsumenten geltend, sondern er bringt vor, die Konsumenten seien durch die Beschriftung der Produkte in die Irre geführt worden. Damit sollen Unternehmen durch die Aussicht auf zu teure und langwierige Gerichtsverfahren mittels Vergleich in die Knie gezwungen werden. Die Konsumenten gehen bei diesen Vergleichen regelmässig ganz oder fast leer aus. Belastet werden aber die Gerichtssysteme und die die Klagen abwehrenden Unternehmen, so das Fazit der genannten Studie.

Steigende Preise durch Klageindustrie

Sammelklagen oder allgemein Instrumente des kollektiven Rechtsschutzes lösen keine Probleme, sondern schaffen neue. In erster Linie beflügeln diese die Klageindustrie und die Phantasie der auf Sammelklagen spezialisierten Anwälte. Für Konsumenten mögen die Vorteile des kollektiven Rechtsschutzes zunächst verlockend klingen, weil man als Trittbrettfahrer profitieren kann. Doch das ist nur die eine Seite der Medaille. Denn Sammelklagen setzen zu oft eine gefährliche Spirale im Zivilprozessrecht in Gang, die nur schwer zu stoppen ist. Um für rechtliche Auseinandersetzungen gewappnet zu sein, müssen sowohl die Kläger-, wie auch die Beklagtenseite einen grossen, teuren Stab an Fachexpertinnen beschäftigen. Dies führte unweigerlich zu einer Klageindustrie, die für alle Beteiligten schädlich ist. Auch Konsumenten verlieren, da Unternehmen Kosten und Risiken einkalkulieren und auf die Produktpreise aufschlagen.

Mündige Konsumenten und Schieds- und Ombudsstellen

Die Instrumente des kollektiven Rechtsschutzes setzen grundsätzlich am falschen Hebel zur Problemlösung an. Weniger Auseinandersetzungen zwischen Konsumenten und Unternehmen erreichen wir durch einen stärkeren Fokus auf Schadensverhinderung und nicht durch den Ausbau von Rechtsdurchsetzungs-

instrumenten. Auch wenn Befürworter des kollektiven Rechtsschutzes in der Schweiz regelmässig vorbringen, dass man gerade keine US-Verhältnisse anstrebe und daher lediglich „milde“, weniger schädliche und neue zivilprozessuale Instrumente wolle, bleiben auch solche immer stark missbrauchsanfällig. Mit den heute zur Verfügung stehenden, digitalen Informationsquellen sind die Konsumenten jedenfalls informierter denn je. Falls man davon ausgeht, dass beim Konsumentenschutz Lücken bestehen, müssen bestehende Streitbeilegungsinstrumente ausgebaut und neue Schieds- und Ombudsverfahren geprüft werden. Diese Instrumente sind effizienter, nachweislich günstiger als Sammelklagen und schaffen vor allem weniger „Zivilprozess-Profiteure“ gemäss amerikanischem Beispiel. Zudem empfinden die beteiligten Parteien die erzielten Ergebnisse oftmals als „gerechter“, was für den Erhalt des Rechtsfriedens in unserem Land nicht zu unterschätzen ist.

Gesetzesrevision mit Augenmass

Die Wirtschaft unterstützt die aktuell durch das Parlament beratene Revision der schweizerischen Zivilprozessordnung und damit einhergehend auch die zahlreichen voraussichtlich bald in Kraft tretenden Verbesserungen zur Erleichterung des Zugangs zum Recht. Darüber hinausgehende Gesetzesvorlagen mit nachteiligen, missbrauchsanfälligen Instrumenten aus anderen Rechtssystemen bergen die Gefahr, gerade auch bei den Konsumenten statt süsslichem Vanilleduft einen bitteren Nachgeschmack zu hinterlassen.

Sandrine Rudolf von Rohr

Lic. iur. LL. M. Sandrine Rudolf von Rohr ist Rechtsanwältin und stv. Bereichsleiterin Wettbewerb und Regulatorisches bei economiesuisse. Sie befasst sich unter anderem mit dem Thema kollektiver Rechtsschutz.





10 Tipps, damit Ihre Spende ankommt

Im Advent spenden viele Menschen für einen guten Zweck. Sie werden in dieser Jahreszeit auf immer vielfältigere Weise um Spenden gebeten. Die 10 Tipps der Zewo helfen Ihnen, den Überblick beim Spenden zu behalten.

Wählen Sie jene Art zu spenden, die am besten zu Ihnen passt.

Sie können sich auf unterschiedliche Weise für eine gute Sache einsetzen. Zum Beispiel mit einem freiwilligen Engagement, indem Sie Ihre Zeit regelmässig einem gemeinnützigen Zweck widmen. Mit einer Sachspende, wenn Hilfswerke ausdrücklich um bestimmte Güter bitten. Oder mit einer Geldspende, die es gemeinnützigen Organisationen ermöglicht, dort zu helfen, wo es dringend nötig ist. Mit der Suche auf www.zewo.ch finden Sie mit wenigen Klicks heraus, welches Hilfswerk um welche Art von Spenden froh ist.

Überlegen Sie, was Ihnen besonders wichtig ist.

Lassen Sie sich beim Spenden nicht nur von Emotionen leiten. Achten Sie bei der Auswahl auch auf sachliche Information. Schauen Sie auf www.zewo.ch nach, wo die Zewo vom Spenden abrät. Und informieren Sie sich vor dem Spenden über Hilfsorganisationen, die Sie nicht kennen.

Unterstützen Sie nur vertrauenswürdige Hilfsorganisationen.

Achten Sie beim Spenden immer auf das Zewo-Gütesiegel. Hilfsorganisationen, die es tragen, sind vertrauenswürdig. Sie werden von der Zewo regelmässig auf den gewissenhaften Umgang mit Spenden kontrolliert und erfüllen strenge Anforderungen.

Ermöglichen Sie echte Veränderung.

Ihr Spendenfranken bewirkt am meisten, wenn Sie Ihr Spendenbudget auf wenige, dafür sorgfältig ausgewählte Hilfsorganisationen verteilen. Unterstützen Sie diese regelmässig. Denn Veränderungen brauchen Zeit. Wer häufig wechselt, erhält besonders viele Sammlungsaufrufe. Denn viele Hilfsorganisationen wissen, dass Sie grosszügig sind und gerne spenden. Verzetteln Sie sich also nicht beim Spenden. Das reduziert auch die Post in Ihrem Briefkasten und in Ihrer Mailbox.

Überweisen Sie Ihre Spende ohne Abzüge.

Die meisten Menschen spenden so, wie sie sonst ihre Zahlungen machen, mittels E-Banking, per Zahlungsauftrag oder am Postschalter. Für regelmässige Beiträge richten sie einen Dauerauftrag oder ein Lastschriftverfahren ein. Viele haben mittlerweile auch eine Bezahl-App auf ihrem Mobiltelefon installiert. Damit können sie Zahlungen erfassen und Geldbeträge überweisen. Kreditkarten kommen beim Spenden im Internet zum Zug, und SMS wird manchmal für spontane Spenden genutzt. Achten Sie insbesondere beim Einsatz von Kreditkarten, Bezahl-Apps, Zahlungsaufträgen oder Einzahlungen am Postschalter darauf, welche Gebühren, Kommissionen oder Spesen für Ihre Überweisung anfallen.

Spenden Sie im Internet direkt auf der Website der Hilfsorganisation.

Die meisten Hilfsorganisationen haben eine Website, auf der Sie direkt spenden können. So gelangt Ihre Spende ohne Umwege zum Hilfswerk. Bei Internetplattformen von Dritten bleibt oft ein Teil Ihrer Spende bei den Betreibern zurück. Seien Sie sich bewusst, dass die Betreiber von Internetplattformen kaum kontrollieren können, ob eine Hilfsorganisation seriös ist und ob sie Ihre Spenden für den angegebenen Zweck verwendet. Achten Sie auch beim Spenden im Internet darauf, ob eine Organisation sich an die Standards der Zewo hält und das Gütesiegel trägt.

Spenden Sie mit dem neuen QR-Code wie gewohnt.

Die Banken und die Post verarbeiten nach dem 30. September 2022 die herkömmlichen Einzahlungsscheine nicht mehr. Die roten und orangen Einzahlungsscheine werden jetzt nach und nach durch einen schwarzweissen QR-Code im Zahlteil einer QR-Rechnung abgelöst. Der neue QR-Code funktioniert auch zum Spenden. Er enthält alle Informationen, die nötig sind, um Ihre Spende zu überweisen. Sie können damit wie gewohnt spenden.

Achten Sie auf den Datenschutz.

Zertifizierte Hilfsorganisationen respektieren den Datenschutz und geben Ihre Daten nicht an andere Hilfswerke weiter. Als Spenderin oder Spender erhalten Sie einmal im Jahr eine Spendenbestätigung für Ihre Steuerklärung. Zudem erfahren Sie regelmässig, welche Fortschritte dank Ihrer Spende gemacht wurden und wo weitere Hilfe nötig ist. Kontaktieren Sie das Hilfswerk, wenn Sie zu viel Post

erhalten. Zertifizierte Hilfswerke werden Ihre Wünsche berücksichtigen. Bei Spenden im Internet bestimmen Sie selber, wer Ihre Daten nutzen darf. Lesen Sie die Datenschutzerklärung auf der Website des Hilfswerks und wählen Sie jene Einstellungen, die für Sie passen.

Ein Geschenk verpflichtet nicht.

Manche Spenderinnen und Spender freuen sich über kleine Geschenke, vor allem wenn sie nützlich sind. Andere ärgern sich über unnütze Beilagen. Wichtig ist zu wissen: Ein Geschenk verpflichtet Sie nicht zu einer Spende. Behalten Sie es oder geben Sie es weiter, wenn Sie keine Verwendung dafür haben. Teilen Sie dem Hilfswerk mit, wenn Sie keine Geschenke mehr erhalten möchten. Zertifizierte Organisationen berücksichtigen Ihre Wünsche gerne.

Übernehmen Sie keine Patenschaften für ein einzelnes Kind.

Patenschaften für ein persönliches Patenkind, das Ihnen Briefe schreibt und das Sie besuchen können, sind problematische Marketinginstrumente. Denn sie vermitteln ein falsches Bild. Die Hilfe kommt nicht direkt Ihrem persönlichen Patenkind zugute. Sie können weder auf seine Entwicklung Einfluss nehmen noch können Sie bei einem Besuch beurteilen, wie Ihre Spende wirkt. Seien Sie also konsequent. Übernehmen Sie lieber eine Patenschaft für ein Projekt, das einer ganzen Gemeinschaft zugute kommt. Denn Kinder brauchen für ihre Entwicklung ein intaktes Umfeld, medizinische Grundversorgung, sauberes Trinkwasser, gesunde Nahrung und Bildungsmöglichkeiten.

Box zur Zewo

Die Stiftung Zewo informiert Spenderinnen und Spender über gemeinnützige Organisationen, die in der Schweiz Spenden sammeln. Sie zeichnet jene Hilfswerke, die sich von ihr kontrollieren lassen und ihre Standards einhalten, mit dem Zewo-Gütesiegel aus. Alles rund ums Spenden erfahren Sie auf www.zewo.ch



**Ihre Spende
in guten Händen.**

Besser heute schon an morgen denken

Wer sich rechtzeitig mit einer umfassenden Vorsorgeplanung befasst, profitiert: Durch die Erhaltung des Lebensstandards im Alter, durch die Absicherung seiner Liebsten und durch die Festlegung seines Willens auch für den Fall, dass man selbst nicht mehr entscheiden kann.



AHV, Pensionskasse, Rentenalter: Für viele Menschen, die mitten im Berufsleben stecken, sind diese Themen weit weg. Auch die Entscheidung, was im Falle einer Urteilsunfähigkeit geschehen soll oder wie wir den Nachlass regeln, verdrängen wir gerne. Das ist absolut verständlich – und doch auch etwas kurzsichtig. Denn um den sogenannten dritten Lebensabschnitt, um den Krankheitsfall oder die eigene Sterblichkeit kümmert man sich besser, bevor es zu spät ist. Im Folgenden geben wir Ihnen fünf Empfehlungen für Ihre eigene rechtzeitige Vorsorgeplanung.

1 – Profitieren Sie mit einer Vorsorge in der 3. Säule

Wenn nach der Pensionierung der Lohn wegfällt, bleiben die AHV (1. Säule) und die Pensionskasse (2. Säule). Diese reichen jedoch oft nicht, um das Leben in finanzieller Hinsicht gleich weiterführen zu können wie bisher. Um Abhilfe zu schaffen, wurde die 3. Säule geschaffen: Was Sie heute einzahlen, kommt Ihnen morgen zugute.

Zu der Steuerersparnis (siehe Punkt 2) kommt ein weiterer Vorteil: Während Geld auf einem Privatkonto im momentanen Tiefzinsumfeld kaum Ertrag bringt, erhalten Sie auf einem Säule-3a-Vorsorgekonto immerhin 0,1 Prozent Zins – rund das Zehnfache eines Standardsparkontos. Noch

mehr Rendite erzielen Sie mit einer Vorsorge-Wertschriftenlösung: Wer einen längeren Anlagehorizont hat und bei Kursschwankungen nicht gleich nervös wird, hat hier schöne Ertragsaussichten.

2 – Sparen Sie Steuern und halten Sie sich alle Optionen offen

Wenn Sie auf ein Vorsorgekonto einzahlen – im Jahr 2021 liegen die Maximalbeiträge bei 6883 Franken für Arbeitnehmer mit Pensionskasse und bei 34'416 Franken (maximal 20 Prozent des Netto-Einkommens) für Selbständige ohne Pensionskasse – dann können Sie diese Beträge von den Steuern abziehen. Bei einer Einlage von 6000 Franken resultiert so eine Steuerersparnis von rund 1000 Franken. Oder anders formuliert: Der Staat unterstützt Ihre Vorsorge mit rund einem Fünftel.

Vorsorgegelder sind zweckgebunden. Das heisst, Sie können das Ersparte erst bei der Pensionierung oder maximal fünf Jahre vor dem AHV-Alter beziehen. Doch es gibt Ausnahmen: Sie können beispielsweise Ihr Erspartes der Säule 3a auch beziehen, um ein Eigenheim zu finanzieren oder wenn Sie sich selbständig machen wollen.

3 – Sichern Sie Ihre Liebsten im Falle eines Falles ab

Nicht nur das Alter, auch ein Unfall oder eine Krankheit können dazu führen, dass Sie nicht mehr urteilsfähig sind. Haben Sie für diesen Fall nichts unternommen, kann es sein, dass bei grösseren Entscheidungen die Kindes- und Erwachsenenschutzbehörde KESB eingreift und einen Beistand bestimmt. Wenn Sie das nicht möchten, können Sie einen Vorsorgeauftrag aufsetzen. Darin regeln Sie, wer Sie in Ihren persönlichen, finanziellen und rechtlichen Handlungen vertreten darf.

Auch für medizinische Notfälle können Sie vorsorgen, damit Ihre Angehörigen in einer schweren Situation keine Entscheide fällen müssen und Ihr Wille befolgt wird. In einer Patientenverfügung können Sie festlegen, ob alles getan werden soll, um Ihr Leben zu retten oder ob Sie etwa im Falle einer drohenden Pflegebedürftigkeit auf lebenserhaltende Massnahmen verzichten wollen. So können Sie auch hier ausschliessen, dass das Erwachsenenschutzrecht Regelungen trifft, die Ihnen womöglich nicht behagen.

4 – Regeln Sie den Nachlass nach eigenem Willen

Zur Vorsorgeplanung gehört auch die Regelung des Nachlasses. Drei Instrumente stehen Ihnen hier zur Verfügung: Testament, Erbvertrag und Ehevertrag. Mit einem Testament können Sie die Erbfolge unter Berücksichtigung der Pflichtteile abändern. So können Sie etwa sicherstellen, dass Ihr Ehepartner auch nach Ihrem Tod im Haus oder der Wohnung bleiben kann. Das auf den 1. Januar 2023 in Kraft tretende revidierte Erbrecht gibt Ihnen künftig mehr Freiheiten, über Ihr Erbe zu verfügen: Unter anderem werden die Pflichtteile reduziert.

Wenn Sie sich schon heute ganz von den gesetzlichen Pflichtteilen befreien und Ihren Nachlass nach individuellen Bedürfnissen regeln wollen, haben Sie die Möglichkeit, einen Erbvertrag aufzusetzen. Dies ist eine Vereinbarung zwischen Ihnen als Erblasser und einer oder mehreren Vertragsparteien, meist den pflichtteilsgeschützten Erben. Mit einem Erbvertrag können Sie etwa festlegen, dass Ihr Ehepartner das ganze Vermögen erbt, Ihre Kinder

(vorläufig) verzichten und erst zum Zuge kommen, wenn der zweite Elternteil stirbt. Ein Erbvertrag kann jedoch nur abgeschlossen werden, wenn die pflichtteilsgeschützten Erben handlungsfähig, das heisst urteilsfähig und mündig, sind.

Das eheliche Güterrecht regelt die Vermögensverhältnisse der Ehegatten und legt den Güterstand fest. Ohne Regelung ist dies meist die Errungenschaftsbeteiligung: Mit einem Ehevertrag können Sie den Güterstand ändern und Gütergemeinschaft oder Gütertrennung vereinbaren.

5 – Informieren Sie sich und lassen Sie sich beraten

Vorsorgeplanung ist ein weites Thema mit komplexen Sachverhalten, vielen individuellen Lösungen und weitreichenden Entscheidungen. Wir empfehlen Ihnen deshalb, Informationen einzuholen und sich von einem Finanzspezialisten oder einer juristischen Expertin beraten zu lassen. Damit alles so geregelt ist, wie Sie es wollen.

Michael Ebner

Stv. Filialleiter Ersparniskasse Schaffhausen
www.ersparniskasse.ch

Zum Autor:

Michael Ebner ist stellvertretender Leiter der Filiale Weinland der Ersparniskasse Schaffhausen. Er berät Kundinnen und Kunden persönlich und unkompliziert in Finanzierungs- und Vorsorgefragen.

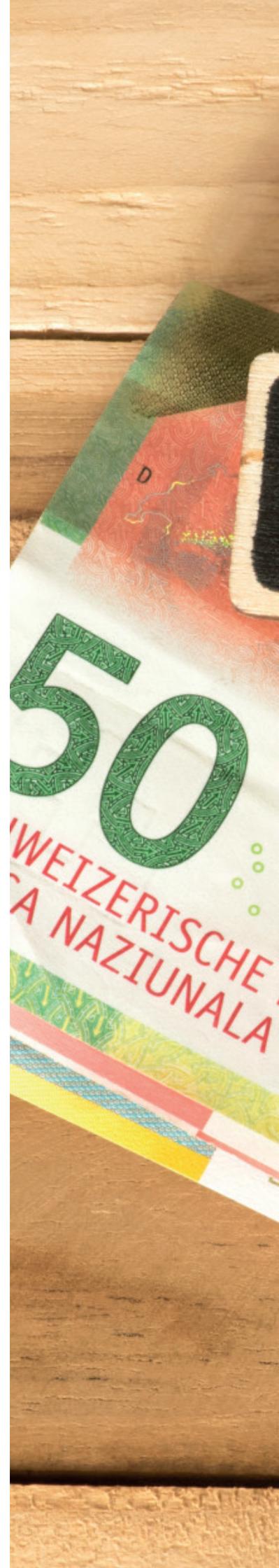


Versicherungsbroker als Konsumentenschützer – Ein Plädoyer für Courtagen in der 2. Säule

Die berufliche Vorsorge ist ein komplexes Geschäft. Verordnungen, Gerichtsurteile oder Handhabungen des BSV haben das ursprüngliche Bundesgesetz über die berufliche Alters-, Hinterlassenen- und Invalidenvorsorge, welches am 01.01.1985 in Kraft trat, weiter ergänzt. Aufgrund dieser gestiegenen Komplexität sind insbesondere KMU auf externen Rat angewiesen. Der unabhängige Versicherungsbroker – im Grunde genommen ein Versicherungstreuhänder – ist die zentrale Schnittstelle zwischen Kunde und Anbieter. Er berät die Kunden in strategischen Fragen der Organisation der beruflichen Vorsorge, evaluiert in Abstimmung mit der Arbeitnehmervertretung optimale Vorsorgelösungen und unterstützt sie bei der Auswahl wichtiger Parameter wie Sicherheit, Verzinsung, Umwandlungssatz oder bei Fragen zum Anlagebereich. Bei all diesen Entscheidungen wird der unabhängige Broker von Arbeitgebern, Personalvorgesetzten sowie Mitarbeitern gleichermaßen zu Rate gezogen. Entschädigt wird der Broker für seine Dienste über Courtagen, Honorare oder einer Mischform davon. Die Hoheit über die Entschädigungsart liegt beim Kunden – ihm obliegt es zu entscheiden, wie der Broker entschädigt werden soll.

Genau diese Vertragsfreiheit zwischen Broker und Kunde ist einigen politischen Kreisen ein Dorn im Auge. Um was geht es konkret? In der Botschaft zur Änderung des Bundesgesetzes über die Alters- und Hinterlassenenversicherung (AHV) wurde ein Artikel 69 E-BVG eingefügt, der dem Bundesrat die Kompetenz erteilen soll, die Vermittlerentschädigung auf Verordnungsweg zu regeln – dies notabene nach der ordentlichen Vernehmlassung und ohne Konsultation der betroffenen

Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertreter oder der Branchenverbände. Bundesrat Berset wird in seinen Bemühungen um ein Courtagenverbot in der 2. Säule vom gewerkschaftsnahen PK-Netz sowie dem Schweizerischen Pensionskassenverbands ASIP unterstützt. Courtagen sind nichts anderes als die originäre Entschädigung des Versicherungsbrokers und nicht erfolgsabhängig, das heisst weder von Neuabschlüssen noch von Umplatzierungen abhängig. Die Courtagen werden auf der Risiko- und Kostenprämie und eben nicht auf die Sparprämie oder dem Altersguthaben berechnet und von den Lebensversicherern und Sammelstiftungen getragen. Von niedrigeren Renten, wie das von diversen Kreisen immer wieder kolportiert wird, kann also keine Rede sein, denn die Brokerentschädigung ist lediglich ein kleiner Teil der Verwaltungskosten in der beruflichen Vorsorge. Die Professoren Hato Schmeiser und Martin Eling warnen in einer Studie der Universität St. Gallen ausdrücklich vor einem Courtagenverbot, welches zu weniger Wettbewerb und Förderung der Vertriebsstrukturen grosser Versicherer führen könnte. Dies konnte man in Grossbritannien, den Niederlanden oder auch in Dänemark oder Finnland, die alle ein Provisionsverbot bereits kennen, beobachten. In diesen Ländern hat sich die unabhängige Versicherungsvermittlung stark zurückgebildet, grosse Gewinner waren die Versicherungsgesellschaften, die ihre Verkaufs- und Beratungstätigkeiten ausbauen konnten – Leittragende waren die Konsumenten. Statt auf ein einseitiges Courtagenverbot in der beruflichen Vorsorge zu setzen, plädieren die beiden Professoren für höhere Anforderungen in den drei Bereichen Transparenz, Ausbildung und Haftung.





Hinsichtlich der Transparenz besteht mit Art. 48k, Abs. 2 der BVV2 bereits eine solide Basis. Der Broker ist dem Kunden, Arbeitgeber und Arbeitnehmer, verpflichtet und muss beim ersten Kundenkontakt über die Art und Herkunft der Entschädigung orientieren. Es muss zwingend eine schriftliche Vereinbarung über die Entschädigung getroffen werden. Mit der anstehenden Teilrevision des Versicherungsaufsichtsgesetzes werden der Versicherungsvermittlung im Bereich Offenlegungspflicht und Vermeidung von Interessenkonflikten strengere Vorgaben auferlegt. Bei der Ausbildung haben die beiden Branchenverbände SIBA und ACA Handlungsbedarf erkannt und zusammen mit der IAF den Zertifikatslehrgang Dipl. Berater/in berufliche Vorsorge ins Leben gerufen. Mit diesem Lehrgang sollen Broker in der beruflichen Vorsorge eine fundierte und hochwertige Ausbildung geniessen, um den komplexen Herausforderungen in der 2. Säule gerecht zu werden.

Ein Courtagenverbot würde einem fundamentalen Paradigmenwechsel gleichkommen und nichts anderes als eine Einschränkung der Vertrags- und Wirtschaftsfreiheit von mündigen KMU bedeuten. Aus diesem Grund wehren sich sowohl der Schweizerische Arbeitgeberverband, Gewerbeverband sowie der Versicherungsverband gegen den Art. 69 E-BVG. Der Ständerat hat als Erstrat eine entsprechende Regelung für die Entschädigung von Brokern in der 2. Säule bereits klar abgelehnt. Nun liegt es am Nationalrat, dieser mühseligen Geschichte ein jähes Ende zu setzen.

Zum Autor:

Marco Natoli ist Ökonom und seit Juli 2020 Geschäftsführer der SIBA Swiss Insurance Brokers Association.



Das Medienpaket nützt vor allem den Konsumentinnen und Konsumenten

Am 13. Februar 2022 stimmen wir über das Referendum zum «Massnahmenpaket zugunsten der Medien» ab. Das Medienpaket stellt mit einer befristeten Investition in den Schweizer Journalismus die Informationsversorgung sicher – das Fundament der freien Meinungsbildung in unserer direkten Demokratie. Der Bundesrat und eine Mehrheit des Parlaments empfehlen deshalb ein Ja zum Medienpaket.

Schweizer Medien sind überlebensnotwendig für unsere Demokratie. Denn vielfältige, glaubwürdige und manchmal auch kritische Berichterstattung ist das Fundament für die freie Meinungsbildung. Die Presseförderung hat in der Schweiz deshalb seit 1848 Tradition und bewährt sich als Instrument. 50 Millionen Franken an Presseförderung spricht der Bund jährlich, früher betrug die Presseförderung auch schon 100 Millionen Franken.

Da die journalistische Grundversorgung der Bevölkerung unter Druck steht, sehen Bundesrat und Parlament nun Handlungsbedarf. Obwohl Print-Angebote noch immer mehr Leute erreichen, wandert die Leserschaft in Richtung Online ab. Die Zahlungsbereitschaft der Konsumenten ist online aber deutlich tiefer als bei gedruckten Zeitungen. Bleiben die Werbeeinnahmen, doch auch diese sinken bei Zeitungen wie auch bei privaten Radio- und TV-Stationen seit Jahren und fließen zu globalen Internetkonzernen wie Facebook oder Google.

Das Medienpaket erhält die Vielfalt und sichert Zugang zu hochwertigen Informationen

Mit den drei Säulen Print-Förderung, Digital-Förderung sowie allgemeine Massnahmen für das gesamte Mediensystem liegt ein Bündel an wirkungsvollen Überbrückungslösungen vor. Insgesamt sollen so, befristet auf sieben Jahre, die Fördergelder um 123 Millionen Franken pro Jahr ausgebaut werden.

Die Überbrückungslösungen unterstützen rund 170 Zeitungen und Zeitschriften in allen Landesteilen der Schweiz und ermöglichen deren flächendeckenden Vertrieb in alle Ecken der Schweiz. Auch werden Publikationen von gemeinnützigen Organisationen und Parteien jeder politischer Ausrichtung berücksichtigt. Eine Vielzahl von Online-Newsplattformen sowie 21 Lokalradios und 13 Regionalfernsehen in allen Sprachregionen profitieren ebenfalls durch das Medienpaket. Weiter werden für die Medienbranche wichtige Organisationen wie Nachrichtenagenturen, Institutionen für die Ausbildung von Journalisten und Journalistinnen oder Branchenorganisationen wie zum Beispiel der Presserat unterstützt.

Unabhängigkeit der Schweizer Medien an oberster Stelle

Die Unabhängigkeit der Medien ist unabdingbar für unsere Demokratie und wird auch mit dem Medienpaket bewahrt, denn die Fördergelder sind nicht an einen Leistungsauftrag gebunden. Vielmehr orientieren sie sich am Markt und setzen dort an, wo es dem Konsumenten bereits wert ist, Geld auszugeben. Ein liberaler Ansatz. Und unabhängig berichten können Medien nur, wenn sie finanziell nicht um ihre Existenz kämpfen müssen.

Kleine und mittlere Medienhäuser erhalten proportional deutlich mehr Fördergelder als die grossen. Damit anerkennt der Gesetzgeber den Fakt, dass die Schweiz von unterschiedlichen Kulturen und Sprachräumen lebt. Regionale Medien geben dem Gewerbe, dem Vereinsleben, den lokalen KMU, dem regionalen Sport und der lokalen Politik eine Plattform und eine Stimme.

Das Medienpaket ist also ein gutschweizerischer Kompromiss, der im Endeffekt der Schweizer Medienlandschaft und vor allem Konsumenten zugute kommt.



Drei Fragen an Lorenz Hess, Nationalrat Die Mitte, Mitglied JA-Komitee «Die Meinungsfreiheit»



Sie positionieren sich klar bürgerlich, sind aber für das Medienpaket – warum?

Lorenz Hess: Das Medienpaket ist eine liberale Lösung. Es orientiert sich daran, wie die Medienunternehmen im Markt bestehen. Eine Mehrheit meiner Partei und der politischen Mitte hat sich aber nicht nur deswegen für das Medienpaket ausgesprochen. Es ist vor allem für die Randregionen besonders wichtig. Es stärkt die Marktfähigkeit von Medien-KMU, welche einen wichtigen Beitrag zur Informationsversorgung und Meinungsbildung in unserer föderalistischen Schweiz leisten.

In ihrem Kanton sinkt die Medienvielfalt – auch wegen Sparmassnahmen der TX Group. Wieso soll diese dann unterstützt werden?

Lorenz Hess: Den Zusammenschluss von Bund und Berner Zeitung beobachte ich natürlich mit kritischem Auge. Er zeigt aber auch: Qualitätsjournalismus ist nur noch schwierig zu finanzieren. Die TX Group verdient ihr Geld ja vor allem in anderen Märkten. Zudem gibt es auch positive Neuigkeiten in Bezug auf die Medienvielfalt: Ein neues Portal – «Die Hauptstadt» - wurde gerade lanciert. Sie würde auch von der Online-Förderung profitieren – als Startup sogar besonders.

Wie soll ein Medium staatskritisch schreiben, wenn es vom Staat Geld erhält?

Lorenz Hess: Die Medienförderung gibt es schon lange und hat sich über die letzten Jahrzehnte bewährt. Zudem lese ich sehr wohl staatskritische Beiträge in unseren Medien. Die Fördergelder im Medienpaket sind an keinen inhaltlichen Leistungsauftrag gebunden, ich sehe deshalb absolut keinen Grund für die Gefährdung der Unabhängigkeit unserer Medien. Im Gegenteil: Nur kommerziell gesunde Medienunternehmen können ihre Verantwortung wahrnehmen und kritisch berichten. Hier setzt das Medienpaket an.

AGB-Check-Tool prüft Klauseln blitzschnell

Mit dem AGB-Check-Tool finden Sie Verlängerungsklauseln im Kleingedruckten von allgemeinen Geschäftsbedingungen. Das AGB-Check-Tool hebt heikle Passagen hervor und gibt eine erste Einschätzung.

In Windeseile alle Klauseln einer allgemeinen Geschäftsbedingung (kurz AGB) prüfen: Das ist neu möglich dank dem AGB-Check-Tool der Allianz der Konsumentenschutzorganisationen.* Regelmässig verbergen sich in den AGB mehrere Klauseln zum Nachteil von Kunden. Firmen und Dienstleister nutzen diese oft dazu, ihren Kunden zusätzliche Vertragspflichten aufzubürden. So optimieren Unternehmen die Rechtslage einseitig zu ihren Gunsten.

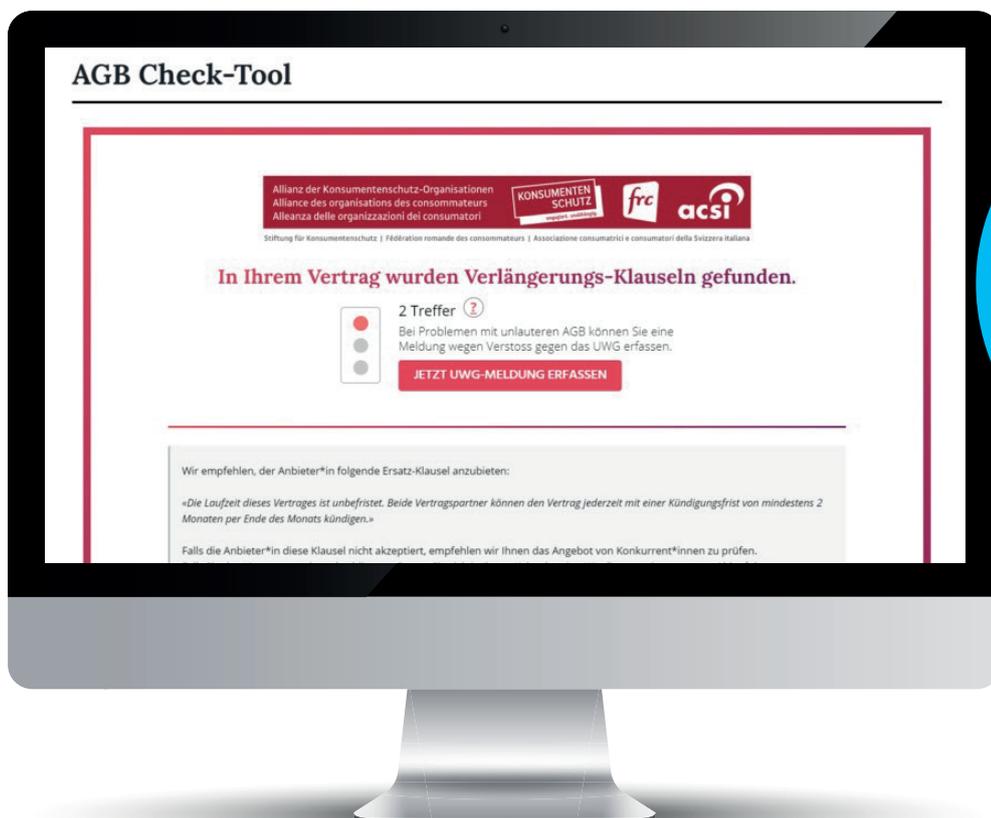
Ein bekanntes Beispiel hierfür sind automatische Vertragsverlängerungen. Wenn ein Kunde nicht innert Frist kündigt, verlängert sich das gelöste Abonnement einfach um eine weitere Vertragsdauer.

Hier hilft das AGB-Check-Tool: Es durchsucht den AGB-Text nach Passagen, in denen eine automatische Verlängerung formuliert ist. Die gefundenen Passagen markiert das Tool. Das ermöglicht schnell und einfach Transparenz.

Die AGB können auf folgende Arten eingefügt werden:

1. Link im Textfeld: Kopieren Sie den Link zu den AGB der Anbieter und fügen Sie den Link ins Textfeld links ein.
2. Text im Textfeld: Kopieren Sie den AGB-Text und fügen Sie ihn ins Textfeld links ein.
3. Datei-Upload: Sie können die AGB als PDF oder Word-Dateien hochladen.

Nach dem Einfügen startet das AGB-Check-Tool die Überprüfung mit einem Klick auf «Analysiere den Text». Wenn das Tool in den AGB eine Verlängerungs-Klausel findet, markiert es die betroffene Stelle. Das Beispiel unten zeigt die AGB der Fitnessstudios von Basefit. Basefit sieht in seinen AGB eine automatische Verlängerung vor. Wenn die Kündigung nicht über 3 Monate vor Ablauf erfolgt, verlängert Basefit den Vertrag automatisch. Diese und ähnliche Passagen findet das neue AGB-Check-Tool blitzschnell. Erfahren Sie dazu mehr im untenstehenden Link.



Das
AGB-Check-Tool
steht **gratis**
zur Verfügung
unter:

[www.konsumentenschutz.ch/
agb-check](http://www.konsumentenschutz.ch/agb-check)

*SKS, FRC, ASCI. Das Konsumentenforum gehört nicht zu dieser Allianz.

Babettes Schlusswort



Yvonne Benoit-Rudolf – Claire Schibler-Kägi – Emilie Lieberherr – Monika Weber – Margrit Krüger – Katharina Hasler – Lilo Steffen – Franziska Troesch – Babettes Sigg Frank - alle diese kf-Präsidentinnen, alle diese Frauen von unterschiedlicher Herkunft, aus einem breiten politischen Spektrum, von der SP und den Grünen über den Landesring und die CVP zur FDP, hatten ein Ziel: die Konsumenten mit einer vernünftigen Konsumentenpolitik in den Mittelpunkt zu stellen. Sie brachten das Konsumentenforum kf voran, jede auf ihr Art und Weise. Jede hinterliess ihrer Nachfolgerin ein Vermächtnis, das diese ernst nahm. Sie gaben dem kf einen Platz in der Schweizer Vereins- und Verbandslandschaft, haben mitgeholfen, das kf zu etablieren, sie haben ihm in der heute 60jährigen Geschichte ein hervorragendes Renommee verschafft. Sie haben die Marke kf zu einem begehrten «Brand» gemacht. Handel und Wirtschaft schätzen das kf, das sich immer wieder neu erfindet – erfinden muss – und dabei das Wesentlichste, den Forumsgedanken, nicht vergisst. Ja, Forum statt Arena, das ist es, was das kf lebt und was es von anderen Konsumentenorganisationen diametral unterscheidet, und gerade das schätzen Handel und Wirtschaft, Unternehmen und Verbände als Partner des kf ausserordentlich. Mit der kostenfreien Rechtsberatung für jeden und mit vier Ombudsstellen manifestiert das kf, dass es als Vermittlerin ernstgenommen wird.

60 Jahre kf – es ist nicht selbstverständlich, dass wir dieses Jubiläum feiern dürfen. Abgesehen von der Corona-Pandemie, die über lange Monate keine Zusammenkünfte erlaubte, gab es in der stürmischen und wechselvollen Geschichte der einzigen liberalen Konsumentenorganisation immer wieder schwierige, manchmal fast ausweglose Momente. Es ist pragmatischen Präsidentinnen zu verdanken, dass das kf heute aufrecht und selbstbewusst sei-

nen Platz behaupten kann. Sie haben immer wieder Wege und Lösungen gefunden, den Weg weiterzugehen. Dies mit Kreativität, mit dem Gewinnen von Weggefährten, mit dem Vergrössern des Netzwerkes. Es ist genau der Moment, diese Frauen zu würdigen! Und es passt zu einem anderen Jubiläum, das Frauenorganisationen dieses Jahr feiern durften: das Erlangen des Stimm- und Wahlrechts. Wir müssen es uns vor Augen halten: am Gründungstag des kf hatten die Teilnehmerinnen noch zehn lange Jahre auf ihre politische Gleichberechtigung zu warten. Umso bemerkenswerter ist das Engagement unserer Gründerinnen und der Gründungsorganisationen!

Ein wichtiger Schritt in der Entwicklung des kf war die Züglete nach Bern. Hier spielt die Musik, auch wenn ich das als Zürcherin nicht so gern zugebe: aber ausser den Grossbanken und Versicherungen sind viele nationale Organisationen in der Bundesstadt angesiedelt. Auch die Nähe zum Parlament ist ein Vorteil, zumal das kf vor einigen Jahren einen politischen Beirat einberufen hat, der unseren Fachbeirat bestens ergänzt. Und wenn ich mir etwas für die nahe Zukunft wünsche, dann dies: dieses Fachwissen, das uns zur Verfügung steht, noch viel mehr zu nützen und die Zusammenarbeit zu intensivieren. Allen, die zum Teil schon seit Jahrzehnten als Beiräte für das kf eintreten, danken wir an dieser Stelle herzlichst. Die Bereitschaft zu unterstützen, das Engagement für das kf, die Begeisterung dabeizusein – das macht aus unserer Konsumentenorganisation ein wertvolles Kleinod in der Vereinslandschaft.

«Dem liberalen Konsumenten, dem mündigen Bürger eine Stimme geben!» und diese Stimme auch ertönen lassen. Das wünschen sich die Mitglieder und auch die Partner des kf. Und genau das machen wir. Jeden Tag.

