



konsum.ch

Das Magazin des Schweizerischen Konsumentenforums Kf

Nr. 64 | Juni 2019

Produkt-Alarm!

Produktwarnungen und Lebensmittel-Rückrufe der letzten zwei Monate | S. 9

Innovation

Muss man Neues wagen, wenn man schon alles hat? | S. 5

Rosa war mal männlich

“Pink-Tax“, Gender-Pricing und warum die Farbe Rosa früher Knaben vorbehalten war | S. 4

ÜBER'S OHR GEHAUEN WORDEN?



Mit einem **Jahresbeitrag von Fr. 50.-** sichern Sie sich unsere **Rechtsberatung zum Nulltarif** und erhalten vier Mal jährlich unser Magazin «**konsum.ch**».

So werden Sie Mitglied:
[www.konsum.ch/shop/
mitglied-konsumentenforum-kf](http://www.konsum.ch/shop/mitglied-konsumentenforum-kf)



Schweiz. Konsumentenforum kf
Belpstrasse 11
CH-3007 Bern
031 380 50 30

Beratungshotline
zum Festnetztarif:
031 380 50 34
kfberatung@konsum.ch

Öffnungszeiten:
Mo - Mi: 10:30 - 13:30 Uhr
Do - Fr: 12:30 - 15:30 Uhr

SCHWEIZERISCHES
KONSUMENTENFORUM kf



kf-News

Frischer Wind beim Konsumentenforum

Neue kf-Vorstandsmitglieder

Am 15. Mai 2019 fand die Mitgliederversammlung des Schweizerischen Konsumentenforums statt. Neben einem erfreulichen Bericht über die finanzielle Lage und die wieder zunehmende Relevanz des kf für Politik und Wirtschaft, wurden zwei neue Mitglieder in den Vorstand gewählt:

Wir heissen Dr. Muriel Brinkrolf, Leiterin der Berufspolitik bei der Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen, sowie Carmela Crippa, ausgebildete Archäologin und aktuell bei der Swatch Group tätig, herzlich bei uns willkommen!



Muriel Brinkrolf



Carmela Crippa

Happy Birthday Ombudsstelle Textil PSE!

Textiles Gut umgibt, umhüllt, schützt uns - vom ersten "Schlüttli" bis zum letzten Hemd. Wir sitzen darauf, dekorieren Heim und Haus, transportieren Waren damit, betreiben Wundpflege. Textilien sind im Alltag allgegenwärtig - und auch sie brauchen Schutz und Pflege. Wem trauen wir Konsumenten unsere kostbarsten Kleider an, heikelste und vielleicht gar historische Teile, die ganz spezieller Fachkenntnisse bedürfen? Den Textilpflegern! Wir freuen uns ausserordentlich über das einjährige Jubiläum; es zeigt, wie wichtig Synergien sind. Zu diesen Synergien trägt auch das Schweizerische Konsumentenforum bei, indem es die Ombudsstelle Textilpflege in enger Zusammenarbeit mit der TPS seit genau einem Jahr betreibt. Wir feiern gleich mit: Happy Birthday!

Neue kf-Rechtsberaterin



Seit 3. Juni arbeitet Jessica Dolder als Rechtsberaterin für das Konsumentenforum. Sie betreut unter anderem die Ombudsstellen "e-Commerce" und "Fleisch" sowie den allgemeinen kf-Rechtsdienst.

Jessica Dolder tritt die Nachfolge von Andrea Lüthi an, der sich mit grossen Schritten dem Ende seines Masterstudiums nähert. Wir danken Andrea für seine kompetente Mitarbeit und wünschen dem sympathischen Juve-Fan alles Gute für die Zukunft!

Öffnungszeiten der kf-Rechtsberatung

Montag bis Mittwoch: 10.30 bis 13.30
Donnerstag bis Freitag: 12.30 bis 15.30

kfberatung@konsum.ch

Beratungshotline: 031 380 50 34 (Festnetztarif)

**Das nächste kf-Magazin (Nr. 65)
erscheint am 9. September**



Rosa war mal männlich

Der nationale Frauenstreik 2019 ist Geschichte, doch es gibt noch viel zu tun: Nach wie vor verdienen Frauen deutlich weniger als Männer, je nach Erhebungsmethode zwischen 12 und 20%. Es wirkt darum paradox, wenn Frauen mit ihren tieferen Löhnen mehr für Produkte bezahlen müssen, die identisch mit Männerprodukten sind. Zu diesem Gender-Pricing gesellt sich häufig auch noch das "Gender-Colouring", sprich, das Produkt rosa einzufärben. Dabei war Rosa mal männlich...

Gender-Pricing bedeutet, dass sich identische Produkte für Männer und Frauen preislich unterscheiden. Häufig trifft es dabei die Frauen, welche für eine Ware oder Dienstleistung mehr bezahlen müssen, weil sie speziell für Frauen entwickelt worden ist. Man könnte auch sagen, Gender-Pricing ist eine subtile Form der Benachteiligung von Frauen (oder eine Bevorteilung von Männern). Paradebeispiel Coiffeur: Frauen bezahlen - unabhängig von der Haarlänge - oft das doppelte. Auch bei Rasierschaum zahlen Frauen, trotz gleicher Inhaltsstoffe wie bei den Männervarianten, wesentlich mehr. Ebenso bei Rasierklingen, Salben und Parfüms. Sexistische Preisgestaltung auf Kosten der Frauen?

Product Manager müssen über das Kaufverhalten ihrer Zielgruppe bestens Bescheid wissen. Dazu gehört auch, die Zielgruppe emotional klassifizieren zu können, sprich herauszufinden, auf welche Reize die Gruppe besonders stark reagiert. Während die Marketingwelt kosmetische und hygienische Männerprodukte gerne mit Begriffen wie "Metallic", "Black" oder gar "Bulldog" (kein Witz, so heisst eine Gesichtspflege für Männer) bezeichnet, werden Frauenprodukte zwar häufig mit einfallloseren Anglizismen wie "Lady" oder "For her" versehen, dafür aber designtechnisch aufwendiger produziert (mehr "bling-bling" um es "fachmännisch" auszudrücken) und häufig in der Signalfarbe Rosa eingefärbt. Doch hier scheinen die Product Manager zu irren:

Die Vorliebe vieler kleiner Mädchen (und auch erwachsener Frauen) für die Farbe Rosa gilt heutzutage fälschlicherweise als naturgegeben. Dabei war Rosa jahrhundertlang im westlichen Kulturkreis die Farbe der kleinen Jungen. Rosa wurde damals auch das "kleine Rot" genannt und weil Rot als Signalfarbe der Männlichkeit galt, ordnete man Rosa folgerichtig den Knaben zu. Dagegen war Blau, das heute den Jungen vorgehalten wird, die Farbe der kleinen Mädchen. Auch deshalb, weil Blau die Farbe der Jungfrau Maria war.

Interessante Geschichte, doch was sagt uns das? Dass die Zuteilung von Farben auf Personengruppen durch gesellschaftliche Aspekte erfolgt? Dass wir, vom Zeitgeist beeinflusst, gar nicht so freie Wesen sind - und dies meist nicht einmal bemerken?

Oder das Männer in rosa Uniform furchteinflössend aussehen können? Nun, wir wollen mal nicht übertreiben...

Dominique Roten
Konsumentenforum





Muss man Neues wagen, wenn man alles hat? Innovation - Treiber von Veränderung

Innovation ist heute ein viel strapazierter Begriff. Innovation wird als Heilmittel gegen wirtschaftliche Stagnation propagiert. Innovation soll uns helfen, bestehende Grenzen und Einschränkungen zu überwinden. Die Schweiz führt seit Jahren die Hitliste der innovativsten Länder an (Global Innovation Index). Damit sollten wir bestens gerüstet sein, und bräuchten nicht zu viele Worte über Innovation zu verlieren.

Innovations-Weltmeister Schweiz - Noch!

Es zeigen sich aber Veränderungen am Horizont - das Engagement in Sachen Innovation in der Schweiz ist rückläufig (KOF, 2018). Die Zahl der Unternehmen, die Innovation betreiben, hat sich in den letzten Jahren nahezu halbiert. Anlass genug, um über Innovation zu sprechen. Wer genau hinsieht, findet viele weitere Anzeichen, dass unsere Spitzenposition in Sachen Innovation ins Wanken geraten könnte.

Vorteile nutzen und Zukunft gestalten

Der Ruf der Schweiz ist überdurchschnittlich gut. Schweizer Produkte stehen für Zuverlässigkeit, Technologie, Spitzenqualität, Exklusivität aber auch für Natur, Tradition, Ursprünglichkeit und vieles mehr. Produkte aus der Schweiz können von diesen Markenwerten profitieren und haben so bereits gute Startbedingungen. Die Werte müssen aber auch mit übereinstimmenden Inhalten hinterlegt werden.

Hierzu braucht es dauerhaft innovative Ideen. Das Umfeld für Forschung und Entwicklung sowohl im anwendungsnahen als auch im forschungintensiven Bereich ist in der Schweiz hervorragend.

Es herrschen beste Voraussetzungen, um Ideen in erfolgreiche Innovationen und damit in wirtschaftlichen Erfolg für die beteiligten Unternehmen zu verwandeln.

Neues wagen - Bestehendes in Frage stellen!

Innovation bedeutet aber auch die Bereitschaft, Neues zu wagen und bestehendes in Frage zu stellen. Dies ist die unbequeme Seite der Innovation.

Die Schweiz zeichnet sich durch eine enorme Vielfalt auf kleinem Raum aus. Diese Vielfalt gilt es im Sinne der Innovation zu nutzen und die richtigen Akteure*innen miteinander zu verbinden. Im Bereich Wirtschaft und Politik geschieht dies durch Verbände und Organisationen - für das Feld Innovation wurde im Agro Food-Bereich über nationale Themennetzwerke wie Swiss Food Research und auch regionale Cluster wie das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft oder Cluster Food & Nutrition ein Schritt in Richtung Vernetzung und intensiverer Zusammenarbeit getan.

Die Schweiz hat damit Neues gewagt. Die sich daraus ergebenden Vorteile gilt es auszubauen und die Herausforderungen als Chancen aufzugreifen.

Innovationen erfassen die ganze Schweiz. Daher ist die gesamtschweizerische Vernetzung mit Nutzung regionaler Stärken zentral für den zukünftigen Erfolg.

Innovationsökosystem - Stärke durch Vielfalt

Im Bereich Landwirtschaft und Lebensmittel wurden solche Innovationsnetzwerke in den letzten Jahren erfolgreich aufgebaut. Diese haben die Entstehung von innovativen Ideen und deren Umsetzung in Markt massiv gefördert. Es hat sich ein "Ökosystem" mit hoher Diversität gebildet. Dieses Ökosystem gilt es jetzt weiter zu stärken und auszubauen - die Schweiz mit ihrer hohen Vielfalt und kurzen Wegen kann hier etwas schaffen, das andere nur schwer

nachahmen können. Eine Differenzierung, die hilft, die Spitzenposition im Bereich Innovation nachhaltig zu sichern und die gesamte Wirtschaft in diesem wichtigen Bereich zu stärken.

Die erfolgreiche Verbindung von allen Beteiligten - Unternehmen, Verbänden, Organisationen, Forschung und Behörden - und die Nutzung der Vielfalt als gemeinsame Stärke sind die Basis dafür. Die Voraussetzungen sind geschaffen - es gilt diese nun gemeinsam zu nutzen.

Peter Braun, Geschäftsführer des Agro-Food Innovationsnetzwerks Swiss Food Research



Swiss Food Research ist ein national thematisches



Netzwerk und anspruchsvoll durch die Innosuisse. Als schweizweites Innovationnetzwerk für den Agro-Food Bereich bietet es Plattformen (sogenannte Innovationsgruppen) um Forschung und Unternehmen zusammen zu bringen. Die Vermittlung der richtigen Kompetenzen ist zentral für den erfolgreichen Transfer von innovativen Ideen in profitable Produkte.

Das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft und Cluster Food & Nutrition sind regionale Netzwerke, die durch die Kantone und SECO unterstützt werden. Ihr Fokus liegt in der regionalen Förderung der Wirtschaft. In Innovationsfragen erfolgt die Zusammenarbeit aller drei Netzwerke.

Alle Netzwerke sind nur anspruchsvoll. Eine Zukunft sichernde Finanzierung ist aufzubauen.

Weitere Informationen unter www.swissfoodresearch.ch

Innovative Beispiele

Entkoffeinierung von Tee

Im Rahmen eines vom Netzwerk Swiss Food Research geförderten Ideenchecks, konnte das Unternehmen Infré SA eine Idee zur natürlichen Entkoffeinierung von Tee testen. Der Test verlief erfolversprechend und es konnten Entwicklungsvorhaben stattfinden, die durch die Innosuisse gefördert wurden. Heute wird erfolgreich mit diesem Verfahren produziert. Das Unternehmen konnte sich mit dieser Innovation einen elementaren Vorsprung im Markt sichern.



Schnelltest zur Erkennung von Fälschungen

SwissDeCode ist ein Start-Up, das im Bereich von schnellen Gentests aktiv ist. Diese Tests kann man verwenden, um beispielsweise in 20min zu prüfen, ob in einem Burger wirklich nur Rindfleisch ist oder evtl. Pferdefleisch beigemischt wurde. Es ist auch möglich zu prüfen, ob es sich um echten Käse aus der Schweiz oder eine Fälschung handelt. Die im Schweizer Käse enthaltenen typischen Bakterien, können in weniger als 1h nachgewiesen werden. Mit einer Ideenförderung durch Swiss Food Research, war es dem Unternehmen möglich, die Idee des Schnelltests gemeinsam mit Forschern von Agroscope weiter zu entwickeln und ein Produkt erfolgreich auf den Markt zu bringen.

SwissDeCode



Weitere Informationen unter www.swissfoodresearch.ch



Schweizerisches Konsumantenforum

Forum statt Arena
Dialog statt Skandalgeschrei
Aufklärung statt Bevormundung

Vorstand



Babette Sigg
Präsidentin
Konsumentenrechte



Liliane Legrand
Gesundheitswesen



Blanca Ramer
Energie & Mobilität



Susanne Staub
Landwirtschaft



Muriel Brinkrolf
Gesundheitswesen
& Digitalisierung



Carmela Crippa
Umwelt &
Recycling

Fachbeirat

Heinz Beer	Energie, Nachhaltigkeit
Beat Blumer	Hotellerie, Gastronomie
Felix Frey	Energie
Karin Geser	Bildung
Ursula Gross	Recht
Ivo Gut	Mehrwertsteuer
Lahor Jakrlin	Medien und 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
Felix Schneuwly	Krankenkassen
Beda Stadler	Gesundheitswesen
Peter Sutterlüti	Post, Service Public
Ursula Trüb	Lebensmittelsicherheit
Gabriela Winkler	Energie
Paul Zwiker	Codex Alimentarius

Politischer Beirat

Doris Fiala	Nationalrätin FDP, Kt. Zürich
Beat Flach	Nationalrat GLP, Kt. Aargau
Sebastian Frehner	Nationalrat SVP, Kt. Basel-Stadt.
Alois Gmür	Nationalrat CVP, Kt. Schwyz
Bernhard Guhl	Nationalrat BDP, Kt. Aargau

Ombudsstellen

Rolf Büttiker	Fleisch
Andrea Hagmann	Textilpflege
Noëmi Schöni	E-Commerce

Geschäftsstelle

Désirée Hofmann	Rechtsberaterin
Jessica Dolder	Rechtsberater
Dominique Roten	Kommunikationsleiter
Babette Sigg	Geschäftsführung
Carina Stucki	Administration & Grafik
Christina Uebelhart	Administration



Sommer, Sonne & Zitronen

Was ist gelb und dauernd sauer? Wie bitte? Der Pöstler? Nein, Zitronen! Die Südfrucht ist in der Schweiz im Sommer wie auch im Winter sehr beliebt und gilt als Alles-Könerin: Sie schützt die Körperzellen, hilft bei der Wundheilung und beim Abnehmen, sorgt für straffe Haut, mindert Verdauungsprobleme und ist nach einer durchfeierten Nacht die optimale Waffe gegen den Kater, weil sie den Körper entgiftet.

Bodyguard - Mit 53 Milligramm pro Frucht liefert die Zitrone die Hälfte des Tagesbedarfs an Vitamin C. Dadurch wird sie zu einem Immunbooster und wirkt antibakteriell. Heisses Wasser mit Zitrone gilt als bewährtes Hausmittel gegen Erkältungen, insbesondere in Kombination mit Ingwer. Die Südfrucht ist reich an Magnesium, das ebenfalls die Abwehrkräfte und die Nerven stärkt.

Schönheitselixier - Vitamin C regt die Bildung von Kollagen im Körper an. Das hält Haut, Bänder und Sehnen geschmeidig, stärkt die Blutgefässe und sorgt für feste Zähne, Knochen, starke Nägel und Haare. Kollagen unterstützt die Wundheilung. Als starkes Antioxidans bekämpft das Vitamin ausserdem freie Radikale, was unsere Zellen vor Hautalterung schützt und wichtig für das Bindegewebe ist.

Fettkiller - Darüber hinaus ist die hohe Menge an Vitamin C in Zitronen wichtig für die Hormonproduktion, speziell für das Glückshormon Serotonin und den Neurotransmitter Noradrenalin, der Stoffwechsel und Fettverbrennung ankurbelt.

Verteiler - Durch ihren hohen Säuregehalt helfen Zitronen dabei, fettige und schwere Speisen leichter zu verdauen. Das Pektin aus der Zitronenschale fungiert als Ballaststoff und unterstützt eine gesunde Darmflora.

Detoxwunder - Der hohe Kaliumgehalt der Zitrone beeinflusst den Elektrolythaushalt unseres Körpers positiv. Kalium wirkt entwässernd und harntreibend, was Giftstoffe aus dem Körper spült und für die optimale Funktion von Nerven, Herz und Muskeln sorgt. Obwohl die Zitrone sauer schmeckt: Der Saft gehört zu den basischen Lebensmitteln und fördert die Verwertung von Eisenpräparaten - wichtig für Vegetarier und Veganer.

Zitronenwasser selbst gemacht

Unser Tipp: Morgens vor dem Frühstück frisches Zitronenwasser trinken oder einen selbst gemachten Ingwertee mit Zitrone. Das bringt den Stoffwechsel in Schwung und kurbelt die Fettverbrennung richtig an. Dafür Wasser aufkochen, etwas abkühlen lassen und den Saft einer halben ausgepressten Zitrone zugeben. Eventuell mit etwas Honig oder Agavendicksaft süssen. Für Ingwertee kommt noch ein Stück geschälte Ingwerknolle in Scheiben dazu.

ACHTUNG: Ascorbinsäure ist sehr lichtempfindlich und wird durch Hitzeeinwirkung zerstört. Zitrone erst in das Wasser oder einen Tee geben, wenn dieses auf eine angenehme Trinktemperatur abgekühlt ist - ansonsten wird zu viel Vitamin C zerstört.





Produkt-Alarm!

Beinahe wöchentlich werden in der Schweiz mangelhafte Produkte und unsichere Lebensmittel, die die Gesundheit gefährden, zurückgerufen. Das Schweizerische Konsumentenforum ist eine der Organisationen, die die Produktwarnungen und Lebensmittel-Rückrufe weiterverbreitet. Wie funktioniert das System, mit wem arbeitet das Forum zusammen und wie sehen die Warnungen aus?

Gesundheitsgefährdende Lebensmittel

Lebensmittelunternehmen sind verpflichtet, ihre Produkte vom Markt zu nehmen oder zurückzurufen, falls die vom Betrieb importierten, hergestellten oder verkauften Lebensmittel die Gesundheit von Konsumentinnen und Konsumenten gefährden bzw. nicht sicher sind. Zentrale Anlaufstelle für das Informieren der Bevölkerung ist das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen, welches die Rückrufe und öffentlichen Warnungen in Zusammenarbeit mit den zuständigen kantonalen Behörden und dem betroffenen Unternehmen veröffentlicht. Öffentliche Warnungen werden auf der Webseite des BLV veröffentlicht (www.blv.admin.ch) und dürfen weiterverbreitet werden – so wie es bspw. das Konsumentenforum seit Jahren macht.

Rückrufe und Sicherheitsinformationen

Ähnlich sieht es bei Produktrückrufen (Non-Food-Produkte) und Sicherheitsinformationen aus: Die Meldungen bestehen aus teilweise oder ganz übernommenen Pressemitteilungen der entsprechenden Unternehmen oder Institutionen und werden mit deren Einverständnis publiziert. Das Schweizerische Konsumentenforum arbeitet hierfür mit dem Büro für Konsumentenfragen BFK zusammen.

Beispiele gefällig?

Sie werden gleich sehen, dass wir mit “beinahe wöchentlich“ nicht übertrieben haben.... auf den nächsten Seiten sind sämtliche Rückrufe, Warnungen und Sicherheitsinformationen der letzten drei Monate aufgeführt. Schauen Sie mal rein, vielleicht steht bei Ihnen zu Hause ja noch was rum...

Produktwarnungen und Lebensmittelrückrufe

April bis Mai 2019

Mehr Details zu sämtlichen Warnungen und Rückrufen sind auf der gut strukturierten Webseite des Eidgenössischen Büros für Konsumentenfragen BfK nachzulesen:

<https://www.konsum.admin.ch/bfk/de/home/dienstleistungen/produktrueckrufe-und-sicherheitsinformationen.html>

Datum der Veröffentlichung: 29.05.2019
Produkt: **8 Micasa-Plüschtiere**
Rückrufendes Unternehmen: Migros
Gefahr: Erstickungsgefahr
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis



„Aufgrund mangelnder Verarbeitung können die Nähte platzen, wodurch das Füllmaterial zugänglich wird. Teile des Füllmaterials können verschluckt werden, weshalb Erstickungsgefahr besteht.“

Datum der Veröffentlichung: 28.05.2019
Produkt: **Kinderspielzeug „Holzgreifling“**
Rückrufendes Unternehmen: Lidl
Gefahr: Verletzungs-/Erstickungsgefahr
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis



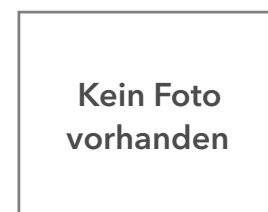
„Es können sich unter Umständen die Niete an den Rädern lösen, wodurch verschluckbare Teile entstehen. Sollten Kleinkinder diese Teile verschlucken, besteht Verletzungsgefahr.“

Datum der Veröffentlichung: 16.05.2019
Produkt: **Antibiotikum „Co-Amoxicillin Sandoz 312.5“**
Rückrufendes Unternehmen: Sandoz
Gefahr: Verminderte Wirksamkeit
Wiedergutmachung: offen, man soll die Packung zurückbringen



„Die Versiegelung einzelner Flaschen der betroffenen Charge HX3438 könnte defekt sein. Dies könnte zu Feuchtigkeitsaufnahme und damit zu einem Abbau der Wirkstoffe des Präparats führen.“

Datum der Veröffentlichung: 13.05.2019
Produkt: **CBD-Blütentee**
Rückrufendes Unternehmen: Royal Green CBD
Gefahr: Gesundheitsgefährdung
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis



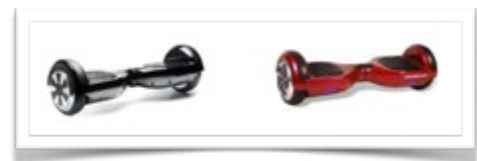
„Nicht konsumieren, in die Filiale zurückbringen.“
Anmerkung des kf: Die Angaben des Anbieters sind mangelhaft, man erfährt nichts über die Art der Gefährdung.

Datum der Veröffentlichung: 10.05.2019
Produkt: **Lasagne Fiorentina**
Rückrufendes Unternehmen: Migros
Gefahr: Lachs in der Vegi-Lasagne
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis



„Aufgrund eines Abpackfehlers ist im genannten Produkt Lachs enthalten. Für Personen mit Fisch-Allergie besteht ein Gesundheitsrisiko.“

Datum der Veröffentlichung: 02.05.2019
Produkt: **2 Hoverboard-Modelle**
Rückrufendes Unternehmen: FNAC (Suisse) SA
Gefahr: Brand-/Explosionsgefahr
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis



„Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass Akkus der betroffenen Hoverboards explodieren oder brennen, wenn sie mehr als drei Stunden aufgeladen werden.“

Datum der Veröffentlichung: 02.05.2019
Produkt: **Rohmilchweisskäse St. Marcellin / St. Félicien**
Rückrufendes Unternehmen: Sandoz
Gefahr: Gesundheitsgefährdung (E.coli-Kontamination)
Wiedergutmachung: offen, man soll den Käse nicht konsumieren



„Bei folgenden Symptomen Hausarzt aufsuchen: fiebrige Magen-Darmerkrankungen mit Erbrechen, Durchfall und Bauchkrämpfen. In schweren Fällen kann es zu einer dauerhaften Nierenschädigung kommen.“

Datum der Veröffentlichung: 18.04.2019
Produkt: **Hoverboard**
Rückrufendes Unternehmen: Conforama
Gefahr: Feuer-/ Verbrennungsgefahr
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis



„Das betroffene Hoverboard ist nicht mit einem Battery-Management-System (BMS) ausgestattet. Die Batterien können überhitzen, was mit einer Feuer- und Verbrennungsgefahr verbunden ist.“

Datum der Veröffentlichung: 17.04.2019
Produkt: **Pastasalat Caprese "Anna's Best"**
Rückrufendes Unternehmen: Migros
Gefahr: Gesundheitsgefährdung
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis



„Im Pastasalat Caprese "Anna's Best" können sich weisse Plastikstücke befinden. Kundinnen und Kunden werden gebeten, den Pastasalat nicht zu verzehren.“

Datum der Veröffentlichung: 16.04.2019
Produkt: **Weichkäse Brillant Savarin**
Rückrufendes Unternehmen: Manor und Luisier
Gefahr: Gesundheitsgefährdung (Listerien)
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis

Kein Foto
vorhanden

„Bei Personen mit intaktem Immunsystem verläuft die Infektion mit Listerien meist milde. Bei immungeschwächten Personen kann sich eine Reihe schwerer Symptome mit teilweise tödlichem Ausgang entwickeln.“

Datum der Veröffentlichung: 16.04.2019
Produkt: **Bambusschalen**
Rückrufendes Unternehmen: Depot CH AG
Gefahr: Gesundheitsgefährdung
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis



„ Ab einer Erhitzung über 70°C besteht die Gefahr, dass Formaldehyd in übermässigen Mengen an die Lebensmittel abgegeben wird.“

Datum der Veröffentlichung: 16.04.2019
Produkt: **Inflator für Auftriebskörper**
Rückrufendes Unternehmen: Mares S.p.A.
Gefahr: Ertrinkungsgefahr
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis



„Bei den betroffenen Inflatoren kann sich unter bestimmten Umständen der Auslassknopf lösen, wodurch der Inflator undicht wird. Der entstehende Auftriebsverlust wäre mit einer Ertrinkungsgefahr verbunden.“

Datum der Veröffentlichung: 15.04.2019
Produkt: **Nahrungsergänzungsmittel "Pure Rocks"**
Rückrufendes Unternehmen: Pure Production AG
Gefahr: Zu hohe THC-Konzentration
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis



„Dieser Rückruf tangiert nicht das Betäubungsmittelgesetz.“

Datum der Veröffentlichung: 10.04.2019
Produkt: **Endoca CBD Kaugummi; 150mg CBD**
Rückrufendes Unternehmen: Breakshop AG
Gefahr: Zu hohe THC-Konzentration
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis



„Gesundheitsgefährdung kann nicht ausgeschlossen werden. Das Produkt überschreitet die Höchstgrenze an THC und enthält ein nicht bewilligtes Hanfextrakt.“

Datum der Veröffentlichung: 10.04.2019
Produkt: **Pouletbrust-Geschnetzeltes M-Classic**
Rückrufendes Unternehmen: Migros
Gefahr: Gesundheitsgefährdung (Metallstücke)
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis

„Im Produkt können sich Metallstücke befinden. Ein Gesundheitsrisiko kann nicht ausgeschlossen werden. Kundinnen und Kunden werden gebeten, das Produkt nicht mehr zu konsumieren.“



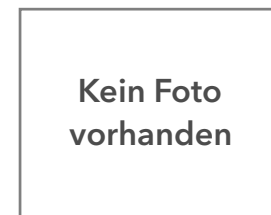
Datum der Veröffentlichung: 03.04.2019
Produkt: **Tafelschokolade "Milchbretzel, 100g"**
Rückrufendes Unternehmen: Lindt & Sprüngli
Gefahr: Gesundheitsgefährdung (Plastikstücke)
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis

„Aufgrund eines Konsumentenhinweises und interner Abklärungen kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich Plastikstücke in der Schokolade befinden.“



Datum der Veröffentlichung: 02.04.2019
Produkt: **Bärlauch**
Rückrufendes Unternehmen: Aligro
Gefahr: Gesundheitsgefährdung (giftige Pflanzenteile)
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis

„Der Grosshändler Aligro hat die kantonalen Vollzugsbehörden und das BLV darüber informiert, dass in Bärlauch, Klasse 1 eine Verunreinigung mit Arum maculatum - Pflanzenteilen vorliegt.“



Datum der Veröffentlichung: 02.04.2019
Produkt: **Seilrolle "Turn"**
Rückrufendes Unternehmen: EDELRID
Gefahr: Absturzgefahr
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis

„Es wurde eine Seilrolle mit einer defekten Vernietung gefunden. Eine Seitenplatte der Seilrolle kann sich somit lösen und das Seil unbeabsichtigt freigeben, was mit einer Absturzgefahr verbunden ist.“



Datum der Veröffentlichung: 02.04.2019
Produkt: **Laufgitter 100x100cm**
Rückrufendes Unternehmen: Bisal GmbH
Gefahr: Erstickungsgefahr
Wiedergutmachung: Rückerstattung Kaufpreis

„Die Laufgitter weisen teilweise zu grosse Stabzwischenräume auf. Dadurch besteht die Gefahr, dass sich der Kopf eines Kleinkindes zwischen den Stäben verfängt und das Kleinkind nicht mehr frei atmen kann.“



kf-Shop

www.konsum.ch/shop



Sportbeutel "Helden" - CHF 15.00



Stoff-Tasche "kf" - CHF 15.00



Kleber "Zurück/Refusée" - CHF 3.00



Kleber "Keine Werbung" - CHF 2.00



Schlüsselanhänger "kf" - CHF 10.00

Anzeige

**Aus Erfahrung
stark in
Kommunikation.**

rubmedia 

Babettes Schlusswort

„Mein Flughafen. Auf und davon!“



Der Flughafen ist mein Start in den Arbeitstag, denn hier nehme ich den Schnellzug nach Bern ins Büro des Schweizerischen Konsumentenforums kf, der einzigen liberalen Konsumentenorganisation der Schweiz. Als Klotenerin bin ich mit unserem Flughafen aufgewachsen, habe verschiedene Meilensteine des Ausbaus miterlebt und erfreue mich täglich über bestausgebaute Infrastruktur, Sauberkeit und Diversität des (Laden-)Angebotes. Bisweilen nutze ich den Flughafen aber auch in seiner ursprünglichsten Bestimmung: als unser „Goldenes Tor zur Welt“, Abflugs- oder Ankunftsort unterschiedlicher Airlines.

Doch darf ich heutzutage überhaupt noch unbeschwert ins Flugzeug steigen? Das Phänomen der Flugscham geht um. Die Öko-Moralpolitik bringt uns so weit, dass wir uns rechtfertigen, wenn wir uns erlauben, den Flieger statt des Autos oder der Bahn zu wählen. Flugreisen sind günstig geworden - so günstig, dass auch viele, die mit kleinem Budget rechnen müssen, sich das Fliegen leisten können. Diese Demokratisierung hilft mit, den sozialen Frieden zu bewahren. Denn die Zeiten, in denen nur Reiche eine Flugreise finanzieren konnten, sind vorbei und sollen es auch bleiben. Gemäss einer Umfrage zeigt sich die Mehrheit der Bevölkerung allerdings offen für die Einführung einer Flugticketabgabe, wie sie bereits in einigen umliegenden Ländern praktiziert wird - Konsumenten wären also bereit, pro Ticket gut und gerne bis zu 50 Franken mehr zu bezahlen, um mit diesen zusätzlich generierten Mitteln Klimaprojekte oder den ÖV-Ausbau zu finanzieren. Löblich, löblich. Aber ich habe den leichten Verdacht, dass es sich damit ein wenig wie beim Gemüse aus biologischem Anbau anfühlt: Alle sind dafür, aber trotzdem stagniert der Absatz von Bioprodukten bei 10 %. Die Stiftung myclimate, eine anerkannte Klimaschutzorganisation, verzeichnet einen Anteil von ungefähr 2 % aller Flugreisenden, die eine freiwillige Klimaabgabe leisten. Genau darum, logisch, brauche es einen regulatorischen Eingriff und die Einführung der Flugticketabgabe, argumentieren Klimaschützer, denn wirklich etwas erreichen könne man nur übers Portemonnaie.

Mit Regulierungen haben wir als liberale Konsumentenorganisation prinzipiell unsere liebe Mühe. Und auch der Nationalrat hatte sich (allerdings knapp) gegen die Abgabe ausgesprochen. Wahlfreiheit der Konsumenten und Freiwilligkeit der Branche sind unsere Zauberworte. Doch der öffentliche Druck steigt. Bereits hat ein Umdenken im Ständerat stattgefunden: Die Möglichkeit wird immer grösser, dass die Flugticketabgabe im September von den Vertretern der kleinen Kammer angenommen wird. Werden deshalb künftig weniger Flugpassagiere zu verzeichnen sein? Nein, wohl kaum - im Gegenteil. Diese „Freiheit über den Wolken“, die will keiner aufgeben; koste es, was es wolle. Werden die Abgaben aber konsequent und transparent für den Klimaschutz - wo auch immer, wie auch immer, was auch immer - eingesetzt, wird wohl auch der uneinsichtigste Klimawandel-Verneiner diese Klimakröte vernünftigerweise akzeptieren. Die Freude am Fliegen hingegen, die lassen wir uns nicht nehmen!

Impressum

Herausgeber

Schweizerisches
Konsumentenforum
Belpstrasse 11
3007 Bern

Tel. 031 380 50 30
Fax 031 380 50 31
forum@konsum.ch
www.konsum.ch
Twitter: @kf_schweiz

Beratung

Tel. 031 380 50 34
kfberatung@konsum.ch

Spendenkonto

PC 80-59025-0
(Verein)

Präsidentin

Babette Sigg Frank

Redaktion/ Gestaltung

Dominique Roten

Druck

rubmedia AG, Bern

Auflage.

1'600 Stk.



konsum.ch

Das Magazin des Konsumentenforums kf
Nr. 64 | Juni 2019

P.P.
3007 Bern
Post CH AG