



Das Magazin des Schweizerischen Konsumentenforums

S. 14 | Esskultur vs. Zellkultur

## Vorstand



**Babette Sigg**  
Präsidentin  
Konsumentenrechte



**Muriel Brinkrolf**  
Gesundheitswesen und  
Digitalisierung



**Susanne Staub**  
Landwirtschaft



**Delia Sciuolo**  
Sozialpolitik



**Carmela Crippa**  
Umwelt und Recycling

## Politischer Beirat

**Nina Fehr Düsel**

Nationalrätin ZH, SVP

**Nicole Barandun**

Nationalrätin ZH, Die Mitte

## Ombudsstellen

**Rolf Büttiker**, Fleisch

**Iwan Bischof**, Textilpflege

**Noëmi Schöni**, E-Commerce

**Matthias Haari**, Immobilien

## Geschäftsstelle

**Carl-Philipp Frank**, Kommunikation

**Matthias Haari**, Leitung Rechtsberatung

**Nina Mungo**, Rechtsberatung

**Babette Sigg**, geschäftsführende Präsidentin

**Barbara Streit**, Leitung Administration

**Ruth Dickenscheid**, Kommunikation

## Fachbeirat

**Urs Bänziger**, Lebensmittelsicherheit

**Heinz Beer**, Energie, Nachhaltigkeit

**Beat Blumer**, Hotellerie, Gastronomie

**Gregor Dürrenberger**, Strom, Mobilfunk

**Felix Frey**, Energie

**Ursula Gross Lehmann**,

Rechtswissenschaften

**Ivo Gut**, Mehrwertsteuer

**Luc Herminjard**,

Telekommunikation, Energie

**Lahor Jakrlin**, Medien, Werbung

**Margrit Kessler**,

Gesundheitswesen, Patientenrechte

**Urs Klemm**, Lebensmittel

**Tanja Kocher**, Kommunikation

**Blanca Ramer-Stäubli**,

Energie, Mobilität, Politik

**Petra Rohner**, Network Consult

**Petra Rohner**, e-Commerce, Direktverkauf

**Pascal Rudin**, Kinder-Soziologe,  
Kinderrechtsexperte

**Felix Schneuwly**, Krankenkassen

**Babette Sigg Frank**, Präsidentin kf

**Beda Stadler**,

Immunologie, Gesundheit, Kochen

**Peter Sutterlüti**,

Post, Service public, Kepmail

**Ursula Trüeb**,

Codex Alimentarius, Lebensmittel

**Dr. med. Nathalie Urwyler**,

Gesundheitswesen

**Stephan Wehrle**,

Öffentlicher Verkehr; SBB

**Marc Wermelinger**,

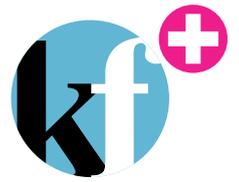
Ernährung, Lebensmittel

**Gabriela Winkler**,

Energie, Verkehr, Umwelt

**Paul Zwiker**,

Codex Alimentarius, Lebensm., Obst- & Gemüse



# Inhalt

3	Editorial	20	Digitale Helfer bei psychischen Erkrankungen
4	Kollektivmitglied Suisseporcs	22	Datenschutz in Unternehmen schützt Konsumenten
5	Adabei	24	Vorsicht: gefälschte Souvenirs!
6	Weniger Pestizide im Garten	26	Ein Fall für die Rechtsberatung
8	Margen auf Medikamenten	27	Panoptikum
10	Digitale Barrierefreiheit	28	unser täglich Brot
11	Familienplanung ist nicht nur Privatsache	30	Konsumhelden
12	Betrügerische Sammelaktionen	29	Mitgliedschaft
14	Food-Innovation Kunstfleisch	30	Konsumhelden
17	Ernährung und Psyche	31	Babettes Schlusswort
18	EMR Qualitätslabel		

## Liebe Leserinnen, liebe Leser

dass sich der Sprachgebrauch zwischen den Generationen verändert, ist kein Geheimnis: Was früher verpönt war, wird heute ohne grosses Aufsehen akzeptiert. Um die Jugend besser zu verstehen, kürt eine Jury unter der Leitung des Langenscheidt-Verlags seit 2018 jährlich ein Jugendwort des Jahres.

Im vergangenen Jahr schaffte es das Jugendwort goofy, was so viel bedeutet wie tollpatschig, albern, andere amüsierende Person, auf den ersten Platz und schlug damit Side Eye und NPC. Doch so wie die Sprache der Jugend für viele Ältere unverständlich ist, kann es auch die Sprache der Älteren sein, die bei den jüngeren Generationen ein Fragezeichen hinterlässt. Deshalb wird der Spiess in diesem Jahr einmal umgedreht.

Per TikTok wird 2024 zum ersten Mal ganz inoffiziell über das Boomer-Wort des Jahres abgestimmt. Die Top 5 der Boomer-Wörter, die von den TikTok-Nutzern in den Kommentaren bestimmt wurden, sind auf Platz 1 Sportsfreund, auf Platz 2 knorke, auf Platz 3 Papperlapapp, auf Platz 4 schnabulieren und auf Platz 5 Obacht. Ich bin gespannt, welches Wort das Rennen macht.

**Ruth Dickenscheid**  
Schweizerisches Konsumentenforum kf

### **kf – wo die Sprachwelt noch in Ordnung ist.**

Das kf hat sich entschieden, die Genderdiskussion zugunsten Wesentlicherem auf später zu verschieben. In unserem Magazin finden Sie keine\*, keine: und keine Binnen-i. Wir setzen auf generisches Maskulinum und stehen dazu.

# Unser Kollektivmitglied Suisseporcs stellt sich vor



Der Schweizerische Schweinezucht- und Schweineproduzentenverband vertritt die Interessen von rund 3000 Schweinehaltern. Suisseporcs vertritt die Anliegen gegenüber Gesellschaft und Politik. Eine unabhängige Beurteilung von Markt, Preisen, Wirtschaftlichkeit, Anforderungen in der Wertschöpfungskette und der Endverbraucher ist uns wichtig. Ebenso bedeutend ist die unabhängige Information und Beratung für die Schweinehalter, die Aus- und Weiterbildung sowie hochstehende Tiergesundheit, Tierwohl und Fleischqualität.

Vernetztes, branchenübergreifendes Handeln ist uns wichtig. Die Mitgliedschaft, Beratung und der Austausch mit dem kf entsprechen unserer konsumentenorientierten und eigenverantwortlichen Grundhaltung sowie dem Einbezug der betroffenen Konsumenten. Der Austausch und die Nähe zu den Konsumenten werden zusätzlich mit dem kf in der Branchenorganisation Proviande und in der Interessengemeinschaft Agrarstandort Schweiz gepflegt. Gute Rahmenbedingungen für die Wertschöpfung in der Ernährungswirtschaft kommen allen zugute. Die CH-Schweinehaltung steht für Qualität und Ernährungssicherheit. Dies erfordert Anstrengungen auf allen Stufen.

#### Wir setzen uns ein für

- Wirtschaftlich tragfähige Betriebe
- Faire Marktbedingungen und Markttransparenz auf allen Stufen
- Marktgerechte Produktion und Preise
- Kampf gegen ungerechtfertigte Forderungen
- Positives Image der CH-Schweinehaltung
- Verbesserung der Perspektiven der CH-Schweinehaltung
- Verantwortungsvollen Umgang mit Nutztieren und Umwelt
- Schlanke und effiziente Strukturen

Mit der neu geschaffenen Marke SAUGUT! kann transparent und faktenbasiert die Schweizer Schweinehaltung mit einzigartigen Leistungen gezeigt werden. In einer Kreislaufwirtschaft mit bedeutender Verwertung von Nebenprodukten der Lebensmittelherstellung wie Molke, Mühlennebenprodukten, Rüst- und Schälresten, Altbrot, Nebenströme der Zucker-, Biskuit-, Speiseöl- und weiteren Verarbeitungen werden diese durch hiesige Schweine sinnvoll zu geschmackvollem, hochwertigem Eiweiss, unentbehrlichen Spurenelementen und Vitaminen (insbesondere B-Gruppe) verwertet. Dazu gibt es hochwertigen Dünger für fruchtbare Böden und Biogas. Für ein nobles Produkt mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis sind die Schweizer Schweinehalter rund um die Uhr das ganze Jahr im Einsatz.

Suisseporcs,  
Adrian Schütz



# SAUGUT!

**SCHWEIZER SCHWEINEHALTUNG**  
familiär. respektvoll. fortschrittlich.



# Adabei

**Future Health in Basel** – die Plattform für ausgewählte nationale und internationale Entscheidungsträger in der Gesundheitswirtschaft. Wie kann die Gesundheitsökonomie verbessert werden, um Kostentreiber zu reduzieren, die Systemresilienz zu stärken und ein zukunftsfähiges Modell zu schaffen? Unsere Präsidentin nutzte diesen hochkarätigen Event auch, um das Netzwerk des kf weiter auszubauen. Hier mit Gastgeber **Jean-Christophe Britt** von PMI. Die beiden kennen sich nun schon etliche Jahre, und das Wiedersehen ist stets höchst erfreulich!



Der «Victor» ist der Oskar des Gesundheitswesens und der wichtigste Preis der Branche, der jedes Jahr an der stilvollen und gediegenen Victor-Gala verliehen wird.

**Geri Staudenmann** und **Grazia Siliberti** sind die Initianten des Preises und treibende Kräfte von Santémedia. In fünf Kategorien werden herausragende Persönlichkeiten, die sich für unser Gesundheitswesen stark machen, prämiert. Dieses Jahr unter anderem die Initiantin und Präsidentin von «Long Covid Schweiz», Chantal Britt, die als Betroffene diese wichtige Organisation gründete.

Foto: ©santémedia

Ein Fixpunkt in der kf-Agenda: die Teilnahme an der GV von unserem Kollektivmitglied Swisscofel im eleganten und legendären Bellevue Palace in Bern. Kf-Vorstandsmitglied **Susi Staub** und der Gastgeber und Direktor von Swisscofel, **Christian Sohm**, gleich nach der zügig durchgeführten Versammlung und vor dem hochinteressanten Referat von Wettermann Thomas Bucheli.

Foto: zVg



Schauen, was dahinter steckt! Dieses Motto des kf, das gern einen Blick hinter die Kulissen wirft, begleitete unsere Präsidentin auf einem Rundgang durch die Produktion, vor allem aber auf die Äcker des erntereifen Eisbergsalats, der sich in jedem Burger befindet. Das angeregte Gespräch mit **Rainer Rufer**, Direktor für Nachhaltigkeit bei McDonalds Schweiz, ergab einige gemeinsame Ärgernisse wie zum Beispiel den Nutriscore. Wir bleiben dran!

Foto: Remo Nägeli



# Es geht auch anders! Alternativer Pflanzenschutz für umweltbewusste Gartenfreunde

Wenn es um die Gestaltung eines schönen Gartens oder die Auswahl von Pflanzen für den Balkon geht, tendieren immer mehr Menschen nicht nur auf ästhetische, sondern auch auf umweltfreundliche Entscheidungen. Glücklicherweise gibt es alternative Methoden für den Pflanzenschutz, die es ermöglichen, grüne Oasen zu schaffen, ohne auf umstrittene Mittel zurückgreifen zu müssen.

Eine vielfältige Bepflanzung im Garten oder auf dem Balkon kann natürliche Feinde von Schädlingen anziehen und ein Gleichgewicht im Ökosystem schaffen. Indem man verschiedene Blumen, Kräuter und Sträucher anbaut, locken man Nützlinge wie Marienkäfer, Schmetterlinge und Vögel an, die dabei helfen, Schädlinge zu kontrollieren, ohne den Einsatz von konventionellen Pflanzenschutzmitteln.

#### Setzen Sie auf biologisch angebaute Pflanzen

Beim Kauf von Pflanzen für Ihren Garten oder Balkon haben Sie die Wahl: erkundigen Sie sich, welche Pflanzenschutzmittel angewandt wurden oder achten Sie auf 100% biologisch angebaute Sorten. Diese Pflanzen werden ohne den Einsatz von chemischen Pestiziden kultiviert und sind oft widerstandsfähiger gegenüber Schädlingen und Krankheiten. Indem Sie Pflanzen aus biologischem Anbau unterstützen, tragen Sie dazu bei, den Einsatz von konventionellen Pflanzenschutzmitteln insgesamt zu reduzieren.

#### Die positive Wirkung von Mikroorganismen

Mikroorganismen spielen eine entscheidende Rolle im alternativen Pflanzenschutz. Bestimmte Bakterien, Pilze und andere Mikroben können natürliche Feinde von Schädlingen und Krankheitserregern sein. Sie werden in Form von biologischen Präparaten eingesetzt, um die Pflanzengesundheit zu fördern und den Schädlingsdruck zu reduzieren. Diese Mikroorganismen können die Bodenstruktur verbessern, Nährstoffe freisetzen und das Wachstum fördernde Substanzen produzieren. Sie haben keine (be-

kannten) negativen Einfluss auf die Umwelt und tragen zur Erhaltung eines ausgewogenen Ökosystems bei.

#### Förderung der Bodengesundheit

Ein gesunder Boden ist die Grundlage für ebenso gesunde Pflanzen. Durch die Zugabe von Kompost und organischen Düngemitteln können Sie die Bodenfruchtbarkeit verbessern und die Widerstandsfähigkeit Ihrer Pflanzen gegenüber Schädlingen und Krankheiten stärken. Ein gesunder Boden fördert das Wachstum nützlicher Bodenorganismen, die das Aufkommen von Schädlingen vermeiden und das organische Material pflanzenverfügbar macht. Dies ist die Voraussetzung, dass die Pflanzen wüchsig und robust bleiben.

#### Informieren Sie sich und tauschen Sie Erfahrungen aus

Es gibt viele Informationsquellen und Gemeinschaften in der Schweiz, die sich mit dem Thema biologischer Gartenbau und alternative Pflanzenschutzmethoden beschäftigen. Nehmen Sie an Workshops teil, lesen Sie über das Thema und tauschen Sie sich mit anderen Gartenliebhabern aus. Indem Sie Ihr Wissen erweitern und Ihre Erfahrungen teilen, können Sie dazu beitragen, eine nachhaltige Gartenkultur zu fördern. Geniessen Sie die Schönheit der Natur auf eine nachhaltige Weise und wenden Sie sich für kompetente Beratung an Ihre Gärtnerin, Ihren Gärtner oder an den gärtnerischen Detailhandel.

**Konsumentenforum in Zusammenarbeit**  
mit Thomas Pfyffer

## Hier finden Sie eine Auswahl an Informationen zum biologischen Pflanzenschutz:

Das Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL): <https://www.biologisch-gaertnern.ch/positivliste.html>

Demeter: [demeter.ch/positivliste-biologisch-gaertnern-leicht-gemacht/](https://demeter.ch/positivliste-biologisch-gaertnern-leicht-gemacht/)

Biologisch Gärtner Schweiz: [www.biologisch-gaertnern.ch](http://www.biologisch-gaertnern.ch), Andermatt Biogarten AG: [www.biogarten.ch/de-ch](http://www.biogarten.ch/de-ch)

Stadt Zürich, Abteilung Gärten: [www.stadt-zuerich.ch/ted/de/index/gsz/gaerten-und-andere-pachtflaechen/biologisch-gaertnern-mit-positivliste.html](http://www.stadt-zuerich.ch/ted/de/index/gsz/gaerten-und-andere-pachtflaechen/biologisch-gaertnern-mit-positivliste.html)

Eine Seite aus Deutschland: Mein schöner Garten: [www.mein-schoener-garten.de/](http://www.mein-schoener-garten.de/)

Bioterra: «Mein Garten – biologisch und naturnah»; CHF 31.–, online zu bestellen





# Patienten doppelt benachteiligt: Bund plant neues Vertriebsmodell bei Medikamenten

**Was auf den ersten Blick sinnvoll erscheint, gibt Anlass zu grössten Befürchtungen: das Eidgenössische Departement des Innern EDI und das Bundesamt für Gesundheit BAG planen per 1. Juli dieses Jahres die Einführung eines neuen Vertriebsmargen-Modells bei Medikamenten, das zu Einsparungen im Gesundheitswesen führen soll.**

Was ist daran so besorgniserregend? Um dies zu verstehen, lohnt sich ein kleiner Exkurs zur Preisbildung bei Medikamenten: die Firmen verkaufen ihre Medikamente zum sogenannten **Fabrikabgabepreis**. Um auch die Aufwendungen des Zwischenhandels zu entgelten, verordnet das BAG behördlich den sogenannten **Publikumspreis**. Dabei handelt es sich um den maximalen Preis, der für die Arzneimittel von den Krankenkassen rückerstattet wird. Weil niemand unter diesem **Publikumspreis** verkauft, handelt es sich de facto auch um den **effektiven Marktpreis**. Um Einsparungen zu realisieren, hat das EDI während zwölf Jahren versucht, die Vertriebsmarge (Publikumspreis minus Fabrikabgabepreis) zu reduzieren. Zu diesem Zweck wurde nun das neue Berechnungsmodell verabschiedet, das am 1. Juli in Kraft tritt.

## **Ein Schönheitsfehler mit unschönen Folgen für die Patienten**

Dieses neue Modell sieht vor, dass sich alle Medikamente mit einem Fabrikabgabepreis unter 15 Schweizer Franken zum Teil signifikant verteuern, um den Zwischenhandel besser abzugelten. Mit anderen Worten: es kommt zu einer Umverteilung von Kosten zu Ungunsten der günstigen Arzneimittel (Fabrikabgabepreis bis 15 Franken), die sehr häufig von den Patienten aus dem eigenen Porte-

monnaie bezahlt werden. Zugleich werden die teuren Medikamente, deren Kosten ohnehin von den Krankenkassen übernommen werden, etwas günstiger.

In der Wahrnehmung der Patienten sieht es auf den ersten Blick so aus, dass die Medikamentenhersteller wieder einmal gut verhandelt haben. Dem ist aber nicht so: die Pharmaindustrie verdient mit diesem neuen Vertriebsmargen-Modell keinen Rapfen mehr. Es ist der Zwischenhandel, der betrachtet auf alle Medikamente weniger Marge abschöpft, bei den günstigen Medikamenten jedoch mehr verdient. Die vermeintliche Sparübung ist eine Umverteilung mit gefährlichen Folgen.

Die Patienten verlieren nämlich doppelt! Wenn mit dem neuen Vertriebsmargen-Modell der Preisdruck auf die Medikamente und unsinnigerweise auf die günstigen Medikamente zunimmt, verschärft sich die Versorgungsproblematik bei diesen Medikamenten markant. Zu nennen sind hier die häufig eingesetzten, bewährten Antibiotika und sehr viele bewährte Produkte der Grundversorgung, die genau in diese Preisklasse fallen. Sollte es in diesem Therapiegebiet zu einer weiteren Reduktion bei den Anbietern kommen, laufen wir gegen die Wand! Fazit: die Auswirkungen des Vertriebs-

margen-Modells müssen gut beobachtet und Korrekturen gegebenenfalls rasch ergriffen werden. Denn es ist absehbar, dass die Schweizer Konsumenten und Patienten durch die Einführung dieses Modells mit einer höheren finanziellen Belastung und einer weiteren Verschärfung der so wieso schon akuten Versorgungsproblematik bei Medikamenten konfrontiert werden. Zudem wird der grenzwertige Preisdruck auf die Generika- und Biosimilars-Industrie, welche die Sparanstrengungen des Bundes bei den bewährten Medikamenten der Grundversorgung seit Jahren intensiv unterstützt, noch weiter steigen. Dies lässt sich nicht verantworten. Um zu sparen, sollte der Einsatz von Generika und Biosimilars gefördert werden. Dank ihnen konnten im Jahr 2023 679 Millionen Franken eingespart werden. Dabei hätten angesichts eines nicht realisierten Einsparpotentials in Höhe von 236 Millionen Franken die Effizienzgewinne sogar bedeutend höher ausfallen können, wenn anstelle der teureren Originalmedikamente konsequent die günstigeren Alternativen verschrieben worden wären.

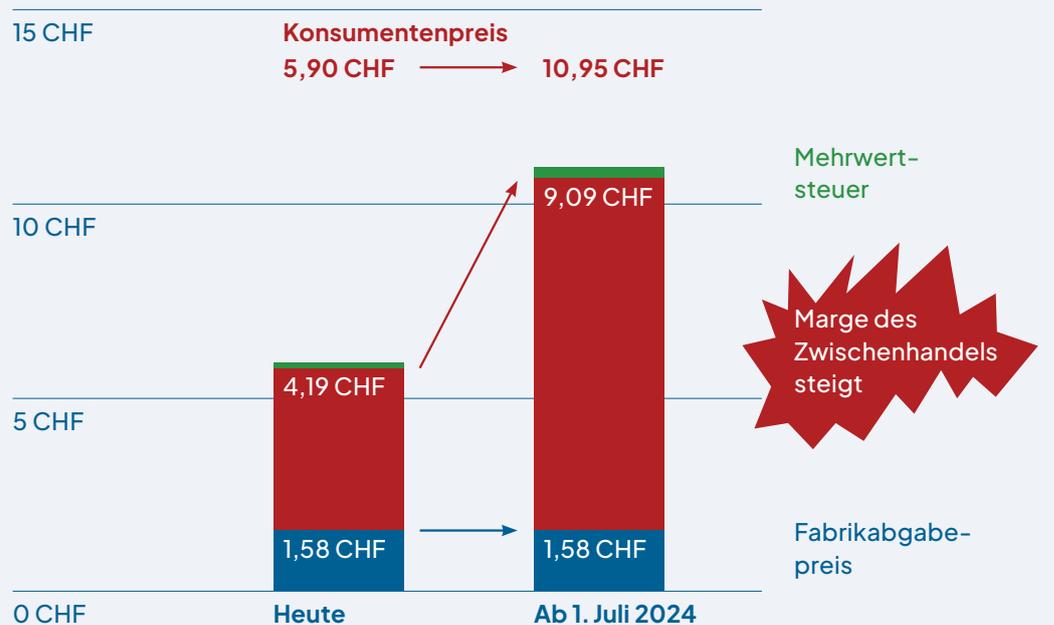
**Autor: Dr. Lucas Schälch;**  
intergenerika



# Macht das Bundesamt für Gesundheit dem Zwischenhandel ein Geschenk? <sup>1</sup>

## Ab dem 1. Juli 2024 zahlen Patienten für preisgünstige Medikamente mehr

Vergleich am Beispiel eines Schmerzmittels  
Ibuprofen 400 mg  
20 Tabletten



### Das ändert sich ab 1. Juli 2024

- Verkaufspreise für günstige **Medikamente mit einem Fabrikabgabepreis bis 15 Franken steigen ab dem 1. Juli 2024.**
- Konsumenten bezahlen zwar etwas tiefere Preise für bisher teure Medikamente, müssen dafür aber für die häufig verwendeten **günstigen Medikamente der Grundversorgung deutlich tiefer in die Tasche greifen.**
- **Für die Pharmaindustrie ändert sich durch das neue Margenmodell nichts.** Die Fabrikabgabepreise bleiben unverändert.
- **Es profitiert einzig der Zwischenhandel.** Die Preise ändern sich, aber es ist keine Kostenreduktion, sondern eine Umverteilung.
- **136.6 Millionen Schweizer Franken.<sup>2</sup>** Um so viel werden die günstigen Medikamente teurer.

<sup>1</sup> Medienmitteilung des Bundesamtes für Gesundheit vom 8. Dezember 2023: Förderung der Generika und Senkung der Arzneimittelpreise

<sup>2</sup> Mehrkosten für in der Apotheke bezogene Medikamente mit einem Fabrikabgabepreis unter 15 Franken, berechnet auf Basis der verkauften Menge 2023



# Digitale Barrierefreiheit: Ein Weg zur Inklusion im Internet

In einer zunehmend digitalisierten Welt ist der Zugang zu Informationen und Dienstleistungen im Internet für alle Menschen von entscheidender Bedeutung. Doch trotz der technologischen Fortschritte und der gesteigerten Sensibilität für Barrierefreiheit stossen viele Internetnutzer immer noch auf digitale Hindernisse, die sie daran hindern, auf Online-Inhalte zuzugreifen oder sie vollständig zu nutzen. Hier kommt das Konzept der digitalen Barrierefreiheit ins Spiel, das darauf abzielt, die Online-Umgebung für alle Benutzer zugänglich zu machen, unabhängig von ihren individuellen Fähigkeiten oder Einschränkungen.

## Warum ist digitale Barrierefreiheit wichtig?

Die Bedeutung digitaler Barrierefreiheit erstreckt sich weit über das bloße Bereitstellen von Zugang für Menschen mit Behinderungen hinaus. Es geht darum, eine inklusive Online-Umgebung zu schaffen, die das volle Potential jedes Nutzers ausschöpft. Hier sind einige Gründe, warum digitale Barrierefreiheit von zentraler Bedeutung ist:

- **Inklusion:** Digitale Barrierefreiheit trägt dazu bei, Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Bedürfnissen in die digitale Welt zu integrieren. Sie ermöglicht es Menschen mit Einschränkungen, selbstbestimmt am Online-Leben teilzunehmen, sei es beim Einkaufen, Informationsabruf oder der Kommunikation.
- **Rechtliche Verpflichtungen:** In vielen Ländern gibt es gesetzliche Vorschriften und Richtlinien, die sicherstellen sollen, dass Webinhalte barrierefrei gestaltet sind. Organisationen und Unternehmen müssen diese Vorschriften einhalten, um rechtliche Konsequenzen zu vermeiden und allen Nutzern gleiche Chancen zu bieten.
- **Wirtschaftliche Vorteile:** Barrierefreie Websites und Anwendungen erreichen ein breiteres Publikum, was zu einer grösseren Reichweite und besseren Geschäftsmöglichkeiten führen kann. Zudem fördern sie das positive Image einer Organisation als inklusives und sozial verantwortungsbewusstes Unternehmen.

## Wie können Overlays helfen, die Ziele der digitalen Barrierefreiheit zu erreichen?

Overlays sind Tools oder Technologien, die über bestehende Websites oder Anwendungen gelegt werden, um deren Barrierefreiheit zu verbessern. Sie bieten eine flexible Lösung, um Zugangsprobleme zu beheben, ohne die grundlegende Struktur oder das Design der Website zu ändern.

- **Sofortige Verbesserungen:** Overlays wie DIGIaccess können schnell implementiert werden, um Zugangsprobleme zu identifizieren und direkt zu beheben, ohne dass umfangreiche Änderungen am Quellcode erforderlich sind.

- **Anpassungsfähigkeit:** Overlays können an die individuellen Bedürfnisse verschiedener Benutzergruppen angepasst werden. Sie ermöglichen es den Nutzern, Einstellungen wie Schriftgrösse, Farbschema und Navigation nach ihren Präferenzen anzupassen, was die Benutzerfreundlichkeit für alle verbessert.

- **Kontinuierliche Überwachung und Verbesserung:** Overlays bieten Funktionen zur Überwachung der Zugänglichkeit in Echtzeit. Sie können automatisch Warnungen für Barrieren oder Probleme generieren und helfen, diese kontinuierlich zu beheben.

Overlays sind eine wertvolle Ergänzung für die Bemühungen um digitale Barrierefreiheit, indem sie schnelle, flexible und kosteneffiziente Lösungen bieten, um Websites und Anwendungen für alle Benutzer zugänglicher zu machen. Durch die Integration von Overlays und anderen Zugänglichkeitsstrategien können Organisationen und Unternehmen sicherstellen, dass ihre Online-Inhalte für alle zugänglich und nutzbar sind, unabhängig von individuellen Fähigkeiten oder Einschränkungen.

Konsumentenforum in Zusammenarbeit  
mit Thomas Brumloop,  
CEO von DIGIaccess GmbH



# Family Forward: Mehr Aufmerksamkeit für das «Konzept Familie»!

Wussten Sie, dass die Geburtenrate in der Schweiz mit 1,39 Kindern pro Frau 2022 auf dem niedrigsten Wert seit 20 Jahren liegt? Dies ist keinesfalls nur ein persönliches, sondern auch ein gesellschaftliches Problem, denn es werden bis 2035 Millionen qualifizierte Mitarbeiter fehlen, was den Wohlstand eines Landes gefährdet. Doch Familienplanung ist heute komplexer, Tabus über Unfruchtbarkeit und unerfüllten Kinderwunsch halten sich hartnäckig, und das Lebensmodell «Kind und Karriere» wird häufig als Widerspruch gesehen. Damit will die neue Initiative «Family Forward» brechen und fordert mehr Aufmerksamkeit und Aufklärung für alle Formen des Elternsein.

Zusammen mit den Partnern Thriving Talent, Healthcare Businesswomen Association (HBA), dem Schweizerischen Konsumentenforum kf und dem Unternehmen Merck Schweiz wurde am 29. April in Bern die Initiative «Family Forward – Familienplanung gemeinsam fördern» gestartet. Ihr Ziel ist es, sich für eine bessere Aufklärung und Enttabuisierung des Themas Fertilität einzusetzen. Auch ist es ein Anliegen, allen Menschen mit Kinderwunsch einen verbesserten Zugang zur Gestaltung und zu den Behandlungsmöglichkeiten im Bereich der Familienplanung zu ermöglichen und zur Gleichberechtigung und mehr Verständnis am Arbeitsplatz aufzurufen. Bei der Auftaktveranstaltung versammelten sich über 40 Teilnehmer, darunter persönlich Betroffene, Wissenschaftler, Unternehmen und Fachpersonen.

zu wechseln (13 %). Menschen mit Kinderwunsch erleben vom Arbeitgeber oftmals fehlende Unterstützung und mangelndes Verständnis.

Florian Schick, Geschäftsführer Merck Schweiz, betonte zu Beginn der Initiative, wie wichtig es sei, den Zugang zu Familienplanungsoptionen für alle Schichten der Gesellschaft zu sichern und forderte auch die Veränderung der Rolle von Unternehmen. Die Zukunft jeder Gesellschaft hinge von der Förderung einer offenen und unterstützenden Umgebung für Familienplanung ab. Eine Kampagne zur Aufklärung und Enttabuisierung rund um das Thema Kinderwunsch und Fertilität sowie zum Rollenwandel von Unternehmern sei in Planung.

Konsumentenforum  
Babette Sigg

## Bruch mit Tabus: Die Initiative «Family Forward» möchte gesellschaftlichen Wandel

Familienplanung ist ein Balanceakt zwischen Wünschen, Biologie, Finanzen und beruflichen Zielen. Dabei seien die Gründe für gewollte oder ungewollte Kinderlosigkeit sehr vielschichtig, erläuterte Prof. Katja Rost von der Universität Zürich, URPP Human Reproduction in Bern: Klimakrise, Wissensdefizite über Fertilität, Herausforderungen bei der Partnerwahl aufgrund von Bildung und Emanzipation, zunehmende Individualisierung und veränderte Lebensentwürfe, aber auch ein Rückgang des gesellschaftlichen Wertes von Kindern in einer Wohlstandsgesellschaft.

Unfruchtbarkeit werde, laut der Studie „Swiss Assisted Reproduction Longitudinal Study (CHARLS)“ mit 5.000 Teilnehmer, nicht als Krankheit angesehen, und es besteht Unwissen über alle Möglichkeiten der Reproduktionsmedizin. Zudem bestehen Barrieren und Tabus am Arbeitsplatz, wie eine von der Versicherungsgesellschaft Zurich UK durchgeführte Studie zeigt. Mehr als die Hälfte der Frauen (58 %), die sich einer IVF-Behandlung unterziehen, verschweigen dies ihrem Arbeitgeber, und fast jede siebte Frau ist gezwungen, ihre Arbeitszeit zu reduzieren (14 %) oder in eine weniger gut bezahlte Position

## Reproduktionskliniken in Ihrer Nähe:

- Kinderwunsch-Zentrum, Mellingerstrasse 207, 5405 Baden;
- Next Fertility; Kürsteinerstrasse 2, 9015 St. Gallen;
- FIORE Fachinstitut für Reproduktionsmedizin und gynäkologischer Endokrinologie, St. Gallen;
- Kinderwunschzentrum Kantonsspital Luzern; Spitalstrasse, 6000 Luzern 16
- Kinderwunschpraxis Bern AG; Sahli-Haus Lindenhofspital, Bremgartenstrasse 115, 3012 Bern
- Fertiluisse Basel; Centralbahnstrasse 9, 4051 Basel
- 360° Kinderwunsch Zentrum Zürich; Goethestrasse 24 8001 Zürich
- Fertas – Genève; Chemin De Beau-Soleil 22, 1206 Genève
- Kinderwunschzentrum Chur; Frauenklinik Fontana, Lürlibadstrasse 118; 7000 Chur
- ProCrea Swiss Fertility Center; diverse Standorte in der ganzen Schweiz

# Spenden für einen guten Zweck oder doch nicht? Das Geschäft der betrügerischen Spendensammler

Spendensammlungen begegnen uns fast überall, oft bewusst, aber auch unbewusst: in Einkaufszentren, online, per Post, an der Haustür und sogar bei McDonald's. Doch wenn wir an Spendensammlungen denken, fallen vielen Menschen zuerst die Spendensammler ein, die sich an beliebten Orten wie Bahnhöfen aufhalten. Da Bahnhöfe vor allem zu Stosszeiten sehr belebte Orte mit vielen Menschen sind, erhoffen sich Spendensammler, mit ihren Spendenaktionen viele Menschen zu erreichen und so auf ihre Spendenaktion aufmerksam zu machen.

Was aber, wenn uns dieses gewohnte Bild des Spendensammelns in die Irre führt? Betrügerische Spendensammler haben die Vorgehensweise und die Logos der NGOs für ihre Machenschaften kopiert und locken so ihre Opfer in die Falle. In einem Interview mit dem Geschäftsführer von Handicap International, Herrn Suda-Lang, hat das Kf mehr über die Machenschaften der betrügerischen Spendensammler erfahren.

nur schwer abschätzen, denn nur wenn sie von der Polizei erwischt werden, kann Anzeige erstattet werden.

**Seit wann sind Ihnen diese betrügerischen Aktivitäten bekannt?** Wir kämpfen bereits seit über zehn Jahren mit diesem Problem.

**Gibt es bestimmte Orte oder Situationen, in denen diese Aktivitäten häufig auftreten?** Im Jahr 2023 konnten wir in der Deutschschweiz eine signifikante Zunahme von Betrugsdelikten beobachten.

**Welche Auswirkungen haben betrügerische Sammlungen auf die Arbeit und das Ansehen von Handicap International?** Die Vermischung stellt das grösste Problem dar. Die Öffentlichkeit kennt uns vor allem durch die betrügerischen Sammlungen und stellt sich die Frage, ob es uns wirklich gibt oder ob es sich um eine Erfindung handelt. Die Vermischung führt zu einem Reputationsschaden und einer Beeinträchtigung der Glaubwürdigkeit unserer Organisation. Ein weiterer Aspekt ist die finanzielle Seite. Diese Personen erhalten in unserem Namen von Passanten mehrere hundert bis tausend Franken, welche unserer Organisation verloren gehen.

**Welche Merkmale kennzeichnen betrügerische Sammlungen im Vergleich zu legitimen Sammlungen?** Die Täter geben sich häufig als taubstumm aus und verlangen unmittelbar die Herausgabe von Bargeld. Des Weiteren offerieren sie den Betroffenen, gemeinsam mit ihnen zu einer nahegelegenen Bank zu gehen, um dort Geld abzuheben. Ein solches Vorgehen wäre mit unseren Grundsätzen nicht vereinbar. Wir kommunizieren mit den Menschen und erklären ihnen, wer wir sind und was wir tun. Unser Ziel ist es, die Menschen zu einer Mitgliedschaft als Spender zu gewinnen. Sobald eine Person ihre Einwilligung erteilt hat, eine Spende zu tätigen, erfolgt die Spende entweder über einen Dauerauftrag bei ihrer Bank oder über ein Spendenformular auf unserer Website.



**Herr Suda-Lang, können Sie uns einen Überblick über die betrügerischen Sammlungen geben, die Handicap International in der Schweiz festgestellt hat?** Wir haben jedes Jahr sehr viele Probleme mit betrügerischen Sammlungen. 2021 haben wir zum Beispiel 126 Strafanzeigen eingereicht. Wer beim Sammeln im Namen einer NGO erwischt wird, muss mit einer Busse oder im schlimmsten Fall mit einer Gefängnisstrafe rechnen. Wie viele falsche Spendensammler im Umlauf sind, lässt sich allerdings

Unsere Mitarbeiter sind stets mit einem iPad ausgestattet, um den Passanten die vielfältigen Auswirkungen ihrer Spende demonstrieren zu können. Zudem tragen sie stets offizielle Kleidung mit unserem Logo.

**Welche Massnahmen ergreift Handicap International, um die Öffentlichkeit über betrügerische Sammlungen aufzuklären?** Ein Artikel, der die Problematik mit klaren Erklärungen erläutert, wie man eine echte von einer gefälschten Sammlung unterscheiden kann, ist immer auf der Titelseite unserer Website zu finden. Wir posten auch in unseren sozialen Netzwerken, wenn wir einen Anstieg der Fälle feststellen. Wir wenden uns auch regelmässig an die Medien, damit sie die Bevölkerung warnen. Wir haben gute Rückmeldungen von Menschen erhalten, die auf unserer Seite oder in den Medien gelesen haben und daher erkennen konnten, dass es sich um einen Betrug handelt.

**Und wie können potentielle Spender sich aktiv daran beteiligen, betrügerische Sammlungen zu erkennen und zu vermeiden?** Auf unserer Website ist angegeben, wann und wo unsere Sammelaktionen stattfinden. Es ist wichtig zu betonen, dass wir drei Arten von Sammlungen durchführen:

- **Face-to-Face:** bei dieser Aktion sammeln wir an Bahnhöfen oder auch in Einkaufszentren.
- **Door-to-Door:** Das ist eine der kompliziertesten Sammelaktionen. Man kommt den Menschen sehr nahe, weil man in ihre Privatsphäre eindringt. Gerade hier ist es kritisch, wenn die Leute nicht wissen, ob es sich um uns oder um Betrüger handelt.
- **Telefonmarketing:** Auch hier ist es immer schwierig zu unterscheiden, was ein offizieller Anruf ist und was nicht.

Wer sich nicht sicher ist, sollte auf jeden Fall mit uns Kontakt aufnehmen. Oder, wie schon erwähnt, ein Blick auf unsere Website, dort haben wir auch Hinweise, wie man eine betrügerische Sammlung von einer offiziellen unterscheiden kann.

**Sind Sie Zewo-zertifiziert?** Wir waren bis 2016 ZEWO-zertifiziert. Danach haben wir aus organisatorischen Gründen das Label unseres Dachverbandes IDEAS übernommen, das aber die gleichen Bereiche abdeckt wie die ZEWO-Zertifizierung.

**Gibt es Zusammenarbeit und Unterstützung von Behörden oder anderen Organisationen, um gegen betrügerische Sammlungen vorzugehen?** Wir arbeiten eng mit den Kantonspolizeien/Justizbehörden zusammen. Wir erstatten bei jedem gemeldeten Verstoß Anzeige, um dieses immer wiederkehrende Problem zu bewältigen.

**Wissen Sie, wie sich andere Organisationen vor betrügerischen Sammlungen schützen?** Leider nicht. Ich weiss auch nicht, ob es andere Organisationen gibt, die Opfer solcher Betrügereien geworden sind. Ich kann es mir aber gut vorstellen, da die gefälschten Spendenformulare oft auch andere Logos zieren. Spannend war, dass die betrügerischen Sammler bis letztes Jahr noch

unser altes Logo verwendet haben, obwohl wir seit 2018 ein neues haben.



**Welche Perspektiven und Herausforderungen gibt es für die Zukunft?** Durch die Sensibilisierung hoffen wir, dass die Menschen den Betrug schon von weitem erkennen. Was ich mir auch vorstellen kann, ist, dass es immer mehr Situationen auf der Welt gibt, wo es so dramatisch ist, dass man helfen muss. Dadurch verlieren die Spender den Durchblick, weil die Konkurrenz in der Schweiz mit den ganzen Organisationen sehr gross ist. Alle machen super Arbeit und alle brauchen Geld, und ich glaube, dass es für die Spender schwierig ist, den Überblick zu behalten und Prioritäten zu setzen. Und dazu kommt noch, dass die Spender immer abwägen müssen, ob es sich um eine seriöse Spendenaktion handelt oder um Betrug. Dazu kommt die digitale Entwicklung, im Moment gibt es nur die analoge Betrugsmethode, die anscheinend auch funktioniert. Ich könnte mir vorstellen, dass in Zukunft der Internetbetrug mehr Raum einnehmen wird. Dass jemand unser Emailing kauft und dann Mails mit unserem Logo an irgendwelche Logos verschickt und eine falsche Spendenadresse hinterlegt. Dass wir eine Herausforderung haben, unsere digitale Reputation aufrechtzuerhalten, dass die Leute uns glauben, wenn wir eine Mail verschicken. Aber wir versuchen, uns mit unserer IT so gut wie möglich zu schützen. Wir machen auch verschiedene Schulungen und Tests, um immer auf dem neuesten Stand zu sein.

Konsumentenforum Ruth Dickenschied in Zusammenarbeit mit Handicap International

### So können Sie sich vor den betrügerischen Spendensammlungen schützen:

- Spendenorganisationen nehmen kein Bargeld
- Offizielle Spendensammler tragen Kleidung mit dem entsprechenden Logo
- Bei Unsicherheiten die Organisation kontaktieren und nachfragen

# Esskultur versus Zellkultur – warum die Schweiz (noch) nicht bereit für Laborfleisch ist



**Würden Sie Insekten essen? Viele Schweizer haben in einer Umfrage skeptisch auf diese Frage reagiert. Andere «Novel Food» wie Algenprodukte oder Käse aus Präzisionsfermentation stiessen dagegen auf mehr Zustimmung. Neue Formen der Lebensmittelherstellung können zu mehr Nachhaltigkeit und Ernährungssicherheit beitragen, doch dafür müssen zunächst kulturelle Hürden überwunden werden.**

Food und Ernährung sind geprägt von der Spannung zwischen Tradition und Innovation. Das Sprichwort «Was der Bauer nicht kennt, das frisst er nicht» deutet zwar auf eine verbreitete Skepsis gegenüber neuen Lebensmitteln hin. Doch gleichzeitig war die Menschheit immer aufgeschlossen für Neues. Über Jahrtausende hinweg haben wir nicht nur neue Nahrungsmittel entdeckt, sondern auch neue Zubereitungsmethoden entwickelt. Von den grundlegenden Techniken wie Braten und Kochen, Fermentieren und Frittieren bis hin zu modernen Innovationen wie Konservendosen, Pasteurisation, Extrusion, Molekularküche, gentechnische Modifikation und zelluläre Landwirtschaft. Unsere kulinarische Evolution ist geprägt von der Suche nach neuen Geschmackserlebnissen, Effizienzsteigerungen und nachhaltigen Lösungen.

Wie wichtig diese Offenheit ist, zeigt ein Blick auf die Daten: 2050 werden knapp 10 Milliarden Menschen auf der Erde leben. Ihren Proteinbedarf vor allem aus traditioneller Tierproduktion zu decken ist kaum möglich, in jedem Fall äusserst ineffizient. Neue Nahrungsmittel zu entwi-

ckeln ist unumgänglich. Milch ohne Kühe? Präzisionsfermentation heisst das Zauberwort. Käse aus Pflanzen? Cashew-Camembert schmeckt wie das tierische Original. Fleisch ohne Tiere? Zellkultivierung macht's möglich.

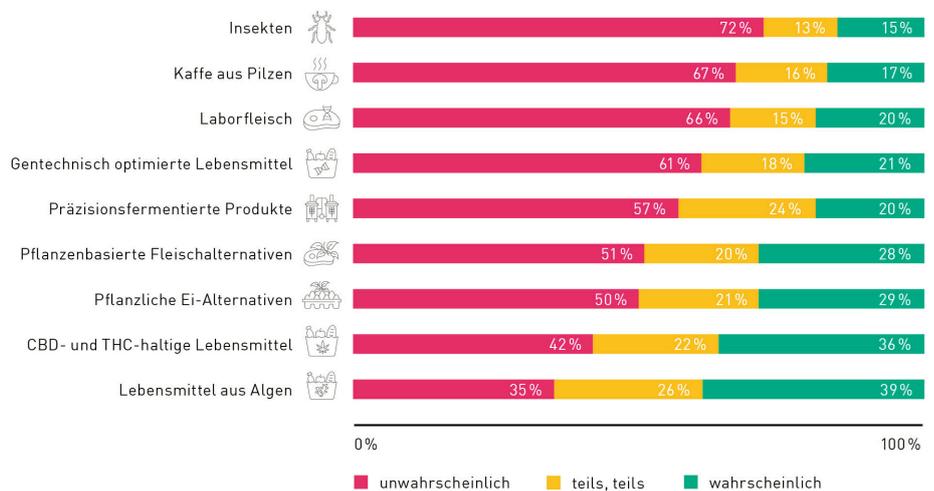
Das Novel Food Laborfleisch wird aus Stammzellen im Bioreaktor gezüchtet und hat viele Vorteile: so entfallen die Massentierhaltung und der Einsatz von Antibiotika, Flächen und Wasserverbrauch bei der Herstellung sind geringer, für den Futtermittelanbau müssen keine Regenwälder abgeholzt werden und der Nährstoffmix im Fleisch kann an spezifische Zielgruppen angepasst werden.

### Akzeptanz von Novel Foods in der Schweiz

Doch was hält die Schweiz von Novel Foods? Um das herauszufinden, hat das Gottlieb Duttweiler Institut im Mai 2023 die Schweizer Bevölkerung zu ihrer Sicht auf neun neuartige Lebensmittel befragt. Den Probanden wurde folgende Frage gestellt: Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie diese Lebensmittel in Zukunft ausprobieren würden?



Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie diese Lebensmittel in Zukunft probieren würden?





Die Ergebnisse der Befragung sind eindeutig. Die Schweizer schauen skeptisch auf die Neuerungen der Food-Industrie. Insekten als Nahrungsmittel werden besonders kritisch beäugt. Nur 15 % der Befragten halten es für wahrscheinlich, dass sie Insekten auch nur einmal probieren. Bei Kaffee-Ersatz aus Pilzen und kultiviertem Fleisch haben 17 beziehungsweise 20 % Lust auf den Versuch. Im Mittelfeld liegen gentechnisch veränderte und präzisionsfermentierte Produkte. Etwas mehr Offenheit gibt es gegenüber pflanzlichen Ei- und Fleischalternativen (29 und 28 %) sowie Cannabis-Produkten mit CBD- oder THC-Gehalt (36 %). Bei Algen ist die Offenheit am grössten. 39 % wollen zuzulassen, 26 % sind noch unentschieden.

In den Daten scheint ein Muster erkennbar: Nahrungsmittel mit einer starken Tech-Komponente wie Laborfleisch, gentechnisch veränderte oder präzisionsfermentierte Produkte stossen eher auf Skepsis, während als natürlicher wahrgenommene Produkte wie Algen und alternative Proteine aus Pflanzen eher akzeptiert werden. Ein Ausreisser sind Insekten. Sie lassen sich ohne grossen technischen Aufwand als Nahrungsmittel verwenden, und ihr Verzehr ist in anderen Kulturen seit Jahrtausenden üblich. Doch in Europa gibt es starke kulturelle Barrieren. Der Gedanke an den Verzehr von Insekten löst bei vielen Konsumenten Unbehagen oder Ekel aus.

#### **Food-Innovation trifft auf Essenstradition**

Ernährungsgewohnheiten ändern sich nur langsam. Doch Zeit ist angesichts des fortschreitenden Klimawandels ein knappes Gut. Damit wir unser Essverhalten nicht von heute

auf morgen radikal verändern müssen, arbeitet die Wissenschaft seit Jahren an der Herstellung von Alternativen. Dank dieser Innovationen können wir weiterhin unsere Esskultur zelebrieren und traditionelle Gerichte geniessen.

Mehr zu diesem Thema erfahren Sie an der 4th International Food Innovation Conference, die am 19. Juni 2024 am Gottlieb Duttweiler Institut stattfinden wird. Wir diskutieren mit Vordenkern, Branchen- und Ernährungsexperten über das Thema «Culture Clash: Wenn Food Innovation auf Tradition trifft» und erklären, welche kulturellen Hürden für Food Innovationen bei der Produktion, der Zubereitung und während des Konsums überwunden werden müssen. Und wir identifizieren kulturelle Chancen – wenn etwa etablierte Gewohnheiten und Rituale einen nachhaltigeren Genuss ermöglichen.

Mehr Infos und Anmeldung:  
[gdi.ch/foodinno24](http://gdi.ch/foodinno24)

#### **Definition Präzisionsfermentation:**

Ein Vorgang, der Bakterien nicht nur gezielt auswählt, sondern mit der Genschere präzise zu programmieren. Somit können Proteine wachsen, die bis dahin nur von tierischen Lebewesen erzeugt werden können.

## Aus dem kf



### Ciao, ciao, Monika!

Liebe Monika, als Nationalrätin aus dem Kanton Obwalden warst Du während einiger Jahre Politische Beirätin des kf. Wir danken Dir für Deine Bereitschaft, für das kf dazusein. Wir werden uns aber weiterhin sehen, gell?



### Ciao, Ciao, Liliane!

Liliane Legrand, unser Vorstandsmitglied, verlässt uns nach vielen Jahren, geschätzt ungefähr zwanzig oder so. Liliane, das ist aber schon ein Artikel im nächsten Magazin wert! Vorerst unser aller herzlichster Dank an Dein riesengrosses Engagement für das kf.



### Hallo Nina, willkommen!

Liebe Nina – vielen Dank, dass Du, SVP-Nationalrätin ZH, ab sofort unsere liberale Konsumentenorganisation durch Dein Mandat als Politische Beirätin unterstützt. Wir freuen uns auf Dich!



### Hallo Nicole, willkommen!

Liebe Nicole – wir freuen uns sehr über Deine Zusage, als Zürcher «Mitte»-Nationalrätin unseren politischen Beirat zu ergänzen. Unsere liberalen Haltungen werden das Zusammenarbeiten erfreulich gestalten, da sind wir sicher. Das wird ein tolles Team!



### Hallo Nathalie, willkommen!

Liebe Nathalie – Du hast als Ärztin bereits in zweiter Instanz vor Gericht gegen Deinen Arbeitgeber gewonnen und bist vermutlich die berühmteste Kämpferin für Frauenrechte des Landes. Wir sind geehrt, dass Du zugesagt hast, in unserem Fachbeirat mitzuhelfen!

# Ernährung & Psyche – kann man sich schlau und glücklich essen?

**Über die Auswirkungen unserer Ernährung auf die Psyche ranken sich viele Mythen. Kann man sich schlau essen, und ist es möglich, schlechte Laune oder gar Depressionen «wegzufuttern»?**

## **Haben Lebensmittel einen Einfluss auf die Psyche?**

Ja, ausreichend Lebensmittel und genussvoll sättigende Ernährung haben definitiv einen Einfluss auf die Psyche – und zwar einen sehr starken. Das praktische Leben an sich zeigt, dass die Ernährung einen signifikanten Effekt auf die Stimmung und das emotionale und psychische Wohlbefinden hat. Denn eine ausgewogene Ernährung, die abwechslungsreich, frisch und von hoher Qualität diejenigen Lebensmittel und Mahlzeiten liefert, mit denen man sich genussvoll satt essen kann, hat folgende Wirkung: wir fühlen uns gut und zufrieden nach dem Essen – besonders dann, wenn wir das «wohlige Stöhnen aus der Tiefe des Bauches» spüren, nachdem wir mit grossem Hunger richtig gutes Essen geniessen konnten, das wir wunderbar vertragen.

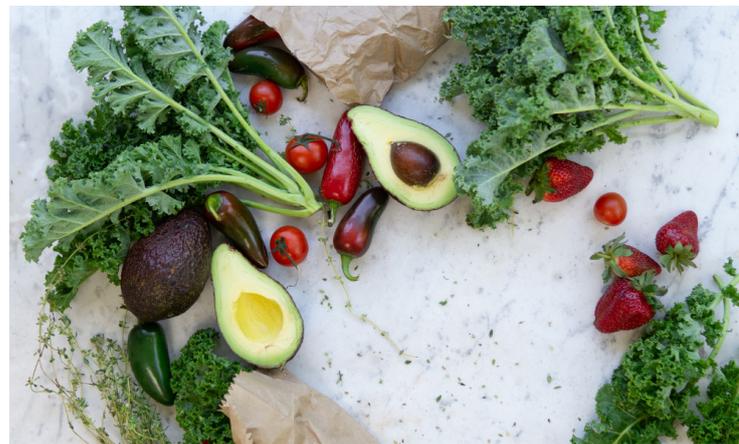


## **Welche Lebensmittel fördern die geistige Leistungsfähigkeit?**

Einzelne Lebensmittel, die gezielt unsere geistige Leistungsfähigkeit fördern, die gibt es nicht. Eine ausgewogene Ernährung, die die individuellen Bedürfnisse perfekt erfüllt, hat den grössten Einfluss sowohl auf die geistige als auch die körperliche Leistungsfähigkeit. Wer keinen Mangel oder Hunger leidet, gesund ist und sich intuitiv ernährt, der schafft die perfekte kulinarische Grundlage für bestmögliche Performance auf allen Ebenen.

## **Kann man sich schlau essen?**

Nein. Auch wenn gerne mit vermeintlichen Superfoods und Besser-Esser-Hypes wie Low-Carb, Vegan oder Paleo dafür geworben wird: sich schlau(er) zu essen, das ist wissenschaftlich nicht erwiesen; es ist nicht mehr als ein Mythos. Das gilt übrigens auch für heranwachsende Kinder, deren Körper und Geist sich noch entwickeln. Daher lautet der Appell an alle fürsorglichen Eltern: lasst Euch nicht von gehaltenen «Schlau-Ess-Versprechen» ins Bockshorn jagen. Genussvolles Sattessen mit frischen, hochwertigen und gut verträglichen (!) Lebensmitteln liefert das perfekte Fundament für schlaue Köpfe.



## **Lassen Sie schlechte Laune oder gar Depressionen «wegfuttern»?**

Nein. Es ist sehr wichtig zu betonen, dass man mit einer ausgewogenen, individuell passenden Ernährung allein keine Depressionen oder schlechte Laune wegfuttern kann – sei die Ernährungsform auch noch so «gesund». Das sogenannte «Emotional Eating» – also hungerfreies Essen aus Langeweile, Kummer, Traurigkeit – mag vielleicht kurzfristig guttun, hat aber keinen nachhaltigen Effekt, ausser dass man immer dicker wird, je öfter man die Seele mit hochkalorischem Futter tröstet. Da hilft auch keine Schokolade, obgleich sie ein gesundes Lebensmittel zu sein scheint. Besonders Depressionen sind komplexe Erkrankungen, die verschiedene Ursachen haben können, einschliesslich genetischer, biochemischer, psychologischer und Umweltfaktoren. Dementsprechend muss die Behandlung von Depressionen «multimodal» sein – d.h. sie erfordert oft eine Kombination aus psychischer Therapie, Medikamenten und einem gesunden Lebensstil, der zu einem passt und guttut.

**Uwe Knop**  
Diplom-Ernährungswissenschaftler

# Das kf hilft bei der Suche nach qualifizierten Therapeutinnen und Therapeuten

Zwei Drittel der Schweizer Bevölkerung haben sich schon einmal mit Therapien der Komplementär- und Alternativmedizin behandeln lassen. Sie auch? Vielleicht fragen Sie sich, wie Sie geeignete und qualifizierte Therapeutinnen und Therapeuten finden, damit Sie sicher in guten Händen sind. Es wäre doch schön, gäbe es auch dafür ein verlässliches Label! Das existiert tatsächlich: das EMR-Qualitätslabel des ErfahrungsMedizinischen Registers. Und die EMR-zertifizierten Therapeuten finden Sie nun ganz einfach online auf konsum.ch.

Neu hilft Ihnen die Website des Schweizerischen Konsumentenforums bei der Wahl eines Therapeuten: Auf konsum.ch finden Sie über «Therapeutensuche leicht gemacht!» (konsum.ch/therapeutinnen-und-therapeuten-finden) die über 26'000 Therapeuten, die über das EMR-Qualitätslabel verfügen. Diese bieten Ihnen für eine Therapie mehr als 200 Behandlungsmethoden und Berufsabschlüsse aus der ganzen Erfahrungsmedizin – ein Oberbegriff, der Komplementär- und Alternativmedizin (KAM), aber auch noch weitere therapeutische Bereiche zusammenfasst und das zugrunde liegende Erfahrungswissen betont.

Wichtig zu wissen: Fast alle Schweizer Krankenversicherer nutzen das EMR-Qualitätslabel als Entscheidungsgrundlage für die Vergütung von Leistungen im KAM-Bereich, die nicht zur Grundversicherung gehören. Behandlungen durch nicht-ärztliche Therapeuten werden nur vergütet, wenn Sie eine entsprechende Zusatzversicherung abgeschlossen haben.

## Orientiert im Angebots-Dickicht

Es scheint nicht einfach, sich bei der Vielzahl an Behandlungsmethoden im Angebots-Dickicht zu orientieren. Auch dafür gibt Ihnen die auf konsum.ch integrierte EMR-Suchplattform eine Hilfe. Zu jeder Methode – von Naturheilkunde bis Kunsttherapie – erhalten Sie eine Beschreibung mit Definition, Herkunft und Grundlagen. Und vor al-

lem erlaubt Ihnen das Online-Verzeichnis des EMR, zur gewünschten Methode die qualifizierten Therapeuten in Ihrer Nähe zu finden.

Es gibt in der Schweiz vermutlich weit über 30'000 Fachleute, die im weitesten Sinn KAM-Methoden anbieten. Auf der Suchplattform auf konsum.ch sind wie erwähnt jene Therapeuten aufgeführt, die mit dem EMR-Qualitätslabel ausgezeichnet sind, was heisst, dass Sie auf deren Qualität vertrauen können.

Und wie funktioniert denn diese Therapeutensuche? Geben Sie auf emr.ch/partner/konsumentenforum einfach die gewünschte Behandlungsmethode und den Ort ein und wählen Sie Ihren Therapeuten aus. Dazu stehen Ihnen verschiedene Suchkriterien zur Verfügung wie Sprache, Öffnungszeiten, Ausstattung, Zahlungsmöglichkeiten oder Erreichbarkeit – zum Beispiel, ob ein barrierefreier Zugang besteht. Sie können auch direkt nach dem Namen eines Therapeuten an einem gewünschten Ort suchen.

Bezüglich der Vergütungen durch die Versicherer leistet Ihnen die Suchplattform ebenfalls wertvolle Hilfe. Zu jeder KAM-Methode, für die Therapeuten EMR-zertifiziert werden können, erfahren Sie, ob Ihr Versicherer diese anerkennt und vergütet. Das stellt zwar noch keine Garantie für den Einzelfall dar, die Aussichten sind aber gut, dass Ihr Versicherer in diesem Fall die Kosten für die Behandlung übernimmt.

## Für Label sorgfältig geprüft

Das ErfahrungsMedizinische Register EMR ist ein Geschäftsbereich der Eskamed AG und befindet sich in Basel. Seit 1999 prüft das EMR die Qualifikation von Therapeuten der Komplementär- und Alternativmedizin und zeichnet sie mit dem EMR-Qualitätslabel aus. Damit leistet das Unternehmen einen wichtigen Beitrag zum Patientenschutz und bietet Sicherheit und Orientierung in diesem Bereich des Gesundheitswesens.

Therapeuten, die mit dem EMR-Qualitätslabel ausgezeichnet sind, unterziehen sich einer sorgfältigen Prüfung. Sie müssen nachweisen,

- dass sie über eine erfolgreich abgeschlossene Ausbildung und umfangreiche fachliche Kompetenzen verfügen.
- dass sie sich regelmässig fortbilden.
- dass sie strafrechtlich unbescholten sind.
- dass sie praktische Erfahrung mit Patientinnen und Patienten haben.
- dass sie über eine Berufshaftpflichtversicherung mit ausreichender Deckung verfügen.

Um das EMR-Qualitätslabel zu erneuern, belegen Therapeuten jedes Jahr aufs Neue, dass sie den EMR-Qualitätsstandard erfüllen und die geforderten Fort- und Weiterbildungen absolviert haben. Auch die EMR-Qualitätskriterien stehen Jahr für Jahr auf dem Prüfstand. Sie werden laufend mit Berufsverbänden, Organisationen der Arbeitswelt, Bil-

dungsanbietern, Versicherern und Behörden abgestimmt und bei Bedarf aktualisiert. So ist sichergestellt, dass der EMR-Qualitätsstandard immer aktuell ist.

### Als wirksam beurteilt

Wie beliebt und anerkannt die Methoden der Komplementär- und Alternativmedizin sind, zeigt die grösste Umfrage, die je in der Schweiz zu diesem Thema durchgeführt wurde – das repräsentative KAM-Barometer von 2021: So haben zwei Drittel der Befragten solche Therapien schon einmal in Anspruch genommen – die Hälfte

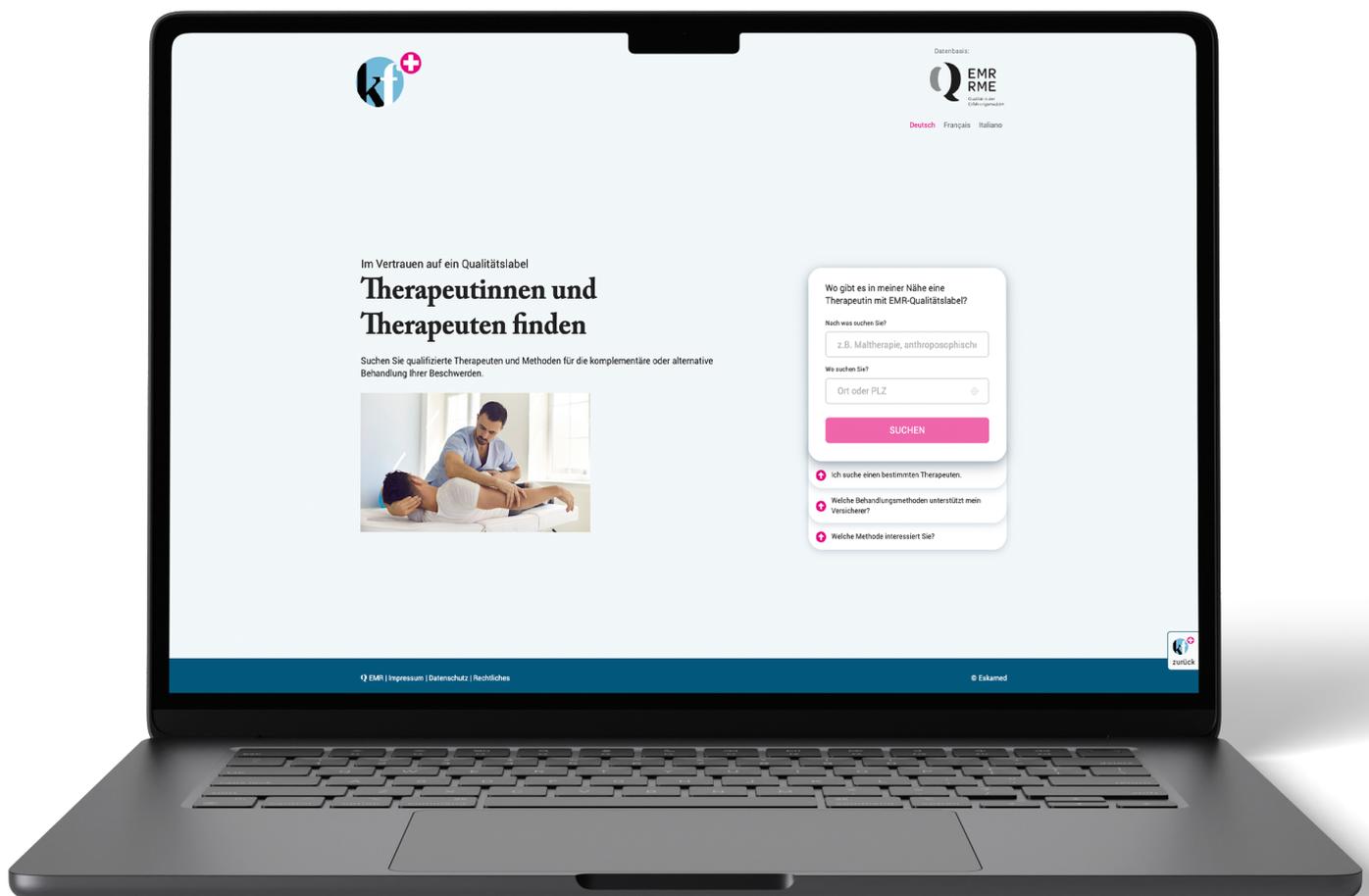
alleine in den drei Jahren vor der Umfrage. 88% der Schweizer Bevölkerung sehen die Komplementär- und Alternativmedizin als sinnvoll an. Und 84 % der Nutzer stufen KAM-Behandlungen als sehr erfolgreich bis genügend ein (56% sogar als sehr erfolgreich bis erfolgreich).

### Breite Palette

Welche Beschwerden werden mit KAM behandelt? Das KAM-Barometer zeigt eine breite Palette: Insgesamt 91 Beschwerden sind genannt. An der Spitze stehen Nacken-/Rückenschmerzen (14% aller Behandlungen), allgemeine Muskel-

schmerzen oder -krämpfe (8%) und Gelenkschmerzen (7%). Dahinter folgen Allergien, rheumatische Gelenksbeschwerden, Bandscheibenvorfall (Diskushernie), Kopfschmerzen, Angststörungen und Phobien, Stress und Nervosität sowie Akne.

**Konsumentenforum in Zusammenarbeit** mit Roger Delle, ErfahrungsMedizinisches Register EMR



**Gehen Sie gleich auf die Suche:**  
[emr.ch/partner/konsumentenforum](https://emr.ch/partner/konsumentenforum)

# Akzeptanz digitaler Helfer bei psychischer Belastung in der Schweiz



**Digitale Anwendungen zur Unterstützung der psychischen Gesundheit und Behandlung von psychischen Problemen sind in der Schweizer Bevölkerung noch wenig bekannt. Nutzungspotential sehen die Befragten besonders für Online-Psychotherapien. Reine Online-Services wie Apps ohne involvierte Fachpersonen finden wenig Zuspruch.**

Obwohl viele Menschen in der Schweiz im Umfeld oder selbst Erfahrung mit psychischen Problemen machen, sind sie zurückhaltend bezüglich digitaler Helfer für deren Prävention und Behandlung. Junge Menschen sind gegenüber digitalen Therapieformen besonders aufgeschlossen und beurteilen diese als nützlich. Eine Finanzierung von digitalen Helfern durch die Krankenversicherung

befürwortet jedoch nur eine Minderheit der Bevölkerung. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Online-Befragung des Instituts intervista AG im Auftrag der Stiftung Sanitas Krankenversicherung. Die Studie untersuchte die Frage, inwiefern digitale Lösungen das Angebot an persönlicher psychologischer Beratung ersetzen oder ergänzen können.

## **Grundeinstellung gegenüber der Digitalisierung positiv**

Für die digitale Speicherung von Gesundheitsdaten zeigen sich 72 % der Umfrage-Teilnehmer offen, und eine grosse Mehrheit würde ihre digital aufgezeichneten Gesundheitsdaten mit dem Hausarzt (84%) oder mit Fachspezialisten (63%) teilen. Für die Datenweitergabe ist Vertrauen in die Diskretion und Da-

tensicherheit entscheidend. Eine Mehrheit (64%) verspricht sich davon eine bessere medizinische Behandlung, knapp die Hälfte (48%) sieht über die Forschung einen Nutzen für die Allgemeinheit und 44 % eine Kostenreduktion im Gesundheitssystem. Bei den 26- bis 45-Jährigen zeichnet zudem die Hälfte der Befragten eigene Gesundheitsdaten mit digitalen Trackern auf. Grundsätzlich ist die Bevölkerung einer Digitalisierung des Gesundheitssystems positiv eingestellt.

### **Psychische Belastung in der Schweizer Bevölkerung prominent**

Die seit der Covid-Pandemie anhaltend hohe psychische Belastung der Bevölkerung zeigt sich auch in dieser Studie. Gut 40 % der befragten Bewohnerinnen und Bewohner der Schweiz geben an, sich in den letzten vier Wochen mittel bis stark psychisch belastet gefühlt zu haben. Unter jüngeren Personen (15 bis 25 Jahre, Generation Z) sind es mit 59 % besonders viele. Zudem geben rund zwei Drittel der Bevölkerung an, schon einmal über einen längeren Zeitraum psychische Belastungen empfunden zu haben, und 63 % haben eine betroffene Person in ihrem engen Umfeld. Ein Grossteil der Bevölkerung ist oder war somit mit psychischen Herausforderungen konfrontiert. Betroffene suchen vor allem Entlastung durch Bewegung (59%), Entspannung (57%), ausreichend Schlaf (55%) oder wenden sich an ihr soziales Umfeld (73%). Digitale Angebote werden gemäss Umfrage nur von jeder zehnten belasteten Person genutzt.

### **Digitale Angebote für die psychische Gesundheit wenig bekannt**

Vor dem Hintergrund des aktuellen Versorgungsengpasses für psychologische und psychotherapeutische Beratung wurde die Einstellung zu vier Kategorien digitaler Unterstützung ermittelt. Deren Bekanntheit

ist erstaunlich gering: Online-Selbsttests zur psychischen Gesundheit kennen 13 % der Befragten, digitale Tools zur Stärkung der psychischen Gesundheit (Prävention) 20 %, Online-Therapien zur Behandlung psychischer Probleme mit Fachleuten 13 % sowie Online-Services zur Behandlung psychischer Probleme ohne Fachperson lediglich 6 %.

### **Rund die Hälfte der Bevölkerung würde digitale Angebote für die Psyche nutzen**

Demgegenüber wäre knapp die Hälfte der Befragten jedoch bereit, selbst digitale Anwendungen zur Stärkung der mentalen Gesundheit (Prävention), Online-Selbsttests und Online-Therapien mit Fachperson zu nutzen. Das Potential dieser Angebote für psychisch belastete Personen ist demzufolge bei weitem nicht ausgeschöpft. Von den vorgestellten digitalen Anwendungen werden Online-Therapien mit Fachperson als am nützlichsten eingeschätzt: von rund der Hälfte wird diese Therapieform als nützlich beurteilt, bei jungen Menschen bis 25 Jahre sogar von zwei Dritteln. Gefordert werden dafür eine geprüfte Wirksamkeit und hohe Datensicherheit sowie für Online-Therapien qualifizierte Therapeuten.

### **Empfehlung durch den Hausarzt würde Nutzungsbereitschaft stärken**

Als Nutzungsgründe für digitale Therapieangebote werden in erster Linie die Empfehlung durch einen Hausarzt oder auch durch eine Psychologin oder Psychiaterin genannt. Jede zweite Person kann sich vorstellen, Online-Therapien mit Fachperson bei Bedarf auch zur Überbrückung von Wartezeiten auf einen passenden Therapieplatz zu nutzen – insbesondere Frauen sind dafür offen. Barrieren für die Nutzung digitaler Anwendungen für

die mentale Gesundheit sind vor allem das Fehlen eines persönlichen Kontakts sowie ein grundsätzlich mangelndes Vertrauen in solche digitalen Anwendungen.

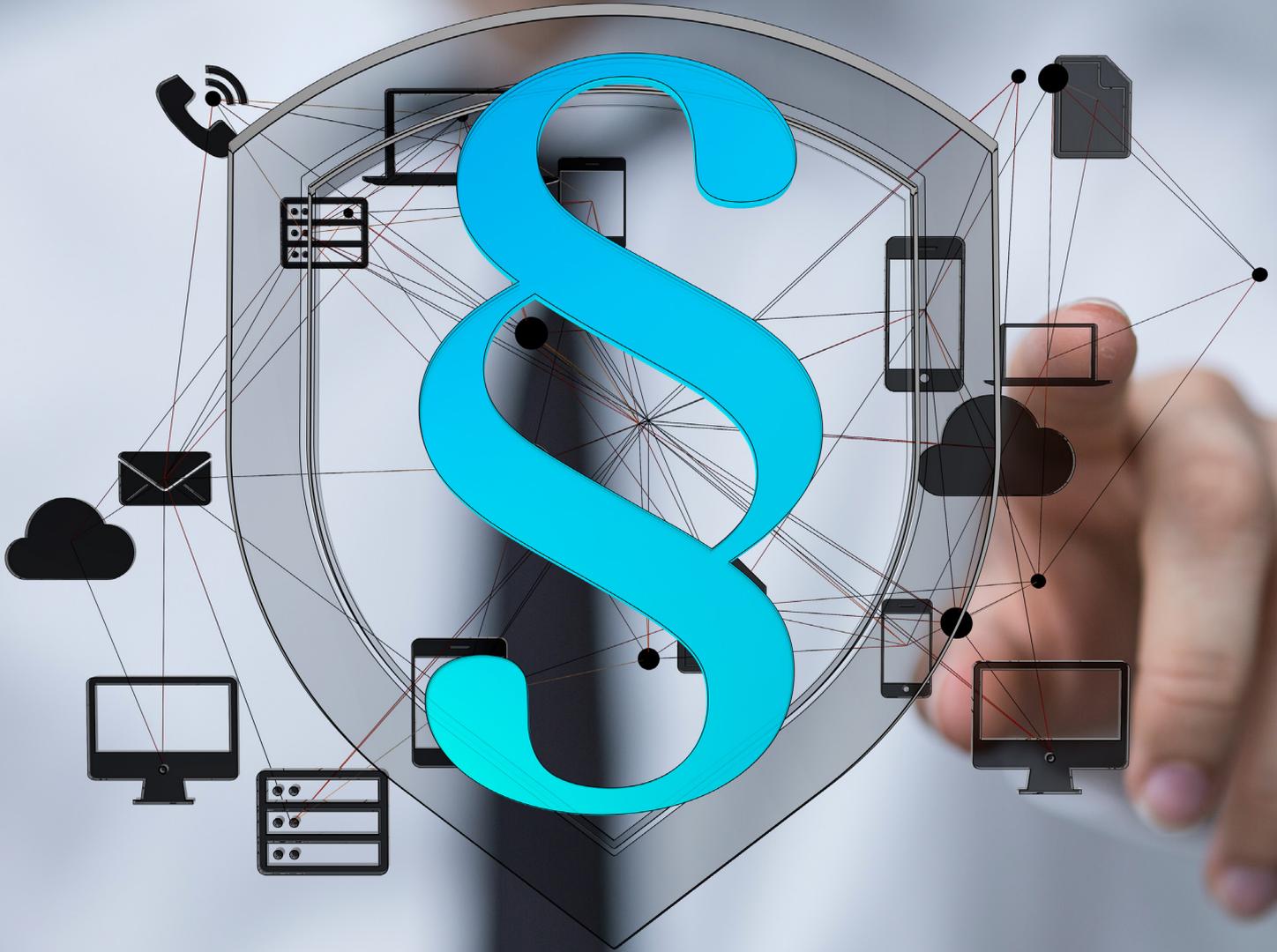
### **Wer soll die Kosten tragen?**

Grundsätzlich sehen die Befragten eine Kostenübernahme für psychologische Behandlungen beziehungsweise digitale Anwendungen durch die Krankenversicherung eher restriktiv, und Bedingung ist eine erwiesene Wirksamkeit sowie Datensicherheit. Digitale Tools zur präventiven Stärkung der psychischen Gesundheit sind gemäss 40 % der Befragten selbst zu finanzieren, die Eigenfinanzierung von Online-Therapien mit Fachperson befürworten 28 %. Online-Behandlungsservices ohne Fachperson wie Chatbot geführte Apps sollen sogar gemäss 68 % der Befragten von den Nutzern selbst gezahlt werden. Eine Kostenübernahme durch die Grundversicherung wird am ehesten für Online-Therapien mit Fachperson begrüsst: 39 % der Einwohner der Schweiz befürworten dies. Knapp 30 % sind für eine Übernahme der Kosten für digitale präventive Tools. Online-Services ohne Fachperson gehören hingegen nur für 13 % der Befragten in den Leistungskatalog der obligatorischen Krankenversicherung.

### **Zur Datenerhebung**

Die Daten stammen aus einer bevölkerungsrepräsentativen Online-Befragung in der Schweiz in allen Sprachregionen. Das Forschungsinstitut intervista befragte vom 22. bis 31. Januar 2024 eine nach Alter, Geschlecht und Sprachregion quotierte Stichprobe von 2009 Personen (Vertrauensintervall +/- 2.2 Prozentpunkte) im intervista Online-Panel.

**Konsumentenforum in Zusammenarbeit mit der Stiftung Sanitas**



## Datenschutz: kein Erdbeben, aber neue Risiken für Unternehmen

Das Inkrafttreten des neuen Bundesgesetzes über den Datenschutz (DSG) am 1. September 2023 hat kein grosses Erdbeben ausgelöst wie der Eintritt der DSGVO in Europa. Insofern handelt es sich um ein echtes Schweizer Gesetz. Diese Lösung war optimal, insbesondere um die Stabilität unserer Wirtschaft zu gewährleisten. Mit dem Inkrafttreten des DSG sind jedoch neue Risiken für Unternehmen entstanden. Führungskräfte tragen die Verantwortung für diese Risiken und haften möglicherweise mit ihrem persönlichen Vermögen. Um zu wissen, welche Risiken tatsächlich bestehen, müssen diese analysiert und quantifiziert werden. Im Zentrum steht die Frage nach dem bewussten Umgang mit Personendaten.

Daten sind das «Öl des 21. Jahrhunderts», und die Mittel zu ihrer Sammlung werden immer aufdringlicher. Die westlichen Staaten, allen voran Europa, wollen die Privatsphäre ihrer Bürger schützen. Um dies zu erreichen, müssen die Menschen vor dem Missbrauch ihrer persönlichen Daten durch Staaten oder Unternehmen geschützt werden. Unser Datenschutzgesetz unterwirft alle Unternehmen den gleichen gesetzlichen Verpflichtungen. Es ist aber etwas anderes, ob eine Bäckerei ihre Stammkunden verwaltet oder ein Technologieunternehmen das Nutzerverhalten auf einer digitalen Plattform auswertet. Alle Unternehmen müssen klare Richtlinien für die Bearbeitung von Personendaten festlegen. Der Unterschied liegt im Aufwand, sich einen Überblick zu verschaffen. Klare Unternehmensstrukturen, definierte Prozesse und Verantwortlichkeiten sowie Unternehmensstrategien helfen, den Aufwand gering zu halten. Datenschutz hilft Unternehmen also, effizienter zu werden und Kosteneinsparungen zu erzielen. Wir zeigen Ihnen wie.

### Risiken im Datenschutz

Unternehmen, die den Datenschutz nicht ernst nehmen, riskieren nicht nur rechtliche und finanzielle Konsequenzen, sondern auch einen Verlust von Wettbewerbsvorteilen durch Rufschädigung. Kunden und Partner bevorzugen zunehmend Unternehmen, die einen besseren Schutz ihrer Daten bieten. So hat beispielsweise der Cyberangriff auf die Firma Xplain AG gezeigt, dass der Umgang mit Personendaten nicht optimal war. Dies führte zu einem erheblichen Imageschaden für das Unternehmen und zu strafrechtlichen Ermittlungen der Bundesanwaltschaft gegen die Führungskräfte des Unternehmens.

In folgenden Situationen kann es zu strafrechtlichen Ermittlungen und Anzeigen kommen:

- Verletzung von Informations-, Auskunft- und Mitwirkungspflicht (Art. 60 DSGVO)
- Verletzung einer Sorgfaltspflicht (Art. 61 DSGVO)
- Verletzung der beruflichen Schweigepflicht (Art. 62 DSGVO)
- Missachtung einer Verfügung des EDÖB

Darüber hinaus kann der Eidgenössische Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragte (EDÖB) sogar die Aussetzung der Bearbeitung von Personendaten, die Änderung von Geschäftspraktiken oder die Ergreifung von Massnahmen anordnen.

### Datenschutz ist nicht langweilig!

Häufig besteht die Befürchtung, dass ein Projekt zur Verbesserung des Datenschutzes, bei dem stundenlange Beratungen ohne konkrete Ergebnisse für das Unternehmen durchgeführt werden, zu einer neuen Baustelle oder zu einem neuen Gaswerk führen könnte. Es ist wichtig, dass die Unternehmensleitung die Kontrolle darüber behält, was getan wird und wie schnell die Arbeit erledigt wird, um langfristig einen echten Mehrwert zu schaffen.

Unternehmen, die mit einem Matching begonnen haben, konnten schnell einen Mehrwert dort erkennen, wo sie ihn nicht erwartet hatten. Sei es im Bereich der Prozesse, der eingesetzten Software oder der Pflichtenhefte der Mitarbeiter, ein Datenschutzexperte deckt Dinge auf, die scheinbar nicht den Grundsätzen eines guten Datenmanagements und den Grundprinzipien entsprechen. Sei es die Verwendung von zwei CRM-Systemen, die freie Wahl der Mitarbeiter bei der Ablage von Dokumenten (Papier, E-Mail, elektronisch), Daten, die «für immer» aufbewahrt werden, obwohl das Unternehmen sie nicht zu benötigen scheint. Datenschutzdiskussionen münden in Fragen der Unternehmensführung, und ein Datenschutzberater erweist sich als aussenstehender Beobachter, der Fragen zu dem stellt, was er sieht, während die Unternehmensführung entscheiden kann, was sie will. Letztendlich sorgt ein Experte nicht nur für einen Abgleich, sondern auch für eine Optimierung der Unternehmensprozesse und eine Senkung der Betriebskosten.

### Fazit

Der Schutz von Personendaten ist ein unverzichtbares Element der Geschäftstätigkeit in der digitalen Arbeitswelt. Mit unserem breiten Spektrum an Datenschutzdienstleistungen unterstützen wir Ihr Unternehmen oder Ihre Behörde dabei, nicht nur gesetzliche Anforderungen zu erfüllen, sondern im Sinne einer Chance auch ein sicheres und vertrauenswürdiges Umfeld für Ihre Kunden zu schaffen. Für weitere Informationen zu unseren Dienstleistungen und wie wir Ihr Unternehmen unterstützen können, kontaktieren Sie uns.

**Konsumentenforum in Zusammenarbeit**  
mit André Tomicevic, [www.secure4u.ch](http://www.secure4u.ch)



## Das grosse Feriengeschäft mit gefälschten Produkten

Bald ist es wieder soweit, die Ferienzeit steht vor der Tür. Wir alle kennen dieses Gefühl: Fernweh, die Lust, in fremde Länder und ihre Kulturen einzutauchen, wie die Einheimischen zu essen und das Leben in vollen Zügen zu geniessen. Doch für viele Menschen sind die Ferien nicht nur pure Erholung, sondern auch eine gute Gelegenheit, preiswert und günstig einzukaufen. Sei es das Olivenöl aus Italien oder der handgewebte Teppich aus der Türkei. Solche Souvenirs waren und sind bei den Reisenden immer beliebt.



## Vorsicht: gefälschte Souvenirs!



Doch nicht nur Souvenirs bringen Ferienreisende zurück in die Schweiz, sondern auch luxuriöse Marken. Leider handelt es dabei sich meist um Produktfälschungen wie Taschen, Schuhe oder Portemonnaies. Längst sind nicht nur diese Produktfälschungen auf dem Markt, sondern auch Ersatzteile, Elektronikartikel oder andere sicherheitsrelevante Teile. Und das kann ganz schön gefährlich werden. Der Import von Fälschungen ist in der Schweiz verboten. Gefälschte Waren, auch wenn es sich «nur» um ein kleines Souvenir für den privaten Gebrauch handelt, können vom Zoll beschlagnahmt und vernichtet werden. Denn Fälschungen verursachen einen immensen wirtschaftlichen Schaden für die Markeninhaber. Dank kontinuierlicher Sensibilisierungsmassnahmen ist laut aktueller Zollstatistik (2023) sowohl im Reiseverkehr als auch im Privatverkehr ein leichter Rückgang der beschlagnahmten Waren zu verzeichnen.

### Schweiz drauf, Beschiss drin

Der Handel mit gefälschten Waren floriert, angetrieben durch die Attraktivität von Markenartikeln und Swiss-

ness-Produkten. Vor allem solche Produkte, die aufgrund ihres Aussehens, ihres Materials oder anderer Eigenschaften mit der Schweiz in Verbindung gebracht werden, aber kaum den Qualitätskriterien eines Schweizer Produkts entsprechen, sind vom Missbrauch betroffen. Klassische Beispiele sind Uhren, Schokolade oder Sackmesser. Auch Anbieter von Software oder medizinischen Dienstleistungen im Bereich Gesundheit und Schönheit werben mit dem Schweizerkreuz, obwohl ihre Produkte und Dienstleistungen nichts mit der Schweiz zu tun haben und meist aus dem übrigen Europa, Indien oder Brasilien stammen.

Die missbräuchliche Verwendung von schweizerischen Herkunftsangaben auf Waren nicht schweizerischer Herkunft oder in Firmennamen findet weltweit statt. Fälschungen und «Bschiss» mit dem Schweizerkreuz sind Themen, welche die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten beschäftigen. Zu Recht, denn nur allzusehr hat man im Ausland eine Billigversion eines exklusiven Modetags oder ein Parfum mit der Be-

zeichnung «Switzerland» oder «Swiss made» gekauft, das in Wirklichkeit gar nicht aus der Schweiz stammt.

### Fälschungen im Online-Handel

Übrigens ist auch der Online-Einkauf bei unseriösen Händlern nicht ungefährlich: er birgt ein erhöhtes Risiko des Datenmissbrauchs, so dass die Devise lautet: «Lass dich beim Bestellen nicht bestehen! Das rät STOP PIRACY, 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.

Ruth Dickenscheid

### Stop Piracy

In einer gemeinsamen Aktion informierten die Vereine STOP PIRACY und Swissness Enforcement vom 01. Mai bis 09. Mai 2024 an einem Stand am Flughafen Zürich über Risiken und Hintergründe von Produktfälschungen sowie über Waren aus dem Ausland, die missbräuchlich mit dem Schweizerkreuz oder eine Bezeichnung wie «Swiss» missbräuchlich verwenden und meist billig – und je nach Produktionsort auch unter schlechten Arbeitsbedingungen – hergestellt werden. Profiteure sind die Betrüger, den Schaden tragen die Wirtschaft und die Konsumenten.

# Aus der Ombudsstelle Online-Handel: Vorsicht bei Online-Shops mit Schweizer «Absender»



In letzter Zeit häufen sich die Anfragen betreffend vermeintlich schweizerischen Online-Shops. Das Anliegen der Kunden ist dabei immer dasselbe: sie möchten eine Rückerstattung für die bestellten Waren, da diese von schlechter Qualität sind und nicht dem Foto auf der Internetseite entsprechen.

Diese Online-Shops geben entweder einen Schweizer Standort an oder verwenden Namen, die auf eine Schweizer Herkunft hinweisen. So entsteht der Eindruck, dass es sich um ein Schweizer Unternehmen handelt: «Da kann ja nichts schiefgehen!» Irrtum. Erhält der Kunde, meist nach langer Lieferzeit, seine Bestellung, fällt ihm auf, dass sie aus China verschickt wurde. Umgehend zurückschicken!, denkt man sich. Denn mit diesen minderwertigen und zum Teil auch gefährlichen Produkten kann und will man nichts anfangen. Schweizer Unternehmen sind nicht verpflichtet, Ware zurückzunehmen, wenn sie dem Kunden nicht gefallen. Jedoch werben alle diese dubiosen «Schweizer»-Seiten mit einem 30-tägigen Rückgaberecht, um die Konsumenten zu ködern. Will man von diesem Recht Gebrauch machen, merkt man schnell, dass es doch nicht so einfach geht wie auf der Website angepriesen.

Bereits der online-Kundenservice bringt die erste Hürde, denn eine Antwort auf die Anmeldung der Rückgabe bleibt meist aus. Ein weiteres Problem: die Webseiten weisen darauf hin, dass reduzierte Waren vom Rückgaberecht ausgeschlossen sind. Kann man so machen, doch sind in den Online-Shops ausschliesslich reduzierte Waren zu finden. Das Rückgaberecht nützt dem Kunden also nichts, sondern erweckt nur eine falsche Vorstellung. Ist eine Rücksendung möglich, muss diese meist auf eigene Kosten zurück nach China vorgenommen werden. Dies führt zu hohen Zollgebühren für den Kunden. Gewisse Online-Shops bieten dem Kunden deswegen an, das Produkt behalten zu können und eine teilweise Rückerstattung zu erhalten. Geht der Kunde nicht auf das Angebot ein, sondern möchte wie auf der Website versprochen das Produkt zurückgeben, kommt keine Antwort mehr.

Auf manchen Websites findet man nach langem Suchen entweder in irgendeiner Richtlinie oder in den AGB entsprechende Hinweise. Dies ist jedoch nicht immer der Fall. Als gutgläubiger Kunde geht man nicht davon aus, dass ein Unternehmen mit einer faktisch unmöglichen Rückgabepolitik wirbt oder die Waren von einem Unternehmen aus der Schweiz nach China zurückgeschickt werden müssen. Unsere Versuche, mit solchen Online-Shops Kontakt aufzunehmen, laufen regelmässig ins Leere. An dieser Stelle möchten wir Sie deshalb zur Vorsicht bei Online-Shops mit ausschliesslich reduzierten Waren hinweisen. Recherchieren Sie zuerst auf der Website oder im Internet über das Unternehmen, bevor Sie eine Bestellung tätigen.

**Nina Mungo**  
Rechtsberaterin kf

## Hände weg von diesen Online-Shops!

- Zürich Mode: ([www.zurichmode.com](http://www.zurichmode.com))
- Müller Zürich: <https://muller-zurich.com/>
- Mokokakai: <https://mokokakai.com/>
- YU&ME: [YU&ME \(yu-me.ch\)](http://yu-me.ch)
- Trendy Zürich: <https://trendy-zurich.com/>
- Zonevo Zürich: <https://zonevo.ch/>
- Azari Zürich: <https://azari.ch/>

# Panoptikum

## Gesetz gegen Wegwerf-Mentalität: EU führt «Recht auf Reparatur» ein

Der Staubsauger, der Kühlschrank, das Natel sind kaputt, aber es ist teurer, diese Geräte zu reparieren, als sich ein neues zu kaufen? Damit soll in der EU bald Schluss sein. Wenn solche Geräte kaputtgehen, muss der Hersteller sie unter Umständen künftig reparieren, denn bald gibt es das sogenannte Recht auf Reparatur. Damit soll gewährleistet werden, dass bestimmte Produkte länger genutzt werden und weniger (Elektro-)Schrott produziert wird. Derzeit ist es oft günstiger, sich ein neues Produkt zu kaufen, als das alte reparieren zu lassen. Nachhaltigkeit geht anders!



Künftig sollen sich Konsumenten für die Beseitigung von Mängeln direkt an die Hersteller oder an die stets populärer werdenden Flickwerkstätten (siehe kf-Faktenblatt «Flicken statt wegwerfen») wenden können. Auch nach Ablauf der gesetzlichen Garantie müssen Konsumenten das Recht haben, gängige Haushaltsprodukte reparieren zu lassen, solange sie nach EU-Recht als technisch reparierbar gelten. Damit sich mehr Menschen für eine Reparatur entscheiden, soll es nach einer Reparatur eine neue Garantie von einem Jahr auf das Produkt geben. Das löbliche Ziel: weniger Ressourcen verbrauchen und CO<sub>2</sub>-Emissionen verringern.

Foto: IMAGO/73

## «Nutriscore» hält nicht, was er verspricht

Nach nur drei Jahren Ampelkennzeichnung entfernen Migros und Emmi den umstrittenen Nutriscore wieder von ihren Produkten, da «der Nutzen zu gering ist im Verhältnis zu den hohen Kosten». Selbstverständlich bleiben die umfassenden Angaben zu den Nährwerten der Produkte weiterhin auf den Verpackungen aller Lebensmittel. Das kf begrüsst diesen Schritt, da der Nutriscore die Konsumenten in einer falschen Sicherheit wiege.



Gemäss Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV bleibe der Nutriscore auf Lebensmitteln für Unternehmen und Produzenten freiwillig.

Foto: Wikipedia

## Vor der Abfahrt das Billet lösen!

Die Alliance SwissPass und das Bundesamt für Verkehr bestätigen die Regelung, wonach der Billettkauf vor der tatsächlichen Abfahrt eines Verkehrsmittels vollständig abgeschlossen sein muss. Dies, weil es für die Reisenden eine einheitliche, einfache und verständliche Regelung braucht. Ein weiterer Aspekt: dieses Prinzip ist sowohl bei hoher Frequenz an Reisenden als auch im innerstädtischen Verkehr anwendbar, wo die Fahrzeit zwischen zwei Haltestellen oft weniger als eine Minute beträgt.

Im offenen öV-System der Schweiz gibt es in der Regel keine Zutrittschranken vor Haltestellen oder Verkehrsmitteln, die man nur mit einem gültigen Billet passieren kann. Der Zugang basiert auf dem Vertrauen in die Fahrgäste. Dies ist ein bewusster Entscheid für einen einfachen Zugang zum öV, der zugleich auch einer seiner Erfolgsfaktoren ist. Kontrollen sind trotzdem nötig, um Missbrauch zu verhindern. Fahrgäste müssen ihre Verantwortung wahrnehmen und rechtzeitig im Besitz eines gültigen Tickets sein.

Foto: SBB



# Unser täglich Brot & Co.: mehr Wertschätzung und weniger Verschwendung!

Lebensmittelverschwendung betrifft nahezu alle westlichen Länder. Hier lesen Sie nicht nur wertvolle Tipps, Lebensmittelabfälle zu reduzieren – sondern auch das passende Mindset zum Thema. Unser Gastautor, Uwe Knop, Diplom-Ernährungswissenschaftler und Medizin-PR-Experte, kennt die Fakten aus Deutschland aus dem ff; sie lassen sich eins zu eins auf die Schweiz übertragen.

## **Was ist das Ziel der deutschen «Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung» und wie es zu bewerten?**

Diese Massnahme des BMEL hat das Ziel, Lebensmittelabfälle entlang der gesamten Lebensmittelversorgungskette zu reduzieren – und zwar soll konkret bis 2030 die Menge an Lebensmittelabfällen in Deutschland halbiert und so Lebensmittelverluste verringert werden. Im Gegensatz zu manch anderen evidenzfreien und sinnlosen Massnahmen «aus dem Hause Özdemir», wie Werbeverbote für Lebensmittel, die es gar nicht gibt – nämlich «ungesunde» – ist dieses Projekt vollumfänglich zu begrüßen; denn Lebensmittel sollten eine viel höhere Wertschätzung erfahren. Hoffentlich wird das Ziel erreicht!

## **Wo werden am meisten Lebensmittel weggeworfen und warum?**

Jedes Jahr landen in Deutschland wahnwitzige elf Millionen Tonnen Lebensmittel im Kehrriech. Der grösste Teil dieser Lebensmittelabfälle verursachen die Menschen zu Hause: fast 60 Prozent wird in privaten Haushalten weggeworfen! Die Gründe sind vielfältig: Lebensmittel werden entsorgt, weil sie vermeintlich schlecht, abgelaufen oder verdorben sind oder weil die Leute einfach keine Lust mehr auf das Gekaufte haben und es so lange herum liegt, bis es vergammelt und weggeschmissen wird. Das ist einfach nur bedauerlich und muss sich ändern. Hier ist jeder selbst gefragt.

## **Welche Rolle spielt das MHD (Mindesthaltbarkeitsdatum) dabei?**

Leider keine gute. Viele Menschen denken noch immer, wenn das MHD überschritten ist, müssen die Lebensmittel in den Guseküssel. Doch das ist Quatsch. Das MHD besagt nur: bis hierhin garantiert der Hersteller «topfrische und beste Qualität». Danach kann es zu Einbussen kommen. Aber in der Regel sind diese Lebensmittel, deren MHD dezent in der Vergangenheit liegt, noch immer konsumierbar. Hier hilft oftmals ein einfacher, aber kritischer sensorischer Test (auf eigene Verantwortung): Anschauen, riechen und probieren, wenn Nase (!) und Augen das «go» geben. Das MHD muss eigentlich umbenannt werden in QGD Qualitäts-Garantie-Datum – denn eine Mindest-Haltbarkeit suggeriert, dass danach ist die Haltbarkeit dahin sei. Und

das ist einfach Quatsch. Das MHD ist definitiv kein Wegwerfdatum.

## **Wie können Verbraucher aktiv dazu beitragen, Lebensmittelverschwendung zu vermeiden und welche Massnahmen können sie ergreifen?**

Kaufen Sie am besten nur das, wo Sie wirklich sicher sind, dass Sie es auch essen. Kaufen Sie nicht so viel auf einmal, wenn Sie die Möglichkeit haben, häufiger einkaufen zu gehen. Verinnerlichen Sie, was das MHD wirklich aussagt (siehe Frage zuvor). Und: kaufen Sie keine Lebensmittel, nur weil Sie glauben, Sie müssten sie kaufen, weil sie «ja so gesund» sind – und dann liegen sie daheim herum, keiner isst sie, weil sie niemandem schmecken, und sie werden weggeworfen. Darüber hinaus gibt es noch eine besondere «spirituelle» Empfehlung, für die jeder sensibilisiert werden sollte.

## **Wofür insbesondere sollten die Menschen noch sensibilisiert werden?**

Haben Sie wieder mehr Achtsamkeit, Respekt und Wertschätzung für Lebensmittel, besonders für Fleisch, Milch, Käse – denn für diese Lebensmittel sterben Tiere. Das sollte jedem bewusst sein. Entwickeln Sie daher ein empathisches Bewusstsein für das besondere Geschenk auf dem Teller: ein Leben wird zu Lebensmitteln transformiert. Dem gebührt höchster Respekt und ein wenig Demut – das schmeisst man nicht einfach achtlos weg, nur weil es einem halbfrisch nicht mehr schmeckt – oder gar aus niederen Beweggründen, weil man gerade lieber etwas anderes isst, denn «ist ja alles so schön günstig, kaufe ich einfach neu.» Nein. Diese überhebliche Denke sollte der Vergangenheit angehören. Ernährung ist die wichtigste Hauptsache der Welt, Essen ist der evolutionsbiologische Trieb zur Lebenserhaltung Nummer eins, noch weit vor Sex. Und dazu brauchen wir Lebensmittel, tagtäglich, sehr viele. Wir leben in Schlaraffia Germania – und das sollen wir alle wieder viel mehr wertschätzen und diesen Respekt auch den Lebensmitteln an sich entgegen bringen. Einfach einmal wirken lassen und drüber sinnieren.

**Uwe Knop**  
Diplom-Ernährungswissenschaftler

# Ja, wir suchen SIE!

Und wir wollen Sie. Nämlich als Mitglied des Schweizerischen Konsumentenforum kf! Denn nur eine einzige ernstzunehmende Organisation vertritt die liberalen Konsumenten und deren Anliegen: das kf.

Fertig lustig mit «Nanny-State»! Fertig lustig mit drohenden Werbeverböten, mit der Einschränkung von Wahlmöglichkeiten, mit den ausufernden Gesetzesverschärfungen, mit dem Aufblähen von Staat und Verwaltung! Das kf steht für eine vernünftige Konsumentenpolitik. Es gesteht den Konsumentinnen und Konsumenten eine eigene Meinung und selbständiges Handeln zu. Sie müssen nicht bevormundet werden. Sein Magazin, das Sie in Händen halten, informiert Sie unaufgeregt, objektiv und sachlich über vieles, das Konsumenten interessiert; vor allem über die Megathemen Ernährung, Gesundheit und Digitalisierung. Dabei kommen auch kontroverse Ansichten zum Zuge. Das trägt dazu bei, sich eine eigene Meinung zu bilden.



Die Arbeit des kf ist aber nur dank der Unterstützung von Mitgliedern und Gönnern möglich. Mit einem Mitgliederbeitrag von 50 Franken pro Jahr leisten Sie einen wichtigen Beitrag für eine liberale Konsumentenpolitik.

**Zögern Sie nicht und werden Sie bei uns Mitglied!**

Besuchen Sie uns auch auf unserer Website:

[www.konsum.ch](http://www.konsum.ch) und entdecken Sie die Welt des kf.

**GDI** GOTTLIEB DUTTWEILER  
INSTITUTE

## CULTURE CLASH WHEN FOOD INNOVATION MEETS TRADITION

International Food Innovation Conference  
Mittwoch, 19. Juni 2024

Welche gesellschaftlichen Entwicklungen, Trends und Werte prägen die Esskultur? Wie viel «kulturelle DNA» brauchen neue Lebensmittel, Gerichte und Rezepte, um sozial akzeptiert zu sein?

Dazu referieren:

**Nick Buettner**, Blue Zones; **Claude Fischler**, Soziologe, Anthropologe & Research Director Emeritus CNRS; **Clément Tischer**, Rewe Group; **Marta Messa**, Slow Food; **Nicolas Morin-Forest**, Gourmey; **Kenneth Benning**, Caviar Biotec u.v.m.

**ANMELDUNG: [GDI.CH/FOODINNO24](http://GDI.CH/FOODINNO24)**

FUTURES



CREATING

Jetzt  
anmelden





## Von Geizhalsen und Nimmersatts

Wenn mir gerade kein schlaues Thema einfällt, worüber ich hier schreiben könnte, frage ich manchmal einfach mein Umfeld. Da kommen (meist) gescheite Ideen. So überfiel ich meine Freundin an einem späten Dienstagabend mit der Frage, was sie zurzeit als Konsumentin denn so störe. Ihre Antwort: «Menschen sind Idioten.» Na, Servus, damit kann ich ja nun wirklich nichts anfangen – dachte ich zumindest. Doch der Gedanke ist, in Anbetracht dessen, dass wir hier über Konsum schreiben, nicht ganz abwegig. Denn wie wir gelegentlich konsumieren, ist vielleicht nicht gerade idiotisch, aber sicher doch ungünstig, wenn nicht gar verantwortungslos.

Ein Paradebeispiel ist Temu. Wer Temu nicht kennt, hat nichts Relevantes für sein Leben verpasst, aber um des Textes Willen hier eine kleine Erklärung. Temu ist eine Online-Handelsplattform aus China, die mit allerlei billigen (nein, nicht günstigen, sondern billigen) Angeboten lockt. Die Warenpalette reicht von Kinderschuhen über Nacht-sichtgeräte bis zu Sexspielzeugen und Violinen – es hat für jeden und jede etwas dabei. Und die Preise sind für alle erschwinglich. Eine Armbanduhr «Multi-Chronograph», bis zu 30 Meter wasserdicht mit Band aus echtem Leder für nur 14 Franken! Futuristische In-Ear-Kopfhörer für Sport, Musik und Gaming für einen Fünfliber! Eine ballistische Schutzweste – schützt gemäss Beschreibung vor Kugeln – erhält der sparsame Staatsfeind auf Temu für gut 27 Stutz, im Detailhandel müsste er dafür mehrere Hunderternoten auf den Tisch blättern. Ein Traum, oder? Nein! Wer bei solchen Angeboten nicht schleunigst das Weite sucht oder zumindest die Produkte hinterfragt, hat komplett den Realitätsbezug verloren. Wer seine Ware zu solchen Preisen verhökert, hat zwangsläufig noch viel tiefere Produktionskosten, was zwei Schlüsse zulässt: entweder ist die Qualität der Ware unterirdisch tief, oder die Löhne und Arbeitsbedingungen der Fabrikanten sind grottenschlecht. In fast allen Fällen dürfte beides zutreffend sein. Tatsächlich wird die Qualität in diversen Online-Rezensionen (auf externen Plattformen, wohlgemerkt,

auf der Temu-Seite sind die niedrigen Bewertungen erstaunlich rar) erwartungsgemäss konsequent bemängelt. Und bezüglich der Arbeitsbedingungen hat das US-Magazin «Business Insider» im letzten Herbst berichtet, dass die Übergesellschaft von Temu aktiv das sogenannte (eigentlich illegale, aber weit verbreitete) 996-System «empfehle». 996 steht für einen Arbeitstag, der um 9 Uhr morgens beginnt, 9 Uhr abends endet, und dies sechs Tage die Woche. Gediegen.

Und wer macht das alles möglich? Wir. Wir geizigen, tiefpreisjagenden, alles zu haben müssen glaubenden, produktgeilen, gierigen Konsumenten. Temu ist in der Schweiz die momentan meist heruntergeladene App auf Android-Geräten. Natürlich lockt die Plattform mit diversen gratis-Angeboten und Vergünstigungen bis zu 90 Prozent, aber am Ende ist die Nutzung solch offensichtlich dubioser Angebote schlichtweg verantwortungslos – wenn nicht gar idiotisch. Ein kleiner Lichtblick: der Schweizer Detailhandelsverband, Swiss Retail Federation, hat (unter anderem mit dem kF) beim Seco eine Beschwerde gegen Temu wegen unlauterer Geschäftspraktiken eingereicht. Konkret geht es um die irreführenden Werbungen und weitere Schelmigkeiten. Winkt da etwa ein Verbot in der Schweiz? Man kann nur hoffen. Ob wir als Konsumenten je die Idiotie loswerden können, ist fraglich – aber immerhin werden wir dann vielleicht nicht mehr dazu verleitet.

Carl-Phillipp



## Babettes Schlusswort

Einer meiner Lieblingsorte in meiner Wohngemeinde ist unsere Entsorgungs- und Recyclingsammelstelle. Bei den Profis, die einem stets hilfreich zur Hand gehen, entledigt man sich Nichtmehrgebrauchtem, Kaputtem, Überflüssigem, bereits Gelesenem. Und wir, die Konsumenten, haben die Gewähr, dass alles korrekt sortiert und im besten Fall anderen Nutzern zur Verfügung gestellt, dem Recycling und im unvermeidbaren Fall der Verbrennung zugeführt wird. Nachhaltig! Nachhaltig! Das Wort des Jahrhunderts, denn bereits anfangs der Nullerjahre konnte man bisweilen – geflüstert nur und innerhalb konspirativer Kreise – dieses Adjektiv hören. Und schon damals, ich erinnere mich genau, ärgerte sich eine Parteikollegin, die dem nationalen Parlament angehörte: «Kann's nicht mehr hören!» Meinst Du wohl, liebe (ups! Fast wäre mir der Name herausgerutscht!) ... nennen wir sie unverfänglich D. D., ihres Zeichens Naturwissenschaftlerin, wird sich daran gewöhnen müssen, dass Nachhaltigkeit und der Ruf danach unseren Alltag weiterhin und noch sehr lange und vermutlich sogar für immer prägen werden. Berge von Abfall zu produzieren, das ist nicht mehr besonders sexy. Dort, in weiter Ferne, wo man früher unseren Güsel für ein paar Batzen entgegennahm und auf riesenhaften Kehrlichthalen verbrannte, hat ein Umdenken stattgefunden: «Kümmert Euch um Euren eigenen Dreck!» Unser Güsselsystem hat sich in den letzten Jahrzehnten rasant verändert. In früheren Zeiten, bis zum Wirtschaftswunder in den Fünfzigerjahren gab es kaum etwas wegzuwerfen. Das Fäkalienproblem wurde schon einhundert Jahre früher mit Kanalsystemen in den Städten gelöst. Lebensmittelreste? Gab es nicht. Auch nicht bei Königs, denn der Hofstaat und die Bediensteten waren zahlreich und somit auch die Münder, die zu stopfen waren. Geräte, Teller, Schüsseln? Wurden geflickt bis zum Geht-nicht-mehr. Der Pfannenflick zog von Haus zu Haus. Flicker- und Reparierenkönnen waren Berufe, die verbreitet waren und den Handwerkern und Künstlern ein Einkommen generierten. Bis es uns so gut ging, dass «es sich nicht mehr lohnte». Das Zeitalter des Wegwerfens und des «One-way» hatte begonnen.

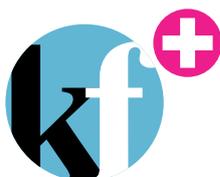
Wer kann sich noch an Kehrlichthalen ausserhalb der Gemeinden und Städten erinnern? Kehrlichtverbrennungsanlagen, vorgezogene Recycling- und Sackgebühren haben diese zum Verschwinden gebracht. Kaum noch, dass man auf Feld und Flur einem entsorgten Kühlschrank begegnet. Gut so, richtig so – und wir sind noch lange nicht am Ziel. Denn wir sollten mehr Wertschätzung Objekten gegenüber entgegenbringen, die von Menschen, oft am anderen Ende der Welt, hergestellt wurden. «Reuse» ist das Zauberwort. Dass die EU ein Recht auf Reparatur einführen will, ist zu begrüssen. Machen wir nicht alle einen Schritt in die richtige Richtung?

Wo es hingegen kaum klappt, ist in der Baubranche. Versuchen Sie einmal, gute, neuwertige Geräte wie Kühlschrank, Dampfzug, Backofen, Badewanne, Armaturen und vieles mehr von Ihrer Liegenschaft in einen, nämlich Ihren, Neubau hinübernehmen zu wollen. Versuchen Sie, einen Sanitär / Küchenbauer zu finden, der zu einem normalen Stundenlohn von CHF 170.– diese Arbeiten vornimmt. Schlicht unmöglich. Da gibt es keine Marge auf neue Geräte zu verdienen. Da lohnt sich der Aufwand nicht, heisst es dann. Ab in die Sammelstelle damit!

Das ist ziemlich arrogant. Gerät, das noch bestens funktioniert, wird nicht entsorgt! Denn wenn wir etwas von der guten alten Zeit herüberretten könnten (mit Kriegen und Konflikten funktioniert es ja bekanntermassen nie), dann den Umgang mit Objekten und Gerätschaften. Entgegen der völlig uneigennütigen Handwerkeraussage lohnt es sich nämlich fast immer!

**Babette Sigg Frank**

Präsidentin Schweizerisches Konsumentenforum kf



## Impressum

### Herausgeber

Schweizerisches Konsumentenforum kf  
Belpstrasse 11  
3007 Bern  
Tel. 031 380 50 30  
info@konsum.ch  
www.konsum.ch  
X: @kf\_schweiz  
Facebook: Konsumentenforum  
Instagram: Konsumentenforum  
LinkedIn: Schweizerisches  
Konsumentenforum kf

### Redaktion

Ruth Dickenscheid  
Babette Sigg Frank

### Auflage

1'500

### Konsumhelden

Carl-Philipp Frank

### Beratung

Tel. 031 380 50 34  
beratung@konsum.ch

### Präsidentin/Geschäftsführerin

Babette Sigg Frank

### Gestaltung und Herstellung

rubmedia AG  
www.rubmedia.ch

**rubmedia** 

**Aus Erfahrung  
stark in  
Kommunikation.**