



Symbolbild: pixabay.com

## Online Shopping in Corona-Zeiten

Entschleunigte Konsumenten mit hohen Ansprüchen – S. 4

So entlarven Sie betrügerische Webseiten – S. 5

## Kalb-, Rind- oder Kuhfleisch?

Deklarationsvorschriften sorgen für Verwirrung – S. 8

**11 Krankenkassentipps**  
Prämien sparen mit Felix  
Schneuwly, Comparis – S. 14

# ÜBER'S OHR GEHAUEN WORDEN?



Die günstigste  
Rechtsberatung  
hilft!

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](mailto:kfberatung@konsum.ch)

## Öffnungszeiten:

Mo - Mi: 10:30 - 13:30 Uhr

Do - Fr: 12:30 - 15:30 Uhr

# Inhalt

**Ombudsstelle e-Commerce, Matthias Haari**  
Entschleunigte Konsumenten mit hohen Ansprüchen - 4

**Online-Betrügereien, Dominique Roten**  
Gegen Liebe auf den ersten Blick hilft oft ein zweiter - 5

**Kalb-, Rind- oder Kuhfleisch? Maurus Ebnetter**  
Unklare Deklarationen sorgen für Verwirrung - 8

**Über das Schweizerische Konsumentenforum**  
Vorstand, Beiräte, Geschäftsstelle, Ombudsstellen - 11

**Defekte Elektrogeräte von zuhause aus entsorgen**  
Sinnvolles Projekt von SENS eRecycling - 12

**11 Krankenkassentipps, Felix Schneuwly**  
Prämiensparen mit dem Comparis-Experten - 14

**Aare Südhang und Ecodesign, Ejup Arafı**  
Publireportage - 18

**Führen Vegi-Burger Kunden in die Irre?**  
Unzulässige Begriffsbezeichnungen - 20

**Babettes Schlusswort**  
„Mis Chätzli hätt Würm! - Mis Hündli isch chrank!“ - 23



# Ombudsstelle e-Commerce

## Entschleunigte Konsumenten mit hohen Ansprüchen

**“Schnell, unkompliziert, vernetzt, verfügbar, günstig“**

**Begriffe, welche das letzte Jahrzehnt geprägt haben und das neue weiterhin prägen sollten. Bereits Mitte des letzten Jahrzehnts wurden diese Attribute unserer Lebensart immer kritischer betrachtet. Kein Wunder. Die Zahlen daraus resultierenden psychischer Erkrankungen, nahmen rasant zu. Präventionsmassnahmen und Aufklärungen sollten das Individuum auf die Probleme unseres Lebensstandards hinweisen. Der Vernetzungs- sowie Verfügbarkeitsdruck nahmen trotzdem weiter zu. Wie so oft in der Geschichte der Menschheit muss, bevor reagiert wird, salopp gesagt, “etwas passieren“.**

Ein solches Ereignis sollte uns zum Anfang des neuen Jahrzehnts erreichen. Covid-19 traf uns schneller als uns lieb war. Anfang des Jahres noch etwas belächelt, sollte es für die Gesellschaft der Entschleunigungsgrund Nummer eins werden.

Die Auswirkungen wiegen bis heute schwer. Trotzdem zwang der Virus uns dazu, unser Leben aus einem anderen Blickwinkel zu reflektieren. Familie, Bekannte, ja sogar unsere nicht immer geliebten Nachbarn wurden plötzlich zum Zentrum unseres Alltags. Die gegenseitige Hilfe und Solidarität sind bis heute bewundernswert. Durch Home-Office und Priorisierung von Bedürfnissen fand eine Entschleunigung statt. Und dies fast in allen Bereichen. “Fast“, darum, weil wir vom Schweizerischen Konsumentenforum kf direkten Einblick in das nun noch mehr boomende Internetgeschäft haben.

Personen waren nun regelrecht gezwungen, Einkäufe ausserhalb der Grundversorgung, über das Internet zu tätigen. Für viele hiess dies, eine völlig neue Sphäre zu betreten. Im Internet wimmelt es von Möglichkeiten und Angeboten unzähliger Waren. Ein Kopfkissen kostet im Web nur noch CHF 10 statt den gewohnten CHF 40 vom Grossverteiler nebenan. Plötzlich können Kleidungsstücke von Zuhause aus anprobiert und bei Bedarf bequem von Zuhause aus zurückgeschickt werden. Die Möglichkeiten wirken schier unendlich.

Leider wirkt auch der Bedarf nach möglichst günstigen Waren in möglichst kurzer Zeit unendlich. Die Anzahl eingegangener Beschwerden bei uns bestätigt dies. Auffallend ist, dass die Erwartungen an Qualität und Service selbst bei tieferem Preisniveau signifikant hoch bleiben. Die Erwartungen sind so hoch, dass diese selbst bewährte Versandunternehmen, nicht erfüllen konnten. Selbstverständlich profitierten unseriöse Unternehmen ebenfalls von dieser Einstellung, indem sie suggerieren, qualitativ hohe Ware zu einem unschlagbar günstigen Preis zu verkaufen. Die Folge: Die Ware kommt nie an, doch der Preis wurde bezahlt.

Es ist dem Schweizerischen Konsumentenforum kf ein Anliegen, potenzielle E-Commerce Kunden vor übereilten Käufen mit hohen Erwartungen zu Übergünstigen Preisen zu warnen.

Auf Konsumenten- wie auch auf Unternehmensseite führen neue, bisher unbekannte Situationen zu Unsicherheiten und Verzögerungen in allen Bereichen, womit ein gewisses Verständnis für die andere Partei einhergehen muss, sollte nicht immer sofort alles wie gewünscht klappen.

Unser nahes Umfeld wurde entschleunigt, und mit ihm auch die ganze Welt.

**Matthias Haari**  
Leiter Rechtsberatung





# Gegen Liebe auf den ersten Blick hilft oft ein zweiter

## So entlarven Sie betrügerische Online Shops

Wofür haben Sie eine Schwäche? Was interessiert Sie besonders? Sind es Kleider, Autos, Sportgeräte, Musik, Kosmetik oder Medikamente? Wenn falsche Internet-Angebote auf die richtigen Zielgruppen treffen, mehren sich die Chancen der Betrüger, weil der Kaufreiz bei Zielgruppen bereits erhöht ist. Darum lautet der erste Tipp wenn Sie nächstes Mal ein sagenhaftes Schnäppchen im Netz sehen: Ruhig Blut! Gegen Liebe auf den ersten Blick hilft oft ein zweiter.

### Geben Sie Ihrem Kaufreiz nicht sofort nach

Bevor Sie den Warenkorb füllen, lehnen Sie sich zurück und schauen Sie sich erst einmal in Ruhe die Webseite an. Sind

die unten stehenden Kriterien nicht komplett erfüllt, raten wir von einem Kauf ab.

### Suchen Sie Kontaktadressen

Aufgrund möglicher Beschwerden und Garantie-Einfordernungen haben unseriöse Online-Anbieter gar kein Interesse daran, erreichbar zu sein. Häufig fehlen deshalb Telefon-Nummer und Firmenadresse auf der Webseite. Lassen Sie sich nicht von den aufregenden Bildern und Rabatten ablenken: Suchen sie die Kontaktadressen auf der Webseite. Ein Trick der Betrüger ist auch, Sie mittels automatischem Kontaktformular im Glauben zu lassen, Ihr Fall werde bearbeitet.



### Klicken Sie auf den Kundendienst

Fehlen schon die Kontaktadressen, kann es logischerweise auch keinen Kundendienst geben. Gewisse Betrüger hält das aber nicht davon ab, das Wort "Kundendienst" oder "Service & Beratung" auf der Webseite zu platzieren.

Klicken Sie darauf, passiert etwas? Steht was über Garantiebedingungen drin und wie man mit dem Online-Anbieter in Kontakt treten kann?

### Prüfen Sie den Text

Unglückliche Formulierungen und Schreibfehler sind auch bei Muttersprachlern möglich. Wenn aber der grösste Teil der Texte auf der Webseite kurios und fehlerhaft formuliert ist („wir helfen Sie wo wir können“, „der leading Poduzent global“), können Sie davon ausgehen, dass der Anbieter kaum ein Wort Deutsch kann und auch sonst nicht viel von Schweizer Kundenstandards wissen will.

### Links, die keine sind

Um der Webseite einen seriösen Anstrich zu geben, werden häufig „Partner“ mit seriösem Ruf aufgelistet. Egal ob Post, Swisscom oder SBB: es wird vor nichts zurückgeschreckt um Sie an der Nase herumzuführen. Klicken Sie auf diese Logos. Wenn nichts geschieht und es keine Weiterleitung gibt, handelt es sich nur um eine „Attrappe“.

### Fragen Sie unseren Rechtsdienst

Der Rechtsdienst des Schweizerischen Konsumentenforums hat viel Erfahrung mit betrügerischen Webseiten. Fragen Sie im Zweifelsfall unsere kf-Rechtsberater, die Ihnen gerne mit Rat zur Seite stehen. Senden Sie uns ein Mail und schildern Sie uns darin Ihr Problem. Die Erstberatung ist übrigens kostenlos ([kfberatung@konsum.ch](mailto:kfberatung@konsum.ch)).

### Im Ernstfall: Ombudsstelle "e-Commerce"

Die Ombudsstelle e-Commerce, ebenfalls Teil des Konsumentenforums, hilft Ihnen kostenlos, wenn Sie nach einem Einkauf im Internet eine Beschwerde zu einem bestimmten Unternehmen haben, welches Sie nicht selber lösen können. Darüber hinaus sind noch weitere Ombudsstellen ans Konsumentenforum angegliedert, siehe oben.

### Rechtsberatung und Ombudsstellen

Anstatt unsere Berater telefonisch zu kontaktieren, empfehlen wir Ihnen, ein Mail an [kfberatung@konsum.ch](mailto:kfberatung@konsum.ch) zu senden. Da Sie den Sachverhalt in jedem Fall schriftlich schildern müssen, spart dies Zeit und unsere Berater können sich dadurch besser auf die Fallbearbeitung konzentrieren.

Schweizerisches Konsumentenforum  
Rechtsberatung / Ombudsstellen  
Belpstrasse 11  
3007 Bern

[kfberatung@konsum.ch](mailto:kfberatung@konsum.ch)  
Tel. 031 380 50 30  
[www.konsum.ch](http://www.konsum.ch)

### Ombudsfrauen und -männer:

**e-Commerce**  
Noëmi Schöni

**Fleisch**  
Rolf Büttiker

**Textilpflege**  
Andrea Hagmann

**Tankstelle GAV**  
Matthias Haari

### Ein Beispiel aus der Praxis (nächste Seite)

Das Beispiel auf der gegenüberliegenden Seite soll veranschaulichen, wie schnell man eine betrügerische Webseite entlarven kann, wenn man auf die oben erwähnten Kriterien achtet. Dieser Fall beschäftigte unsere Rechtsabteilung und lässt sich wie folgt zusammenfassen: "Kleider von Ralph Lauren zu sagenhaften Preisen bestellt und Billig-Klamotten aus China erhalten."

**Dominique Roten**  
Konsumentenforum



POLO RALPH LAUREN SCHWEIZ SCHREIBEN SIE UNS

Ein Kontaktformular soll Ihnen suggerieren, dass man Ihre Anfrage bearbeitet. Dagegen ist eigentlich nichts einzuwenden, wenn aber die Telefon-Nummer und die Angaben über den Firmensitz fehlen (siehe unten), dann sollten Sie stutzig werden.

ÄHNLICHE ARTIKEL

Die Produktnamen haben entweder fehlerhafte oder unsinnige Bezeichnungen: "Guter Qualität", "Braun Hoch", "Weiss Besten", "Weiss Brillen" usw.

Die tiefen Preise sind der Köder. Bei solchen Schnäppchen schaltet der Reiz schnell mal den Ratio aus...

<p>FH23J Ralph Lauren Big Pony Polo Kleid Damen Weiß Wunderbare 132.00CHF - <b>26.50CHF</b></p>	<p>HF318676 Polo Ralph Lauren Durable Polo Hemd Frauen Grün Großhandel 108.00CHF - <b>21.76CHF</b></p>	<p>JT35U Ralph Lauren Polo Klassiker Fleece Kapuzenpullover Herren Schwarz Guter Qualität 185.00CHF - <b>37.17CHF</b></p>	<p>KF16K Polo 1007 Oberbekleidung Ralph Lauren Herren Braun Hoch 227.00CHF - <b>45.48CHF</b></p>
<p>YW12L22 Ralph Lauren Herren Custom-Fit Leder Dual Match Lang-Sleeved Weiß Besten 150.00CHF - <b>30.06CHF</b></p>	<p>JT22Y Grün Ralph Lauren Herren Big Pony Polo Hemd Blau Schöne 108.00CHF - <b>21.76CHF</b></p>	<p>EU48P60 Ralph Lauren Klassiker-Fit Big Pony Polo Herren Gelb Klassik 108.00CHF - <b>21.76CHF</b></p>	<p>DD142676 Herren Polo Ralph Lauren Custom-Fit United States Flagge Polo Weiß Brillen 108.00CHF - <b>21.76CHF</b></p>

<p><b>Kundendienst</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ralph Lauren</li> <li>Datenschutzbestimmungen</li> <li>Preise Und Versand</li> </ul>	<p><b>Shopping Hilfe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Schreiben Sie Uns</li> <li>Neues Konto Erstellen</li> <li>Site Map</li> </ul>	<p><b>Ralph Lauren Online Shop</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Herren Polo Shirts</li> <li>Ricky Ruffe Hater Bikini Damen Ralph Lauren Weiß Schwarz</li> <li>Perfekt</li> </ul>	<p><b>Heißer Verkaufs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Polo Ralph Lauren Schweiz</li> <li>Ralph Lauren Hemd</li> <li>Ralph Lauren Pullover</li> </ul>
--	---	--	---

Schreibfehler!

Copyright ©2008-2015 www.7xfun.ch. Drivs med polo ralph lauren schweiz

Beim Kundendienst handelt es sich um eine Attrappe: Klickt man auf "Ralph Lauren" lädt sich die selbe Seite erneut hoch. Klickt man auf "Datenschutzbestimmungen" erscheint ein allgemein gefasster Text über Datenschutz (wahrscheinlich von irgendwo kopiert und eingefügt). Unter "Preise Und Versand" wird lediglich erklärt, wie lange die Lieferung dauert. Auch hier sucht man vergeblich nach Kontaktadressen.

Keine Telefon-Nummer, keine Firmen-Adresse...





# Kalb-, Rind- oder Kuhfleisch?

Symbolbild: Keystone

**In der Schweiz gibt es eher zu viele als zu wenige Deklarationsvorschriften. Der Entwurf der neuen Lebensmittelverordnung ist in dieser Hinsicht ein weiterer Sündenfall. Es gibt aber einen Bereich, in dem genauere Bezeichnungen wünschenswert wären: Der Begriff "Rindfleisch" wird im Einzelhandel für Fleisch sehr unterschiedlicher Qualität verwendet. Zum einen wird unter dieser Bezeichnung tatsächlich das Fleisch von Rindern verkauft, die noch nicht gekalbt haben, zum anderen aber das Fleisch von mehr oder weniger alten Kühen.**

In den meisten Ländern der Welt hält man Milchrassen zur Milchproduktion und Fleischrassen zur Fleischproduktion. Die weiblichen Tiere der Milchrassen lässt man alt werden, um dadurch den Ertrag (durch Milchproduktion und Kalbern) zu optimieren. Danach werden sie der industriellen Produktion (Tierfutter, Wurstwaren) oder gar der Verbrennung zugeführt.

Da männliche Kälber von Milchrassen oft zu wenig schnell Fleisch ansetzen und sich mit Milch immer weniger Geld verdienen lässt, gelten diese Tiere als unrentabel. Sie werden zunehmend zum Abfallprodukt. Bis zu 10'000 Kälber

von Milchkühen, so schätzt der Schweizer Tierschutz, werden kurz nach der Geburt getötet, zum Teil sogar bereits vor der gesetzlich erlaubten Frist von sieben Lebenstagen. Es gibt Bauern, die kurz nach der Geburt erkrankte Tiere nicht mehr behandeln, sondern sie lieber sterben lassen, um sich ihrer so auf einfache Art zu entledigen. Das "Eintagskälbchen" droht zur Begleiterscheinung der modernen Milchproduktion zu werden.

Bei typischen Fleischrassen wie Angus, Hereford oder Limousin ergibt es wenig Sinn, die Tiere besonders alt werden zu lassen. Nach 18 bis 24 Monaten weisen die Tiere ein Lebendgewicht von gut 600 Kilogramm auf, was bei einer Ausbeute von 53% einem Schlachtgewicht von gut 300 Kilogramm entspricht. Zwar liesse sich das noch geringfügig steigern, doch würde man dazu ein weiteres Jahr benötigen. Ausserhalb von Zuchtprogrammen werden die Tiere deshalb meist geschlachtet, bevor sie kalbern.

Fleischrassen haben zudem den Vorteil, dass die zwei Qualitätsmängel DFD (dunkles, leimiges Fleisch) und PSE (blasses, wässriges Fleisch) unter normalen Haltungsbedingungen nicht vorkommen. Die Tropfsaftverluste (Verluste im frischen Fleisch) bewegen sich im tolerierbaren Bereich,



und die Kochverluste sind bei den meisten Fleischrassen gering. Auf Schweizer Bauernhöfen werden jedoch kaum reine Fleischrassen gehalten. Die meisten Rinder gehören zu Milch- oder Zweinutzrassen, wobei bei der Einkreuzung in erster Linie auf die Milchleistung geachtet wird.

Kühe der in der Schweiz am meisten verbreiteten Rassen müssen oft jedes Jahr ein Kalb liefern und so lange wie möglich Milch geben. Dadurch vertrocknen die Gefässe und die Muskeln der Tiere werden hart. Nicht selten werden sie erst geschlachtet, nachdem sie mehrere Mal gekalbt haben. Dann gelingt es aber selbst mit besten Mastmethoden nicht mehr richtig, die verzogenen, verschrumpften Muskeln wieder auszudehnen und mit Fett durchwachsen zu lassen. Ein in seiner besten Lebenszeit gemästeter Bulle und eine erst spät angefütterte alte Kuh weisen eine unterschiedliche Fleischqualität auf.

Wenn gut informierte Konsumenten "Rindfleisch" kaufen, wollen sie in der Regel das Fleisch von Tieren im Alter von anderthalb bis zwei Jahren beziehen. Auch die meisten professionellen Köche arbeiten am liebsten mit solchem Rindfleisch. Das bedeutet nicht, dass "Kuhfleisch", also das Fleisch älterer Tiere, nicht auch verwendet werden kann, z.B. für Hamburger-Hack (möglichst wenig Bratverlust bei

viel Geschmack und wenig Fett) oder für Sauerbraten. Ab einem gewissen Alter ist es aber wohl sinnvoll, Kuhfleisch der Wurstverarbeitung zuzuführen.

Leider ist es für Konsumenten praktisch unmöglich, aufgrund des Aussehens zu beurteilen, ob es sich um Rindfleisch im engeren Sinne oder um das Fleisch von Kühen handelt. Selbst für Fachleute ist das nicht einfach, wenn sie einzelne Fleischstücke und nicht Tierviertel mit Fleischstempel vor sich haben.

Während beispielsweise beim Schweinefleisch durch massive Geschmacksveränderungen sichergestellt ist, dass den Konsumenten kein Frischfleisch von Mutterschweinen (Moren) verkauft wird, gibt es diese Gewähr bei der mengen- und wertmässig sehr wichtigen Kategorie der Hausrinder nicht.

Wenn man bedenkt, was heute alles deklariert sein muss, so überrascht es doch sehr, dass es noch immer möglich ist, das Fleisch alter Kühe überteuert als "Rindfleisch" zu verkaufen. Bei vielen Früchten und Gemüsen wird im Supermarkt die Sorte angegeben - beim Fleisch ist das meist nur bei hochpreisigen Angeboten der Fall. Angesichts der grossen Qualitätsunterschiede wäre es sehr



Symbolbild: Keystone

wünschenswert, dass das Alter und die Rasse der Tiere deklariert werden.

Es braucht zudem eine klare Trennlinie für die Begriffe Kalb, Rind und Kuh. Das würde zum einen sicherstellen, dass den Verbrauchern kein Kalbfleisch verkauft würde, das eigentlich von jungen Rindern stammt, andererseits wäre es auch nicht mehr möglich, das Fleisch von Kühen als teures "Rindfleisch" zu verkaufen.

Eine Deklarationspflicht würde zu günstigerem "Kuhfleisch" und zu einer Qualitätssteigerung von Schweizer Rindfleisch führen, der mit einem zunehmenden Umstieg auf Fleischrassen verbunden wäre. Damit würden auch ethisch fragwürdige Jungtierschlachtungen eingedämmt. Es besteht Handlungsbedarf, da in der Schweiz fast nur Milchrassen gehalten werden und die Qualität des Rindfleisches sehr zweifelhaft ist.

#### Was sagt das Gesetz?

Wo hört das Kalb auf? Wo fängt das Rind an? Wo beginnt das Kuhfleisch? Auf Konsumentenstufe existieren keine gesetzlichen Definitionen der Begriffe Kalb- und Rindfleisch, sondern höchstens unverbindliche Beschreibungen der Fleischbranche. In der Schweiz ist die Kennzeichnung von Fleisch unter anderem in der Landwirtschaftlichen Deklarationsverordnung geregelt. Die wichtigen Bestimmungen betreffen aber vor allem Erzeugnisse, die aus in der Schweiz

verbotener Produktion stammen. Auch die Verordnung des EDI über Lebensmittel tierischer Herkunft hilft nicht weiter. Zwar steht dort, dass die Tierart angegeben muss, eine Unterscheidung zwischen Kalb-, Rind- und Kuhfleisch lässt sich jedoch nicht finden.

Die Schlachtgewichtsverordnung liefert ebenfalls keine Hinweise. Die Verordnung des EDI über die Hygiene beim Schlachten unterscheidet bei Tieren der Rindergattung lediglich zwischen solchen, die jünger und älter als sechs Wochen sind. Andernorts gibt es eine Unterscheidung zwischen Tieren unter und über 150 kg Schlachtgewicht.

**Maurus Ebnetter**  
Wirteverband Basel-Stadt



Anzeige

**Aus Erfahrung  
stark in  
Kommunikation.**

**rubmedia** 



## Vorstand



**Babette Sigg**  
Präsidentin  
Konsumantenrechte



**Liliane Legrand**  
Gesundheitswesen



**Blanca Ramer**  
Energie & Mobilität



**Susanne Staub**  
Landwirtschaft



**Muriel Brinkroff**  
Gesundheitswesen  
& Digitalisierung



**Carmela Crippa**  
Umwelt &  
Recycling



**Andreas Windel**  
Wahl 2021



**Andreas Röthlisberger**  
Wahl 2021

## 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 Trüeb	Lebensmittelsicherheit
Gabriela Winkler	Energie
Paul Zwiker	Codex Alimentarius

## Politischer Beirat

Doris Fiala	Nationalrätin FDP, Kt. Zürich
Beat Flach	Nationalrat GLP, Kt. Aargau

## Ombudsstellen

Rolf Büttiker	Fleisch
Andrea Hagmann	Textilpflege
Noëmi Schöni	E-Commerce
Rechtsberatung kf	Tankstelle GAV

## Geschäftsstelle

Jil Eichenberger	Rechtsberaterin, Projekte
Matthias Haari	Leitung Rechtsberatung
Dominique Roten	Kommunikationsleiter
Babette Sigg	Geschäftsführung
Christina Uebelhart	Administration



# Electro Recycling

# Bag

Jetzt  
Elektroschrott  
entsorgen  
und einen  
coolen Preis  
gewinnen!

Wir holen  
deinen Elektroschrott

## Defekte Elektrogeräte von zu Hause aus entsorgen!

Steht bei Ihnen das eine oder andere defekte oder nicht mehr gebrauchte Elektrogerät herum? Würden Sie gerne entsorgen, aber irgendwie fehlt Ihnen die Zeit dazu? Mit dem Electro Recycling Bag wird das zum Kinderspiel. Wir holen die Elektrogeräte bei Ihnen zu Hause ab und entsorgen diese für Sie.

Füllen Sie jetzt Ihren Electro Recycling Bag mit allem, was elektronische oder elektrische Komponenten hat wie beispielsweise Drohnen, Taschenlampen, Mixer, Haartrockner und so weiter. Ist der Sammelsack einmal gefüllt, können Sie ihn einfach im Milchkasten Ihres Briefkastens deponieren - der Rest erledigen wir in Zusammenarbeit mit der Post für Sie. Gesammelt wird montags bis freitags in den Städten Zürich und Bern.

Mit einem vollen Electro Recycling Bag unterstützen Sie uns dabei, wertvolle Materialien aus den Geräten zu gewinnen und diese in den Wertstoffkreislauf zurückzuführen. Denn in Ihren Elektrogeräten steckt mehr als Sie vielleicht vermuten.

Allein in den letzten 30 Jahren konnten 830'000 Tonnen Wertstoffe über das SENS-Rücknahmesystem gesammelt werden - darunter wertvolle Materialien wie Stahl, Aluminium, Zink oder sogar Gold.

Es handelt sich um ein Pilotprojekt. Bestellungen ausserhalb der Städte Zürich und Bern können zurzeit leider nicht berücksichtigt werden. Bei Fragen wenden Sie sich an [info@erecycling.ch](mailto:info@erecycling.ch).

**Brauchen Sie einen Sammelsack?**  
Bestellen Sie telefonisch unter +41 43 255 20 00 oder kostenlos unter  
[info@erecycling.ch](mailto:info@erecycling.ch)



# SENS eRecycling stellt sich vor

## Umweltschutz auf effiziente Art und Weise

Nachhaltigkeit zu versprechen gehört heute schon fast zum guten Ton. Diese dann in allen Bereichen auch wirklich umzusetzen, ist eine andere, umfangreiche Sache. Unsere ökologischen Ziele gehören hier genauso dazu, wie die sozialen oder die ökonomischen.

Rund 85 000 Tonnen Elektro- und Elektronikgeräte wurden 2016 im SENS-Rücknahmesystem gesammelt und recycelt. Die gesamtschweizerische Menge beläuft sich sogar auf 138 000 Tonnen. Eine beeindruckende Grösse, die in unserer Ökobilanz noch viel gewichtigere Leistungen aufzeigt.

SENS eRecycling leistet mit dem Rohstoffrecycling von Elektro- und Elektronikschrott einen wichtigen Beitrag zur Wiederverwertung von Wertstoffen. Allein im Jahr 2016 wurden:

- 1'700 Tonnen Aluminium gesammelt, mit dem man 10 A380-Airbusse herstellen könnte;
- 47'000 Tonnen Eisen und Stahl gesammelt, mit dem man 49 ICE-Fernverkehrszüge herstellen könnte;
- 11 Kilogramm Gold gesammelt, mit dem man rund 210 Eheringe herstellen könnte.

Der Umweltnutzen des Elektrogeräte-Recyclings durch die SENS und ihre Partner wurde für das Jahr 2016 mittels Ökobilanz durch das renommierte Büro Carbotech AG ermittelt. Der Umweltnutzen von 2'800 Milliarden UBP (Umweltbelastungspunkten) liegt dabei in der Grössenordnung der jährlichen Umweltbelastung der Stadt Bern (ca. 140'000 Personen). 92 Prozent der Umweltleistungen durch die SENS wird durch die Verhinderung von Schadstoffemissionen generiert. Das Recycling von Wertstoffen trägt 8 Prozent dazu bei.

SENS eRecycling praktiziert somit Umweltschutz auf eine sehr effiziente Art und Weise.



### Kontakt

SENS eRecycling, Obstgartenstrasse 28, 8006 Zürich  
T: +41 43 255 20 00 / [info@erecycling.ch](mailto:info@erecycling.ch)



Symbolbild: Keystone

# 11 Krankenkassentipps

## Prämiensparen mit Felix Schneuwly

Corona lässt viele Haushaltsbudgets schrumpfen. Deshalb steigt die Last der Krankenkassenprämien trotz der moderaten Prämienhöhung von durchschnittlich 0.5 Prozent für viele Leute massiv, die wegen Kurzarbeit, Arbeitslosigkeit oder als Selbständigerwerbende weniger Geld im Portemonnaie haben. Auch Versicherte ohne Prämienhöhung sollten vergleichen. Mittlerweile haben alle ihre Police für das kommende Jahr bekommen. Hier sind ein paar Prämienspartipps.

### 1. Franchise

Man muss nicht gleich die Kasse wechseln, um Krankenkassenprämien zu sparen. Wer im kommenden Jahr voraussichtlich medizinische Leistungen für bis zu 2'000 Franken braucht, verliert mit der höchsten Franchise von 2'500 Franken kein Geld. Der Prämienrabatt für die Maximalfranchise beträgt 1'540 Franken. Mit dieser Franchise muss man im schlechtesten Fall - und dieser könnte bei einer schweren Erkrankung am Coronavirus eintreffen - 3'200 Franken selber bezahlen (Franchise 2'500 Franken plus maximal 700 Franken Selbstbehalt). Bei Spitalaufenthalten kommt noch der Spitalzuschlag für die Verpflegung von 15 Franken pro Tag dazu.

### 2. Alternatives Versicherungsmodell

Mit einem alternativen Versicherungsmodell (AVM) verzichtet man auf die freie Wahl des Arztes oder anderer Leistungserbringer und spart so bis zu 25 Prozent Prämien. Kombiniert mit der Maximalfranchise darf die Krankenkasse einen Prämienrabatt von maximal 50 Prozent gegenüber der Prämie für die Standardgrundversicherung mit Minimalfranchise (300 Franken) gewähren. Die Grundversicherung (inkl. Franchise und AVM) darf man jedes Jahr ohne Gesundheitsprüfung wechseln, auch dann, wenn man beim Jahreswechsel krank ist.

### 3. Mehrkinder-Rabatte

Die meisten Krankenkassen bieten ab dem dritten Kind eine zusätzliche Ermässigung für die Versicherung von mehreren Kindern im gleichen Familienvertrag an. Andere Gruppenrabatte sind in der Grundversicherung verboten.

### 4. tirs garant und tirs payant

Alle Krankenkassen müssen in der Grundversicherung dieselbe Versicherungsdeckung anbieten. Einige Kassen mit tiefen Prämien rechnen ambulante Leistungen (Arzt, Medikamente, Spitex, Therapien etc.) nach dem System «tirs garant» ab. Die Rechnung geht an die Patientin. Diese bezahlt die Rechnung und bekommt von der Kasse den versicherten Anteil zurück. Wer zum Beispiel teure Medikamente braucht, bevorzugt aus Liquiditätsgründen wohl das Abrechnungssystem «tirs payant», wo die Rechnung direkt an die Krankenkasse geht und der Patient der Kasse die Kostenbeteiligung (Franchise plus Selbstbehalt bezahlt. Stationäre Leistungen (Spital, Reha, Pflegeheim) müssen schweizweit nach Tirs payant abgerechnet werden.

### 5. Skonto

Mehr Zins als für das Geld auf dem Sparkonto – nämlich 0,5 bis 2 Prozent – gibt es den meisten Krankenkassen für Versicherte, die ihre Prämien halbjährlich oder jährlich statt monatlich bezahlen.

### 6. Unfalldeckung

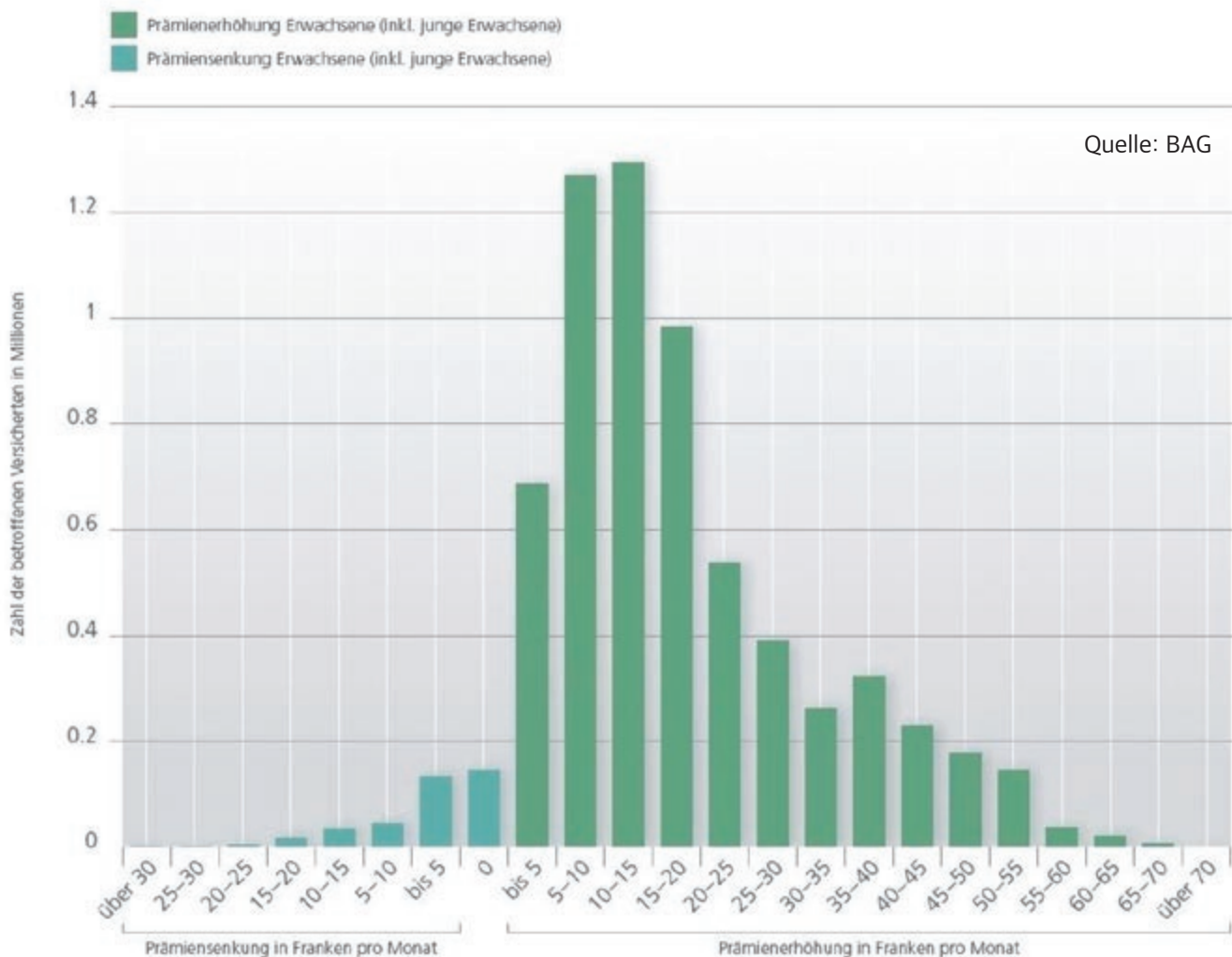
Wer mehr als acht Stunden pro Woche beim selben Arbeitgeber tätig und bei Betriebs- und Nichtbetriebsunfällen versichert ist, schliesst die Unfalldeckung bei der Krankenkasse aus. Bei mehreren Teilzeitstellen, wo bei keine die acht Stunden pro Woche erreicht wird, muss die Unfallversicherung bei der Krankenkasse abgeschlossen werden. Wer pensioniert wird, muss unbedingt an die Unfalldeckung durch die Krankenkasse denken.

### 7. Individuelle Prämienverbilligungen

Wer durch Kurzarbeit, Arbeitslosigkeit oder Umsatzeinbussen der eigenen Firma weniger verdient, sollte sich beim Kanton nach dem Anspruch auf «individuelle Prämienverbilligungen» (IPV) für sich und die Familie erkundigen. Diese sind von Kanton zu Kanton unterschiedlich geregelt. Massgebend ist immer das Einkommen auf der Steuererklärung. Wer weniger verdient, kann auch bei der kantonalen Steuerbehörde auch eine Zwischenveranlagung verlangen.

### 8. Spitalzusatzversicherungen

Wer im Spital nicht in einem Mehrbettzimmer liegen und selber bestimmen will, welcher Arzt operiert, hat in der Regel eine klassische Privat- und Halbprivatspitalversicherung. Mit einer viel günstigeren Flex-Lösung kann man beim Spital entscheiden, ob man mit einer höheren Kosten-



beteiligung statt in der allgemeinen in der halbprivaten oder privaten Abteilung betreut werden will. Eine Analyse von Comparis zeigt: Jährlich sind dank tieferer Prämien Einsparungen von bis über 1'500 Franken möglich. Die Mehrkosten für einen Spitalaufenthalt sind somit je nach Versicherer bereits in rund 2 Jahren amortisiert. Bei den Zusatzversicherungen besteht für die Kassen kein Aufnahmezwang. Selbst wenn die neue Kasse nach einer Aufnahme keinen ausdrücklichen Vorbehalt macht, übernimmt sie keine Kostendeckung für bereits bestehende Leiden. Deshalb sollte man nie eine Zusatzversicherung kündigen bevor der neue Vertrag auch von der Versicherung unterschrieben ist. Die Zusatzversicherung «Spital allgemein ganze Schweiz» ist günstig und immer noch verbreitet. Die Versicherung deckt die Kosten bei einem Spitalaufenthalt ausserhalb des Wohnkantons, die höher sind als die Kosten im Wohnkanton. Medizinisch notwendige, ausserkantonale Spitalaufenthalte sind davon nicht betroffen.

### 9. Ambulante Zusatzversicherungen

Es gibt auch ambulante Zusatzversicherungen mit Sparpotenzial. Die Beiträge für Brillen, psychologische Behandlungen, alternative Heilmethoden, Kuren und Impfungen wiederum variieren stark je nach Anbieter und decken mitunter nicht die Bedürfnisse des Versicherten. Da oft mehrere Zusatzversicherungsangebote in unterschiedlichen Paketen sind, kann man diese nicht beliebig kombiniert und muss das passendste Paket nehmen. Die sinnvollsten ambulanten Zusatzversicherungen sind Zahnversicherungen für Kinder sowie solche für Kranken- und Rettungstransporte.

### 10. Kündigungsfristen und Wechselmodalitäten

Krankenversicherungen kann man jeweils per Ende Jahr kündigen. Für Zusatzversicherungen beträgt die Kündigungsfrist sechs (Ende Juni) oder drei Monate (Ende September), für die Grundversicherung einen Monat (Ende November). Wer von der Versicherung ausserhalb der üblichen Termine eine Prämienänderung bekommt, hat ab Erhalt dieser Mitteilung einen Monat Zeit zum Kündigen. Die Kündigung muss am letzten Arbeitstag des Monats beim Versicherer sein. Es gilt nicht das Datum des Poststempels. Wer bis Ende Jahr nicht alle offenen Rechnungen (Prämien und Kostenbeteiligungen) bezahlt hat, riskiert, dass die alte Versicherung die Kündigung als nichtig erklärt. Bei Zusatzversicherungen besteht so das Risiko, ein Jahr lang doppelt versichert zu sein, bei der Grundversicherung bleibt man ein Jahr länger bei der alten Versicherung, weil die Aufnahme bei der neuen ohne rechtskräftigen Austritt bei der alten ungültig ist.

### 11. Kollektivversicherungen und Digitalrabatte

Viele Firmen und Vereine haben mit Versicherungen Prämienrabatte für ihre Mitarbeiter und Mitglieder ausgehandelt. Die Finanzmarktaufsicht Finma, welche das gesamte Privatversicherungsgeschäft überwacht, hat in den letzten Jahren die Kürzung vieler Gruppenrabatte durchgesetzt. In den letzten Jahren haben zudem immer mehr Versicherungen begonnen, ihren Kunden für die Datenerlieferung eine Prämienermässigung zu gewähren; sei es das Tracking von Gesundheitsdaten, das Ausfüllen eines Fragebogens zum persönlichen Lebensstil, die Teilnahme an Online-Games oder andere Gesundheitsfördernde Aktivitäten.

**Felix Schneuwly**

Krankenkassenexperte Comparis  
Fachbeirat Schweiz. Konsumentenforum



Felix Schneuwly ist Krankenkassenexperte bei Comparis und Mitglied im Fachbeirat des Schweizerischen Konsumentenforums

Foto: 20 Minuten, 2019



# Sei ihr **HELD**

## **SCHÜTZE DICH UND DEINE LIEBSTE VOR HPV**

HPV betrifft Frauen und Männer, denn HPV-Viren können verschiedene Krebsarten im Genitalbereich und Genitalwarzen auslösen. Im Schnitt erhält jeden Tag eine Frau die Diagnose Gebärmutterhalskrebs. Informier dich über die HPV-Impfung, sie kann dich und deine Liebste vor den wichtigsten HPV-Typen schützen.

### **SICHER IST SICHER**

Wer Sex hat, kann sich mit einer sexuell übertragbaren Infektion (STI) anstecken. Das kommt vor. Die meisten Infektionen sind behandelbar. Ohne Behandlung können STI schlimme Folgen haben. Wer sich richtig schützt, kann eine Infektion vermeiden.

### **SO WIRST DU ZUM HELDEN**

**Safer Sex** - Kondome können dich vor vielen STI schützen.  
**Testen** - Du kannst dich testen, wenn du Risiken eingegangen bist.  
**Impfen** - Du kannst dich gegen Hepatitis A, B und gegen HPV impfen lassen.

### **MEHR INFOS UNTER**

[www.lilli.ch](http://www.lilli.ch)  
[HPV-INFO.CH](http://HPV-INFO.CH)



# AareSüdhang und EcoDesign

Warum es sinnvoll ist, sich über Geschmack zu unterhalten



**@janiques\_aaresuedhang:** Ein flüssiges Gedicht - Gedanken, Erinnerungen und die künstlerische Auseinandersetzung damit. Mit ihren Getränken kann sie die Menschen direkt über den Geschmackssinn erreichen. Erinnerungen sind stark verbunden mit Gerüchen und bringen uns auf eine emotionale Reise. Kunst in Form einer Bio-Limonade und das alles umweltfreundlich und nachhaltig produziert - sehr zeitgemäss.

## Ausdrucksstark

Geschmack kann man auf viele verschiedene Arten ausdrücken. Er spiegelt sich nicht nur in Werken. Oft zeigt schon die Vorliebe für eine bestimmte Musik oder die Art, wie man sich kleidet, welchen Geschmack man hat. Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt. Janique, die junge Berner Künstlerin, hat eine Kunstform gefunden, die sogar als Original für jeden erhältlich ist. Ihre Kunst ist es, Erinnerungen und Gedanken in flüssiger Form zu vermitteln. Sie verknüpft verschiedenste Disziplinen miteinander und will sich dabei nicht einschränken lassen. Angefangen hat sie damit, Bilder zu malen. Sie skizziert für ihr Leben

gern. Schnell und sicher fängt sie Emotionen ein, so als wären sie in der Zeit stehen geblieben. Da sie auch die Veränderung der Dinge liebt, kreierte sie Animationen, die Skizze für Skizze in Bewegung gebracht werden.

Als Künstlerin mit grossen Ideen fühlte sie sich jedoch schnell an der Kante der Leinwand eingeeengt. Wie kann man Emotion und Ausdruck noch näher an die Leute heranbringen, fragte sie sich. Irgendwann fiel ihr auf, dass nichts stärker darin ist, Erinnerungen wieder hervorzurufen, als vertraute Gerüche und der Geschmack von bestimmten Dingen. Sie können einen auf einen Schlag direkt in eine andere Zeit versetzen. Inspirieren liess sie sich von den Parfümerien in Südfrankreich.

## Publireportage

Die ersten drei Bio-Limonaden, die sie kreiert hat, verbindet sie mit ihren Kindertagen in Bern. Dafür nahm sie einen Schritt zurück und teilte ihr damaliges Leben in drei poetische Abschnitte. Es entstanden die von Märchen inspirierten Figuren Dinkel Bell, die unbeschwerete, aber bodenständige Fee, Mandel & Gretchen, die beiden unzertrennlichen Kinder und Peterli Pan, mit dem Wunsch, für immer jung zu bleiben. Mit diesen Getränken wird dies sogar erfüllt, denn immer wenn man eins aufmacht, führt der Duft einen sofort zurück in die Kindheit. Die neuen drei Getränke, die Ende dieses Jahres erscheinen werden, beschreiben ihre Jugend, bei denen der Einfluss von Südfrankreich spürbar sein wird - unglaublich duftende, endlose Lavendelfelder, mit Jasmin überwachsene Häuser, Gewürze aus der Provence. All das hat sie auf diese Weise verbunden und auf ihre Art verewigt.

### Hautnah

Getränke gehen durch einen hindurch, sie gehen unter die Haut, durch den Körper. Da ist es schon wichtig, dass nur beste Ingredienzen wie Heilkräuter darin sind. Janique gibt acht, dass es Kräuter sind, die schon seit Jahrhunderten Geschichten in sich tragen und bei denen nicht nur der Geschmack eine Rolle spielt, sondern auch die Auswirkungen, die sie auf den menschlichen Körper haben. Ingwer ist gut für die Verdauung, Petersilie hat viele Vitalstoffe, etc.

In unserem Leben haben wir zwei verschiedene Zuhause, um die wir uns kümmern müssen. Die Wurzeln, die damit verbunden sind, liegen Janique sehr am Herzen. Das eine Zuhause ist unser Körper und das andere die Welt. Man hat jeweils nur eines von jedem. Deshalb hat Janique die allerhöchsten Ansprüche an ihre Getränke. Es muss unbedingt alles in Bioqualität sein, natürlich vegan (denn da kann man auch bei Fruchtsäften nicht immer sicher sein), CO2-neutral und ohne raffinierten Zucker. Diese hohen Ansprüche hat sie schon von ihren Eltern mitbekommen und nie aus den Augen verloren.

### Standortbezogen

Im Berner Mattequartier lebt Janique ihre Träume aus. Hier fühlt sie sich frei und kann im kleinen Gewächshaus direkt an der Aare experimentieren. Sie kann Gewürze, Blumen sowie ihre Ideen wachsen lassen, denn es braucht einen solchen Ort für Kreativität. Wie bei gutem Wein trägt die

Lage am Südhang zur Reifung des Produkts bei. So geschieht es auch hier, wenn auch im übertragenen Sinn. SONNEN ecodesign hat seinen Sitz schon seit über zehn Jahren in der Matte direkt am sonnigen Ufer der Aare gegenüber des Bärenparks. Wie man auf den Flaschenetiketten sieht, wird hier Tradition mit Innovation verbunden. Sie erfinden die Welt neu, so wie sie sie sehen wollen, einfach weil es Spass macht. Grenzen braucht es dabei nicht. Die kleine Berner Agentur gibt es schon seit über 20 Jahren. Schon seit Beginn setzt sie sich für Nachhaltigkeit ein und gilt deswegen auch als Eco-Design. Kreativität sprudelt - hier gibt es tonnenweise Ideen. Doch SONNEN ecodesign macht nicht einfach Design und Kunst für jeden. Es braucht schon Inhalte. Zusammen haben sie ein Tool entwickelt, mit dem sie online, effizient und von überall aus arbeiten können. Bestens und mehrfach ausgebildete, innovative Köpfe kommen hier zusammen. Grafiker, Fotografen, Schriftsteller und Illustratoren, die für ihr Leben gern Ideen in lebendige, ausdruckvolle Projekte verwandeln. Hier arbeiten sie zusammen und liefern innerhalb von 24 Stunden Resultate zu sagenhaften Preisen. Das gelingt nur, weil Kreativität im Fluss ist und weil es hier darum geht, sich ausleben zu können. Alles ist im Fluss und verändert sich ständig. Man kennt es von Instagram und anderen Social Media. Die Welt dreht sich schneller denn je, und man hat heutzutage schon fast alles gesehen. Jetzt muss da mehr sein. Und es gibt diese neue, coole Freiheit um frech und ausdrucksvoll zu sein. Die Künstler bei [sonnen.ch](http://sonnen.ch) sind sich einig - sie müssen 100%ig hinter den Produkten stehen, um einen Kunden aufzunehmen. Deshalb auch das Passwort auf der Homepage, um Einblick zu bekommen. Wenn man aber mal drin ist, gibt es unbegrenzte Möglichkeiten.

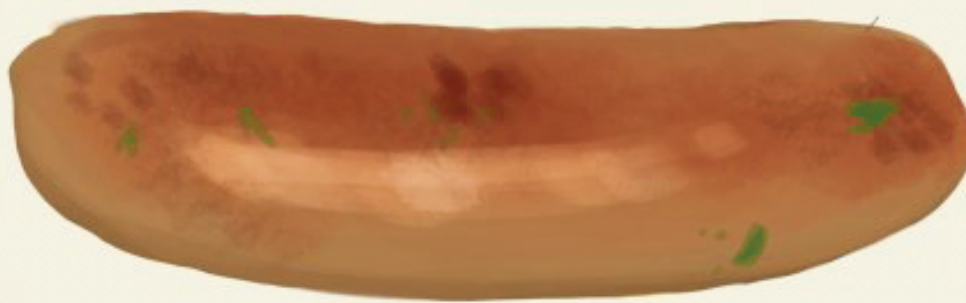
### Zukunftsorientiert

Wenn einem die Welt wichtig ist und man die Sommertage oft in Südfrankreich am Strand verbringt, macht man sich schon die einen oder anderen Gedanken zum Schutz der Umwelt.

Janique setzt sich auch für das Meer ein und arbeitet mit einer Non-Profit-Organisation in Monaco zusammen. Es geht darum, Wale und Delfine zu schützen und die Wasserqualität zu verbessern. Diese Projekte werden auch mit dem Geld aus der CO2-Kompensation von Janiques AareSüdhang unterstützt.

**Ejup Araf**





*Ceci n'est pas une saucisse.*

© Copa-Cogeca

# Führen Vegi-Burger Kunden in die Irre?

**In der EU wehrt sich die Fleisch-Lobby gegen Bezeichnungen wie "vegane Wurst". Sie wittern Konsumententäuschung. Eine Debatte, die auch in der Schweiz geführt wird.**

"Ceci n'est pas une saucisse" - das ist keine Wurst. Mit dieser Kampagne machen europäische Tierzucht- und Fleischverarbeiter aktuell Stimmung gegen "irreführende" Namen von Fleischersatzprodukten.

Die Branche ärgert sich, weil die EU-Kommission Namen wie "vegane Burger" oder "vegane Würste" zulassen will. Mit der Duldung solcher Begriffe werde die Büchse der Pandora geöffnet, so der Vorwurf. Die Tierzucht- und Fleischverarbeiter befürchten langfristige Folgen für Konsumenten und Viehzüchter gleichermaßen.

Unbestritten ist es für die Branche schwierig, wenn weniger Fleisch und mehr Ersatzprodukte konsumiert werden. Doch laut Jean-Pierre Fleury, Vorsitzender des Dachverbands der EU-Landwirte COPA-COGECA, gehörten auch Konsumenten zu den Verlierern: „Kunden werden absichtlich verwirrt, indem ihnen in der Werbung der Eindruck gemacht wird,

dass die Substitution eines Produkts keine Auswirkung auf die Nährstoffaufnahme habe.“

## **Bund hat Richtlinien aufgestellt**

Auch hierzulande sorgen Bezeichnungen von Fleischalternativen für heisse Köpfe. Argumentiert wird ähnlich wie in der EU. Ruedi Hadorn, Direktor des Schweizer Fleisch-Fachverbandes, forderte im Sommer: „Es braucht eine äusserst strikte Auslegung für die Bezeichnung von Fleischalternativen.“

Anders als in der EU ist man hierzulande bereits einen Schritt weiter. Kürzlich hat das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV ein Informationsschreiben zu Fleischalternativen publiziert.

Darin halten die Bundesbeamten fest, dass Aufmachung, Kennzeichnung und Verpackung der Produkte und die Werbung der Produkte die Konsumenten nicht täuschen dürfen. Und: „Imitationsprodukte dürfen nur so gekennzeichnet und beworben werden, dass es Konsumenten möglich ist, die tatsächliche Art des Lebensmittels zu erkennen“, siehe nächste Seite.

Bezeichnung	Beispiele	Beurteilung
Umschriebene Sachbezeichnung	Vegetarischer Cervelas, veganer Fleischkäse, veganer Lyoner, vegane Salami, Planted Schinken, vegetarische Wienerli, vegane Fischstäbchen, vegane Mayonnaise, veganer Käse, Plant-based Joghurt, vegane Milch, veganes Eigelb	Unzulässig
Beschreibende Hinweise	„zu verwenden wie...“, „vegane Alternative zu...“, „veganer XY-Ersatz“	Zulässig
Nennung der Tierart	Kalbswurst auf Sojabasis, vegetarische Dorschstäbchen, vegetarischer Thunfisch, veganes Rinderfilet	Unzulässig
Beschreibende Sachbezeichnung	Streichpaste, Streichfett, Schlagcrème auf Sojabasis	Zulässig
Geschützte Bezeichnung	Gruyère, Sbrinz, Feta, Grana Padano, Roquefort, Gorgonzola, Pecorino Romano	Unzulässig
Klassische / Allgemeine Begriffe	Vegetarisches / Veganes Filet, Steak, Schnitzel, Stäbchen, Geschnetzeltes, Hamburger / Burger, Wurst	Zulässig
Produktenamen	Appenzeller, Tilsiter, Formagella	Unzulässig
Phonetisch ähnliche Begriffe	Cheesi, Fleischkäse, Visch, Eigelb, Mylk, Chickin, Vromage, Caviart, Veta, Parvesan, Vromage  Velami oder Veganaise	Unzulässig  Zulässig

Quelle: Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV

Der Bund nennt gleich mehrere Beispiele: Nicht erlaubt sind Sachbezeichnungen wie „vegetarische Cervelas“ oder phonetisch ähnliche Begriffe wie „Fleischkäse“. Grünes Licht gibt der Bund hingegen für allgemeine Begriffe wie „veganes Filet“ oder „vegane Wurst“.

#### Bauernverband bleibt cool

Die Schweiz lässt Bezeichnungen zu, welche in der EU noch bekämpft werden. Der Schweizer Bauernverband kann damit leben. Sprecherin Sandra Helfenstein sagt: „Wir erachten diese Vorgaben als ausreichend, damit bei den

Konsumenten keine Verwirrung entsteht.“ Bestrebungen wie in der EU gebe es nicht.

Allerdings dürfe auch hierzulande das letzte Wort noch nicht gesprochen sein. Denn nicht immer halten sich die Hersteller von Fleischersatzprodukten an die Vorgaben: Die kürzlich lancierte pflanzliche Fleischkäse-Alternative von Coop heisst „The Green Mountain Fleischkäse“, siehe nächste Seite.

Ob die Bezeichnungen die Kunden in die Irre führen, ist umstritten. Konsumentenforum-Präsidentin Babette Sigg sagt: „Eine Täuschungsabsicht unterstelle ich niemandem.

Als verarbeitete Produkte liegen sie ja stets weit entfernt von der Fleischtheke.“ Unter dem Strich wünscht sich die Konsumentenschützerin mehr sprachliche Innovation, was die Namen der Fleischalternativen angeht. „Wir sähen es

gerne, dass man bei diesen Produkten nicht auf Bezeichnungen zurückgreift, die ersetzt werden sollen.“

Michael Bolzli  
Nau.ch



350g | Gekühlt

## The Green Mountain Fleischkäse

The GREEN MOUNTAIN

★★★★★ 1 Bewertung

10%

6.25

statt 6.95

1.79 /100g

Dieses Produkt ist zurzeit online nicht verfügbar.

Ähnliche Produkte

Noch halten sich nicht alle an die Vorbaben des Bundes. Screenshot coop.ch

# kf-Shop

bestellbar unter [www.konsum.ch](http://www.konsum.ch)



Kleber "Keine Werbung" - CHF 2.00



Schlüsselanhänger "kf" - CHF 5.00



Kleber "Zurück/Refusée" - CHF 3.00

# „Mis Chätzli hät Würm! – Mis Hündli isch ehrank!“

## Babettes Schlusswort



Wenn Konsumenten spontan über die Tätigkeit der Tierärzte befragt werden, sind meist Kleintierprobleme im Fokus. Kein Gedanke daran, dass vor allem amtliche Veterinäre ein weit grösseres Feld zu bearbeiten haben, was sich direkt und verdankenswerterweise auf die Qualität von (Fleisch-)Produkten und unsere Gesundheit niederschlägt. Das zeigt zum Beispiel ein Besuch im Schlachthof. Wer von all den leidenschaftlichen (Hobby-)Köchen\* weiss, dass sein Filet, der Braten, die Nierli oder das Züngli eine strenge Qualitätsprüfung vor Ort, während des Schlachtens, bestehen musste? Und zwar durch amtliche Tierärzte? Bei jedem Tier? Wir Konsumenten haben in der Regel noch nie davon gehört und nehmen dies staunend zur Kenntnis. Wir gehen davon aus, dass alles „in Ordnung sei“ und unsere Auslagen und Kühltruhen nur einwandfreie Ware anbieten - und verschwenden keinen Gedanken daran, dass es dazu stete Kontrollen, Überprüfungen, ein Nachfassen und vielleicht sogar eine Anzeige bei Unstimmigkeiten braucht. Damit die Qualität stimmt. Und das tut sie auch... fast immer.

Das weiss der Konsument kaum: die Organkontrolle liefert wichtige Anhaltspunkte, ob ein Tier gesund ist oder eben nicht in den Verkauf gelangen darf. Blutvergiftung, bakterielle Erkrankungen, Fieber, Leukämie, innere Verletzungen, Leberentzündungen - all dies erkennt der amtliche Tierarzt. Und auch die grössten Widerwärtigkeiten, die kein Konsument daheim auf dem Schneidebrett haben will: Parasiten wie Bandwürmer oder Leberegel. Pfui Teufel! Kranke Tiere sind augensichtlich. Nicht sichtbar sind hingegen Medikamentenmissbrauch oder Hormonergänzungen. Da braucht es schon das Know-How eines erfahrenen Veterinärs, der ein Gespür für Unstimmigkeiten hat, der dem überkräftigen Rind ansieht, dass etwas nicht mit rechten Dingen zugehen kann. Die Verantwortung des amtlichen Tierarztes ist riesig, er ist Kritik von hüben und drüben ausgesetzt. Es ist durchaus an der Zeit, einmal ein Kränzlein zu winden! Denn die amtlichen Tierärzte sind täglich für das Wohl nicht nur der Tiere, sondern auch der Konsumenten unterwegs. Hören wir also mit dem Reklamieren auf und sind wir einfach einmal kräftig dankbar! Oh du emotionsgeladener Fleischverzehr! Schon vor der Schlachtung wünscht sich der Konsument für sein späteres Fleisch eine tiergerechte Haltung. Kühe, Kälber, Rinder Schafe, Schweine - sie sollen „es schön haben“. Ist ihm bewusst, dass auch diese Kontrolle in die Kompetenz der amtlichen Tierärzte fällt? Dass die Halter bisweilen mit einer persönlichen Situation dermassen überfordert sind, dass sie ihren Tieren im Stall und auf der Weide einfach keine Priorität einräumen können und sie vernachlässigen? Oder sie aus Hilflosigkeit quälen? Deshalb wünschen wir uns für die amtlichen Tierärzte mehr Kompetenz zum Handeln, sofern Tierwohl und Hygienestandards nicht gewährleistet werden können. Schliesslich geht es um Lebewesen, deren Bestimmung es ist, den Menschen zu Nutzen zu sein - da darf man eine adäquate Haltung erwarten.

Skandale in der Schweiz werden sehr selten angezeigt, das manifestiert auch die Statistik der Ombudsstelle „Fleisch“ des Schweizerischen Konsumentenforums. Dies, weil vieles bereits lange, bevor es zu den Grossverteilern oder zu den Metzgern kommt, erkannt, behandelt, verhindert wird.

## 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. 69 | November 2020

