

Blickpunkt.

**KONSUMENTEN
SCHUTZ**

**Fair-Preis-Initiative:
Unterschreiben Sie jetzt!**

**personal pricing:
Ist das fair?**

**Stevia: Der grosse
Etikettenschwindel**

**Rückblick: Erster
Schweizer Reparaturtag**



«Gastrobetriebe leiden unter überhöhten Importpreisen»

Nicht nur der Detailhandel, auch die Gastronomie ist vom Einkaufstourismus und der Hochpreisinsel stark betroffen. Maurus Ebnetter, Mitinitiant der Fair-Preis-Initiative, erklärt im Interview, warum die Schweizer Gastronomie so nicht wettbewerbsfähig sein kann.



Maurus Ebnetter, engagierter Wirt in Basel, ist überzeugt, dass Preise dann fair sind, wenn sie unter Wettbewerbsbedingungen zustande kommen.

ab/Herr Ebnetter*, die Hochpreisinsel Schweiz ist in aller Munde. Inwiefern sind Gastronomiebetriebe davon betroffen? Der schwache Euro hat Probleme akut werden lassen, die schon länger bestehen. Wir produzieren wesentlich teurer als unsere Kollegen im Ausland, mit denen wir im Wettbewerb stehen. Besonders stossend sind die Beschaffungskosten bei Importwaren. Für identische Investitionsgüter, Markengetränke und Nonfood-Artikel bezahlen wir oft 50 bis 100% mehr. Mit den hohen Löhnen in der Schweiz können wir

nur wettbewerbsfähig sein, wenn wir nicht gleichzeitig bei der Beschaffung diskriminiert werden. Der Kaufkraftabfluss durch den Einkaufstourismus trifft nicht nur den Detailhandel. Wir schätzen den grenzüberschreitenden «Gastronomietourismus» auf 3.5 Milliarden Franken pro Jahr.

«Internationale Konzerne setzen missbräuchliche Schweiz-Zuschläge durch»

Wie wollen Sie das Problem lösen?

Wir brauchen für Produkte, auf die wir angewiesen sind, eine umfassende Einkaufsfreiheit, so wie die Fair-Preis-Initiative sie anstrebt. Wir dürfen nicht länger zulassen, dass internationale Konzerne ihre Vertriebsysteme abschotten und missbräuchliche Schweiz-Zuschläge durchsetzen. Fair sind Preise dann, wenn sie unter Wettbewerbsbedingungen zustande kommen!

Schweizer Gastronomieunternehmen sind zusammengenommen ein Grossabnehmer von landwirtschaftlichen Produkten. Wie tangiert die Fair-Preis-Initiative die Schweizer Bauern? Die Abschottung der Agrarmärkte ist für

uns nachteilig, doch staatliche Hürden sind hier immerhin politisch gewollt. Bei der Fair-Preis-Initiative geht es einzig um Hürden, die Konzerne und Generalimporteure errichten. Von diesen sind auch die Bauern negativ betroffen: Sie kaufen Maschinen, Stalleinrichtungen, Düngemittel und vieles andere stark überteuert ein. Unsere Bauern müssen an fairen Beschaffungspreisen ein Interesse haben, weil sie durch den Einkaufstourismus Marktanteile verlieren.

Bis Gastronomieunternehmer von günstigeren Einkaufspreisen profitieren könnten, würde es noch eine Weile dauern. Was empfehlen Sie Wirten, denen bereits heute der Schnauf auszugehen droht?

Mit Kollegen kooperieren. In rationelle Abläufe und gute Mitarbeiter investieren. Eine Balance finden zwischen Kostenmanagement und Servicequalität. Mut zu einem klaren Profil haben. Preiswürdig und gastfreundlich sein. Aufhören, bevor die Leidenschaft verloren geht!

*Maurus Ebnetter ist Vorstandsdelegierter des Wirtverbandes Basel-Stadt und Mitinitiant der Fair-Preis-Initiative. Er ist verheiratet und hat zwei Kinder.

Fair-Preis-Initiative: Unterschreiben Sie jetzt!



Seit Jahren zahlen wir in der Schweiz für absolut identische Produkte massiv mehr als zum Beispiel in Deutschland. Das Parlament schaut dieser Abzocke tatenlos zu. Die SKS hat deshalb eine Volksinitiative für faire Preise lanciert und bei der letzten Ausgabe des Blickpunkts vom Oktober 2016 einen Unterschriftenbogen beigelegt. Für die zahlreichen Einsendungen danken wir bestens.

- Falls Sie den Bogen noch nicht retourniert haben, bitten wir Sie, diesen so rasch als möglich einzusenden, auch wenn nicht alle fünf Unterschriftenzeilen gefüllt sind.
- Falls der Bogen bereits im Altpapier gelandet ist: Unter www.fair-preis-initiative.ch können Sie einen Bogen herunterladen, ausdrucken, abschicken – fertig.
- Möchten Sie bei der Unterschriftensammlung mithelfen? Melden Sie sich per Mail bei unserem Mitarbeiter André Bähler: a.baehler@konsumentenschutz.ch

Anleitung Unterschriftenbogen

- Auf dem gleichen Unterschriftenbogen dürfen nur Personen unterschreiben, die in der **gleichen Gemeinde** angemeldet sind.
- Gibt es in einer Stadt mehrere Postleitzahlen, so tragen Sie die Haupt-Postleitzahl ein (z.B. 8000 Zürich).
- Eine Volksinitiative unterzeichnen können alle stimmberechtigten Schweizerinnen und Schweizer, die mindestens 18-jährig sind.
- Helfen Sie mit! Informationen und Unterschriftenbögen finden Sie unter www.fair-preis-initiative.ch

Stevia: der grosse Etikettenschwindel

Die Stevia-Pflanze süsst stärker als Zucker und ist fast kalorienfrei. Was uns verkauft wird, ist allerdings ein durch und durch künstliches Produkt.

Die SKS und Pro Stevia Schweiz wehren sich gegen den Etikettenschwindel.



Stevia ist in der Schweiz nicht zugelassen, einzig die Steviol-Glykoside, ein durch und durch chemisch hergestelltes Produkt.

jw/Immer mehr Produkte tauchen in den Regalen auf, welche mit Steviol-Glykosiden gesüsst werden. Die «natürliche» Alternative zum herkömmlichen Zucker oder zu gängigen Ersatz-Süsstoffen kommt bei den Konsumenten an. Bloss: Die Stevia-Pflanze ist auf dem Schweizer Markt gar nicht zugelassen. Einzig bei Teemischungen dürfen höchstens 2% Stevia beigemischt werden. In den Produkten, die auf dem Markt sind, werden durchwegs Steviol-Glykoside beigemischt, welche meist in China hergestellt werden. Sie werden in einem aufwändigen chemischen Verfahren produziert, dessen Abfälle erhebliche Umwelt-risiken darstellen und haben mit der südamerikanischen Pflanze kaum mehr etwas gemein.

Das soll auf den Produkten allerdings nicht sichtbar werden. Im Gegenteil: Die Anbieter werben bewusst mit dem Bild der Pflanze, brauchen den Begriff «natürlich» und verwenden den Namen «Stevia». Pro Stevia Schweiz und die Stiftung für Konsumentenschutz (SKS) sind überzeugt, dass das Konsumententäuschung ist.

Auch die Behörden sehen dies eigentlich so: Steviol-Glykoside als natürlich anzupreisen oder mit der Abbildung der Blätter in Verbindung zu bringen, ist rechtlich untersagt. Wie kommt es, dass trotzdem so viele täuschende Produkte auf den Markt gelangen?

Pro Stevia Schweiz und die Stiftung für Konsumentenschutz haben die Behörden aufgefordert, für die Durchsetzung der vorhandenen Deklarationsvorschriften zu sorgen. Denn mit dem Wirrwarr an Begriffen und dem bewussten ins Spiel bringen von Stevia werden die Konsumenten hinters Licht geführt.

Was genau sind Stevia-Glykoside? Welche Deklarationen sind erlaubt und welche nicht? Und welche Auswirkungen hat die Verwendung der Stevia-Glykoside auf die indigenen Völker von Südamerika? Auf www.konsumentenschutz.ch und www.prostevia.ch finden Sie ausführliche Informationen dazu.



Liebe Leserin, lieber Leser

Kürzlich wurde mir an einer Veranstaltung vorgeworfen, der Konsumentenschutz setze sich mit Lappalien wie personalisierten Rabatten auseinander. Dabei sei das eine verlockende Sache für die Kundschaft.

Unsere Organisation ist da, um genau solche Themen und deren Konsequenzen aufzugreifen. Wir beobachten den Markt, zeigen Ihnen Themen in grösseren Zusammenhängen auf und was daraus resultiert für die Zukunft.

Die harmlos wirkenden und positiv wahrgenommenen Cumulus-Rabatte - quasi der Wolf im Schafspelz - sind erste Testfelder zu personalisierten Preisen. Natürlich tasten sich die Anbieter an ein so heikles Thema mit Sorgfalt heran, denn die Akzeptanz von individuell berechneten Preisen fehlt bei der Kundschaft.

Bei vielen Gesprächen, die ich zwischenzeitlich geführt habe, kam immer wieder dieses Rabatt-Experiment zur Sprache.

Oft erschrecken meine Gesprächspartner, dass Preisdifferenzierungen bereits weit fortgeschritten sind. Misstrauen und Ärger machen sich dann breit.

Ob bei der Preisbildung oder der fehlenden Deklaration: Wir kämpfen in diesem Jahr wiederum mit Vehemenz um das so wichtige Gleichgewicht zwischen den Konsumentinnen und Konsumenten und der Anbieterseite. Der Gewinn für beide Seiten ist Vertrauen.

Ich danke Ihnen herzlich, wenn auch Sie uns dieses Jahr vertrauen und die Treue halten!

Sara Stalder, Geschäftsleiterin
s.stalder@konsumentenschutz.ch

Handy-Tarife

Beim neuesten Handy-Tarif-Vergleich von dschungelkompass.ch und der Stiftung für Konsumentenschutz (SKS) schneidet Coop Mobile am besten ab: Bei zwei von sechs Nutzerprofilen ist das Unternehmen am günstigsten, bei den übrigen vier platziert es sich immer unter den Top 6. Im Vergleich zum letzten Test vom Juli 2016 hat Salt seine Preisführerschaft eingebüsst, bleibt aber ein vergleichsweise günstiger Anbieter. Analysiert wurden die Tarife anhand von sechs verschiedenen Nutzerprofilen, mit unterschiedlicher Anzahl Gesprächsminuten und Internetnutzung.

Kritik an BAG-Kampagne

Obwohl der Nutzen der Grippeimpfung umstritten ist, steckt das Bundesamt für Gesundheit (BAG) jedes Jahr viel Geld und Aufwand in diese Impfkampagne. Während die saisonale Grippe jährlich durchschnittlich einige Hundert Todesfälle verursacht, sterben gleichzeitig 2'000-3'000 Personen aufgrund von vermeidbaren medizinischen Fehlern, 2'000 an einem Erreger, mit dem sie während einem Spital- oder Pflegeheimaufenthalt infiziert wurden. In diesen Bereichen ist jedoch kein solches öffentliches Engagement seitens des BAG erkennbar. Deshalb hat die SKS das BAG aufgefordert, seine Prioritäten zu überdenken.

Schönheitsfehler

Schweizer Kosmetik soll in Zukunft bestimmte Bedingungen erfüllen, damit sie als solche verkauft werden darf. Die Hoffnung, damit eine verlässliche Gesetzgebung für Kosmetik zu erhalten, kann man sich jedoch – abschminken: Zutaten müssen keine aus der Schweiz kommen, selbst wenn Edelweiss, Alpenkräuter oder Milch enthalten sind. Die Kontrolle ist gar nicht geregelt, einzig die Kosmetikverbände sollen ein Auge darauf haben.

Premiere für Parship

Mit der Auszeichnung «Klein aber gemein» werden Anbieter mit besonders kundenunfreundlichen AGB geehrt. Als erster Gewinner wurde Parship auserkoren. Einmal ein Abo abgeschlossen, finden die Liebessuchenden kaum mehr aus dem Vertrag – oft kommt es zu einer ungewollten Vertragsverlängerung. Auch die Kundendaten sind bei Parship nicht sicher.

Der Irreführung Grenzen gesetzt

Die Firma Ecotariff GmbH nötigte Konsumentinnen und Konsumenten ein unseriöses Angebot auf, das nur durch rasches Reagieren wieder aufgelöst werden konnte. Dank einer Strafanzeige der SKS wurde das unseriöse Treiben gestoppt und der Geschäftsführer zu einer happigen Geldstrafe verurteilt.

ct/Seit Ende Januar 2016 wurden zufällig ausgewählte Personen in der Schweiz über ein serbisches Callcenter kontaktiert. Den Angerufenen wurde gegen eine Jahresgebühr von 69 Franken der Zugang zu einem Online-Vergleichsportal zur Optimierung ihrer Krankenversicherungen offeriert. Nach dem telefonischen Kontakt erhielten die Angerufenen ein Begrüssungsschreiben, unabhängig davon, ob sie das Angebot angenommen hatten oder nicht. Das Schreiben beinhaltete eine unverständliche Beschreibung der Dienstleistung sowie die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) mit den Bestimmungen über das Zustandekommen der Mitgliedschaft. Diese kam spätestens 14 Tage ab Briefdatum zustande. Ein Widerruf dieser Mitgliedschaft war nur schriftlich oder per Anruf auf eine kostenpflichtige 0900-Nummer möglich.

Ein Vertrag, den man nicht angefordert hat und den man nur auflösen kann, wenn man ihn aktiv wieder kündigt, ist nach Ansicht der SKS ein unzulässiges opt-out-Modell. Zudem schmückte sich die Internetseite mit nicht existierenden Kundenzufriedenheit-Labels. Die SKS reichte gegen Ecotariff GmbH im Februar 2016 Strafanzeige wegen unlauterem und irreführendem Geschäftsgebahren ein.

Die Staatsanwaltschaft des Kantons Zug verurteilte den Geschäftsführer Sami Gashi im August 2016 zu einer bedingten Geldstrafe von über zehntausend Franken sowie einer Busse von knapp zweitausend Franken. Irreführend sei insbesondere, dass die Angerufenen bereits als Mitglied registriert wurden, obwohl sich das Begrüssungsschreiben

auf eine 14-tägige Gratisnutzung des Vergleichsdienstes bezog.

Weiter stellte die Staatsanwaltschaft fest, dass Ecotariff in unzulässiger Weise besonders aggressive Verkaufsmethoden angewandt hatte. Wer angerufen wurde, fand sich in einem opt-out-Modell gefangen. Ein Austritt aus diesem Modell war nur mit Aufwand und Kosten möglich.

Auch in Zukunft werden immer wieder und immer neue solcher «Geschäftsmodelle» auftauchen. Das Urteil der Staatsanwaltschaft des Kantons Zug macht jedoch Mut: Das Gesetz stellt Instrumente zur Verfügung, mit welchen Wirtschaftskleinkriminelle zur Rechenschaft gezogen werden können.

Die SKS wird sich auch weiterhin im Rahmen ihrer Möglichkeiten im Kampf gegen diese gewissenlosen Betrüger engagieren.



Kein sauberes Geschäftsmodell: Die SKS reichte gegen Ecotariff GmbH Strafanzeige ein, die Firma wurde verurteilt und gebüsst.

Mein Preis, dein Preis, ihr Preis – ist das fair?

Beim personal pricing sind die Preise je nach Kunde unterschiedlich hoch. Seit September 2016 experimentiert die Migros mit individuellen Rabatten. Dazu wird das Einkaufsverhalten durchleuchtet und analysiert. Die SKS hat die Migros aufgefordert, die Kunden über dieses Vorgehen zumindest zu informieren.

ct/Als Big Data noch kein Thema war, konnte sich der Konsument darauf verlassen, dass der angegebene Preis auf dem Produkt, am Regal oder im Schaufenster gilt und zwar für alle Kunden. Heute sieht dies anders aus: Dank Datensammlungen und fortschreitender IT-Technologie kann das Einkaufsverhalten jedes Einzelnen exakt analysiert, Vorlieben eruiert sowie die persönliche Zahlungsbereitschaft und Preissensibilität berechnet werden. Fixe Preise, Aktionen und Rabatte, die für alle Kunden gelten, sind nicht mehr garantiert. Preise werden individuell und persönlich festgelegt und Preisdiskriminierungen in Kauf genommen.

Von diesen neuen Marketingmöglichkeiten will auch die Migros profitieren. Seit September bedient sie die Inhaber ihrer Cumulus-Karte mit individualisierten Vorteilen mittels x-fachen Cumulus-Punkten auf bestimmten Produkten. Diese Produkte sind das Resultat hochkomplexer algorithmischer Berechnungen, mit welchen die Kundendaten analysiert und ausgewertet werden.

Was als Vorteil oder Geschenk an den Kunden daherkommt, hat jedoch einen anderen Hintergrund. Mit der Rabattgewährung wird eine Bindung des Kunden an die ihm bekannten Produkte beabsichtigt. Zusätzlich wird versucht, ihm ähnliche Produkte schmackhaft zu machen. Bei 2,8 Mio. Haushalten in der Schweiz, die eine Cumuluskarte besitzen, kann sich auf diese Weise eine massive Umsatzsteigerung ergeben. Kommt hinzu, dass nicht bloss auf das Datenmaterial aus den Migros-Einkäufen gegriffen wird, auch Aktivitäten im Fitness- oder Weiterbildungsbereich fliessen in den Datentopf. So überrascht es kaum, wenn die Teilnehmerin eines Yoga-Kurses einen

Vorteilscoupon für Sportbekleidung erhält. Die Migros betont, es stehe jedem Kunden frei, beim Cumulus-Programm mitzumachen. Aus datenschutzrechtlicher Sicht geht dieser Einwand jedoch nicht auf.

Wer die Allgemeinen Geschäftsbedingungen eines Kundenvorteilprogramms akzeptiert, muss nicht damit rechnen, dass er damit dem Anbieter eine Blankovollmacht für die grenzenlose Datensammlung und -bearbeitung erteilt. Der Kunde muss auch erfahren, dass seine Daten personalisiert werden und Preise aufgrund dieser Daten zustande kommen. Deshalb hat die SKS die Migros in einem offenen Brief aufgefordert, ihre Kundschaft entsprechend zu informieren. Dies gebieten bereits die Grundsätze der Fairness und Transparenz – unabhängig von rechtlichen Ge- und Verboten.

Das geltende Datenschutzgesetz aus dem Jahre 1992 genügt den Anforderungen des digitalen Alltags nicht mehr. Es wird daher aktuell revidiert. Die wichtigsten Punkte, die von der SKS im Rahmen des Vernehmlassungsverfahrens gefordert werden, sind folgende:

- **Transparenz:** der Konsument muss wissen, wann welche Daten zu welchem Zweck bearbeitet werden.
- **Einwilligung:** der Konsument muss eine bewusste Einwilligung zur Datenbearbeitung geben. Das Akzeptieren von umfangreichen Allgemeinen Geschäftsbedingungen AGB, die nicht gelesen und verstanden werden, genügt nicht.

Reparaturtag rettete 1000 Objekte vor dem Müll

Der erste Schweizer Reparaturtag an knapp 30 Standorten war ein voller Erfolg. Insgesamt wurden über 1000 Gegenstände repariert und damit etwa drei Tonnen Müll verhindert.

rw/Am 1. Schweizer Reparaturtag Ende Oktober 2016 haben Hunderte Reparaturbegeisterte in sogenannten Repair Cafés geflickt, was das Zeug hält. Am Abend war klar, dass die Erwartungen des ersten Reparaturtags erfüllt wurden: Gemeinsam hatten die 29 Reparatur-Initiativen Objekte mit einem Gewicht von über drei Tonnen repariert. Das sind über 1000 Gegenstände, die von glücklichen Besitzern wieder mit nach Hause genommen, anstatt in den Mülleimer geworfen wurden. Das ist ein beachtlicher Rekord: Noch nie wurden in der Schweiz innerhalb eines Tages so viele Gegenstände von Reparaturprofis mit grossem Engagement kostenlos repariert. Entsprechend positiv waren die Rückmeldungen der Besucher und der Organisatoren.

Neuaufgabe geplant

Am Samstag, 28. Oktober 2017 wird dank der Koordination der SKS der zweite Reparaturtag stattfinden. Das Ziel: Den eigenen Rekord brechen! Noch mehr Repair Cafés sollen noch mehr Gegenstände reparieren und damit noch mehr Abfall verhindern. Die SKS und die Repair Cafés setzen so ein direktes Zeichen für Abfallvermeidung, reparierbare Produkte und gegen die Wegwerfwirtschaft – der Umwelt und dem Portemonnaie zuliebe. Mehr als 40 Medien, darunter viele Lokalredaktionen, haben über den Schweizer Reparaturtag berichtet. Das war beste, erfreuliche Werbung für die Repair Cafés und für alle, die mitgemacht haben.

Zweites Leben fürs Rollbrett

Am Reparaturtag sind neben vielen Elektrogegenständen, Haushaltsartikeln und Textilien auch viele Spielzeuge für die Kleinen repariert worden. Leuchtende Kinderaugen waren das Ergebnis. Dank eines zur Entsorgung verurteilten Bandschleifpapiers erhielt ein Rollbrett, das keine rutschsichere Standfläche mehr hatte, ein zweites Leben. Einem Tischfussballkasten wurden neue Griffe montiert und dem Fussballturnier im heimischen Keller steht jetzt nichts mehr im Wege.

Rekorde hoch zwei

Manche Reparatur-Initiativen taten sich durch besonders viele reparierte Gegenstände hervor: Das Repair Café Bern stellte mit 122 Objekten den Reparatur-Rekord auf und verhinderte damit 170 Kilogramm Müll. Das neu gestartete Repair Café Uster hatte einen regelrechten Besucheransturm und rettete 303 Kilogramm vor dem Abfall. Offensichtlich brachten die 90 reparierten Gegenstände viel Gewicht auf die Waage.

Den Gewichtsrekord stellte jedoch das Repair Café Wädenswil mit 310 Kilogramm auf, was ebenfalls 90 reparierten Objekten entspricht. Die SKS als Initiatorin des Reparaturtags und Coach der Reparatur-Initiativen in der Deutschschweiz bedankt sich herzlich für das wunderbare Engagement der rund 400 Menschen, die den Reparaturtag möglich gemacht haben.

REPAIR
CAFE

Unterschreiben auch Sie!

Zum 1. Schweizer Reparaturtag lancierte die SKS gemeinsam mit den Repair Cafés eine Petition für reparierbare Produkte. Oft werden Gegenstände heute so hergestellt, dass kaum eine Reparatur möglich ist. Die Petition will auf politischem Weg erreichen, dass Gebrauchsgegenstände zukünftig besser repariert, Abfallberge verringert, die Ressourcen und unser Portemonnaie geschont werden. Die Petition wird in der Frühlings-Session des Nationalrats in Bundesbern eingereicht und kann unter www.repair-cafe.ch online unterschrieben werden. Vielen Dank für die Unterstützung!



Impressionen aus den gut besuchten Repair Cafés in Bern und Thun.





Flurina Wäspi
Praktikantin

Winterthur, 1993. Eine Mutter ist auf der Suche nach Babynahrung für ihr Kleinkind, welches allergisch auf Kuhmilch reagiert. Nach intensiven Recherchen und Produktvergleichen wird sie fündig: «Mamina Soja» der Marke «Galactina», attraktiv vermarktet mit der Aufschrift «Bio» und dem Zusatz «Schweizer Sojamilch». Ein teures Produkt. Die Mutter aber ist zufrieden, einen qualitativ hochwertigen, gesunden Kuhmilchersatz gefunden zu haben.

Wenige Jahre später dann der Schock: Greenpeace deckt auf, dass die von Novartis hergestellte Säuglingsnahrung Gentech-Soja aus den USA enthält. Der Verrat ist gleich mehrfach: Das Produkt ist weder Bio, noch ist die Sojamilch aus der Schweiz. Zudem fehlt die Deklaration der Gentech-Soja. Das Produkt wird vom Markt genommen – zu spät für Tausende von Säuglingen und Kleinkindern.

Auch für mich, das Allergiker-Kind.

Ob mir die Möchtegern-Biomilch mit Gentech-Soja geschadet hat? Der Einfluss von genmanipulierten Lebensmitteln auf die Gesundheit bleibt ungeklärt. Die Resultate der wenigen seriösen (Langzeit-) Studien an Schweinen, welche einen menschenähnlichen Organismus haben, lassen allerdings nichts Gutes erahnen. Schwere Magenentzündungen und verminderte Fortpflanzungsfähigkeit gehören zu den beobachteten Nebenwirkungen.

Wie kann der Einsatz von neuen Technologien gutgeheissen werden, ohne davor ausreichend nach den Konsequenzen zu forschen? Konsumentinnen und Konsumenten haben ein Anrecht auf diese Informationen, um bewusst entscheiden zu können. Ich bin froh, dass wir in der Schweiz dem Gentech-Trend bisher nicht blind gefolgt sind, denn ein Versuchskaninchen will ich nie mehr sein.

Swisscom-Kunden können nun Werbeanrufe blockieren lassen

Nichts nervt die Konsumenten in der Schweiz mehr als unerwünschte Werbeanrufe auf das Fest- und Mobilfunknetz. Dank der SKS können nun Swisscom-Festnetzkunden solche Anrufe gratis blockieren.



Endlich Ruhe: Swisscom will unerwünschte Werbeanrufe auf das Festnetz blockieren.

ab/Ob für Krankenkassen, Versicherungen, Lotterien, Olivenöl oder Weine: Telefonische Werbeanrufe sind in der Schweiz eine Plage. Obwohl sie bei Personen mit Sterneintrag seit 2012 grundsätzlich verboten sind, rufen viele Callcenter illegal an, um ihre Dienstleistungen und Produkte zu verkaufen. Dank der erfolgreichen Verhandlungen der SKS und ihrer Partner-Organisationen FRC und ACSI können Swisscom-Kunden seit Ende November 2016 kostenfrei unerwünschte Werbeanrufe auf ihrem Festnetzanschluss blockieren lassen. Möglich ist die Aktivierung des sogenannten «Callfilters» entweder im Kundencenter unter www.swisscom.ch/login, über die Hotline 0800 800 800 oder im Swisscom Shop. Die Lösung der Swisscom gilt nur für

Kunden, deren Festnetz auf dem Internetprotokoll (Swisscom verwendet den Begriff «All IP») basiert, nicht für Anschlüsse, mit analoger Technik.

Swisscom will bis Ende 2017 alle Festnetz-Kunden vom analogen Netz auf das IP-Netz migrieren (ob Sie analog oder per IP-Netz telefonieren, erfahren Sie unter der Nummer 0800 882 002 von Swisscom).

Noch offen war die Frage bei Redaktionsschluss, ob Swisscom den Werbeanruf-Filter künftig auch für das Handy-Netz zur Verfügung stellen wird.

Weiterhin Sterneintrag nötig

Der Werbeanruf-Filter von Swisscom blockiert nur Anrufe von illegal operierenden, nicht aber von seriösen Callcentern, die sich an die geltenden Gesetze halten. Wer auch Anrufe von seriösen Callcentern nicht mehr erhalten möchte, sollte zusätzlich zum Callfilter seine Telefonnummer mit einem Sterneintrag versehen lassen. Weitere Informationen dazu finden Sie im SKS-Merkblatt «Unerwünschte Werbeanrufe» unter www.konsumentenschutz.ch/beratung/merkblaetter in der Rubrik «Kommunikation & Digitale Welt».

UPC und Sunrise wollen nachziehen

Auch Sunrise und UPC haben sich verpflichtet, nach einer technischen Lösung für das Problem zu suchen und beabsichtigen, ihren Kunden – wenn möglich – noch in diesem Jahr einen Werbeanruf-Filter anzubieten. Die SKS wird sich weiterhin aktiv dafür einsetzen, dass alle Anbieter für ihre Festnetz- und Mobilfunkkunden eine Lösung bereitstellen.

Ihre Meinung ist gefragt!

Bewährt sich der Werbeanruf-Filter von Swisscom? Haben Sie deutlich weniger oder gar keine Werbeanrufe mehr, seit Sie den Callfilter aktiviert haben?

Machen Sie mit bei unserer Umfrage auf www.konsumentenschutz.ch/callfilter

«Wer nicht selber nachdenkt, ist wie eine Fahne im Wind»



Körperlich und geistig aktiv: SKS-Gönnerin **Ursula Leuthold** entspannt sich gerne bei Spaziergängen in der Natur.

fw/«Mein Interesse für Politik ist in der letzten Zeit gewachsen», so Ursula Leuthold. Die 67-Jährige hat denn auch vor kurzem an einer Gönnerführung der SKS im Bundeshaus teilgenommen. «Was Politik angeht, sehe ich bei mir aber noch Nachholbedarf.» Eine Zeitung hat sie trotzdem keine abonniert. Lieber liest sie ausgewählte Bücher. Ursula Leuthold möchte bewusst konsumieren: «Ich will mich nicht wahllos mit Informationen überschwemmen lassen.» Die berufliche Biographie der 67-Jährigen widerspiegelt ihr Interesse für innere Vorgänge: Nach der Ausbildung zur medizinischen Praxisassistentin wandte sie sich mit der Zeit ganzheitlicheren Gesundheitsansätzen zu. «Ich hinterfragte die klassische Medizin lange nicht. Mit der Zeit begann mich aber zu stören, dass nicht

«Ich will mich nicht wahllos mit Informationen überschwemmen lassen!»

der ganze Mensch wahrgenommen wird, sondern häufig nur Symptome behandelt werden.» Um tiefer liegende Probleme anzugehen, reiche die Verschreibung eines Medikaments alleine nicht aus. Dass ihr die Entwicklung des Bewusstseins am Herzen liegt, zeigt sich auch in ihrem Konsumverhalten: «Ich kaufe nach Möglichkeit alles bio und bin Vegetarierin. Zu Hause koche ich auch gerne vegan.» In diesem Zusammenhang stört die passionierte Taucherin und Schnorchlerin vor allem die unwürdige Tierhaltung. Mit ihrem persönlichen Engagement versuche sie die Welt im kleinen Rahmen zu verändern. «Wenn man sich zusammenschliesst, ist man natürlich noch stärker.» Deshalb unterstützt sie gerne gemeinnützige Organisationen wie die SKS, welche sich stellvertretend für Konsumentinnen und Konsumenten einsetzen. «Ich wünsche mir, dass wir als Konsumenten zu einem Punkt kommen, an dem wir selbst nachdenken und Gegebenes hinterfragen. Wer dies nicht tut, ist wie eine Fahne im Wind.»

Die Kommunikation Arzt – Patient ist entscheidend

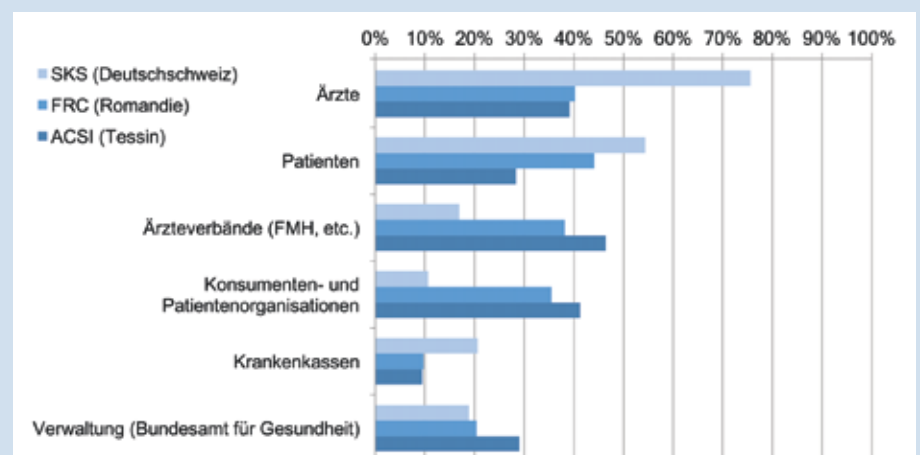
im/Schätzungen zufolge sind 20-30% der medizinischen Massnahmen im Schweizer Gesundheitswesen unnötig, was durch unerwünschte Nebenwirkungen Gesundheitsschäden und hohe Kosten verursacht. Die Allianz der Konsumentenschutzorganisationen (ACSI, FRC, SKS) hat deshalb eine Umfrage zu diesem Thema durchgeführt. Die Antworten zeigen, dass sich viele Personen dieser Gefahr bewusst sind. 23 % geben sogar an, selber schon beobachtet zu haben, dass unnötige Behandlungen oder Untersuchungen durchgeführt werden.

Um Überbehandlung zu vermeiden, ist die Kommunikation zwischen Arzt und Patient entscheidend. Fast ein Viertel der Umfrageteilnehmer gaben an, dass bei Arztbesuchen nicht genügend Zeit bleibe, um offene Fragen zu klären oder der Arzt diese nicht verständlich beantworte.

Die Verantwortung für die Vermeidung von unnötigen medizinischen Massnahmen sehen sie aber nicht nur bei Ärzten und Patienten. Auch Ärzteorganisationen, Pati-

enten- und Konsumentenorganisationen und die Politik stehen in der Verantwortung. Bei dieser Aussage bestehen jedoch gewisse Unterschiede innerhalb der Landesteile.

Wer muss hauptsächlich dazu beitragen, dass Überbehandlungen vermieden werden können?



Die detaillierten Resultate der Umfrage finden Sie unter: www.konsumentenschutz.ch/themen/gesundheitsvorsorge

So schützen Sie Ihre Kreditkarten-Daten



Die SKS bietet eine Hülle für Ihre Kredit- und Debitkarten an, damit Ihre Daten geschützt sind.

Kredit- und Debitkarten mit sogenanntem RFID-Chip können über die kontaktlos-Zahlungsfunktion relativ einfach ausspioniert und missbraucht werden. Nur bei wenigen Karten kann die Funktion abgeschaltet werden. Man kann sie aber mit einfachen Massnahmen schützen.

avh/ RFID und NFC – was ist das?

RFID steht für «Radio Frequency Identification», also Identifizierung mithilfe elektromagnetischer Wellen. Wenn ein RFID-Datenträger in die Reichweite eines geeigneten Lesegerätes gelangt, werden über Radiowellen Informationen übertragen. Die sogenannte Near-Field-Communication (NFC) ist eine Spezialisierung der RFID-Technik. Sie wurde für Distanzen von maximal 10 cm entwickelt und ermöglicht kontaktloses Bezahlen. Die meisten Karten und Ausweise sind bereits mit dieser Technologie ausgestattet, erkennbar ist das durch das WLAN-Symbol neben dem Chip.

Wie kann diese Technik missbraucht werden?

Damit Diebe an die Kreditkartendaten gelangen, müssen sie einzig mit einem Lesegerät (oft ist es eine simple Smartphone-App) zentimeternah an ihre Opfer gelangen. Solche Nähe fällt im öffentlichen Verkehr, bei einer Konzert-Veranstaltung oder in einer Kassenschlange nicht auf. Mit den erbeuteten Daten können die Kriminellen anschliessend beispielsweise bei Onlineanbietern wie Amazon einkaufen.

Was tun im schlimmsten Fall?

Oft wird erst mit der nächsten Abrechnung

offensichtlich, dass jemand missbräuchlich an die Daten gelangt ist. Wer Unregelmässigkeiten entdeckt, sollte sich deshalb sofort an die Bank oder den Kartenhersteller wenden. Denn der finanzielle Schaden wird grundsätzlich von den Kreditkartenfirmen getragen, sofern der Nutzer die Sorgfaltspflichten eingehalten hat. Betrügerische Aktivitäten müssen bis 30 Tagen nach Rechnungsdatum gemeldet sowie die Karte gesperrt werden.

So schützen Sie Ihre Karte vor Datendiebstahl

Bei der Postfinance-Card (aber nicht bei der Postfinance-Kreditkarte) können Sie die Funktion am Postomaten bzw. in Ihrem Onlinekonto deaktivieren. Meist können die Banken den Funkchip der Kreditkarten aber nicht ausschalten. Es ist ratsam, sich aktiv vor Datendieben zu schützen: Im Handel gibt es Sicherheitsetuis oder –portemonnaies in unterschiedlichsten Ausführungen. Die SKS bietet für wenig Geld eine einfache Datenschutzhülle an (Bestellung siehe Kasten). Es gibt aber auch eine kostenlose Variante: Sie wickeln die Karte, bevor Sie sie in Ihr Portemonnaie stecken, einfach in ein Stück Alufolie ein.

Datenschutzhülle für Kredit- und Debitkarten mit RFID-Chip: Fr. 4.50 bzw. Fr. 3.– (Gönnerpreis), zuzüglich Fr. 2.50 für den Versand. Bestellung mit beiliegender Antwortkarte oder im SKS-Online-shop unter konsumentenschutz.ch/shop. Weitere Tipps, wie Sie Datendiebstahl bei Kreditkarten und Ausweisen vorbeugen, finden Sie im Merkblatt «So schützen Sie Ihre Kreditkartendaten» unter www.konsumentenschutz.ch/beratung/merkblaetter/ in der Rubrik «Datenschutz».

BESCHWERDE
LEICHT.ch

beschwerdeleicht.ch – sparen Sie Zeit und Ärger!

Erfassen Sie Ihre schriftlichen Reklamationen auf beschwerdeleicht.ch! Die Beschwerdeplattform der Stiftung für Konsumentenschutz SKS leitet Ihre Reklamationen auf dem direkten Weg an den Kundendienst der Anbieter. Ob zu Hause oder von unterwegs: Sie können von überall online auf Ihr Beschwerdetool zugreifen, um eine neue Beschwerde zu erfassen oder eine laufende zu bearbeiten. Bereits 300 grosse und kleine Unternehmen in der Schweiz nutzen beschwerdeleicht.ch aktiv als Beschwerdekanal. www.beschwerdeleicht.ch

Hybridwerk Aarmatt – Leuchtturmprojekt der Energiewende

Das Hybridwerk Aarmatt in der Nähe von Solothurn ist Teil des Leuchtturmprogramms des Bundesamtes für Energie und leistet einen Beitrag zur Umsetzung der Energiestrategie 2050. Es soll als «Gläserne Werkstatt» einen wichtigen Bereich der Schweizer Energiezukunft erlebbar machen.



Wind- und Solarenergie fallen unregelmässig an. Am Schnittpunkt des Solothurner Strom-, Gas-, Wasser- und Fernwärmenetzes wandelt das Hybridwerk Aarmatt erneuerbaren Strom in Gas um. Überschüssige erneuerbare Energie, die bislang nicht genutzt werden konnte, wird dadurch speicherfähig und kann zu dem Zeitpunkt abgegeben werden, zu dem die Kunden sie benötigen. Begleiten Sie uns auf unserer Frühling-Gönnerrführung zu diesem spannenden, zukunftsweisenden Projekt.

Daten: Donnerstag, 2. März 2017 oder Mittwoch, 8. März 2017

Programm: Individuelle Anreise nach Zuchwil (SO)
15.00h Besammlung beim Eingang des Hybridwerkes, Begrüssung
15.05h Informationen über Hintergründe und Funktionsweise des Hybridwerkes Aarmatt, anschliessend Führung durch das Hybridwerk
17.00h Kleiner Apéro
ca. 17.30h Ende der Führung, individuelle Rückreise

Unkostenbeitrag: Fr. 25.– pro Person

Anmeldeschluss: Freitag, 5. Februar 2017 (begrenzte Teilnehmerzahl),
Anmeldung mit beigelegter Antwortkarte. Bitte beachten: Das Werk ist nicht rollstuhlgängig. An der Führung können **nur Gönnern und Förderer der SKS** mit je einer Begleitperson teilnehmen. Sie erhalten eine Bestätigung mit detaillierten Informationen.

Exklusiver Anlass für Förderinnen und Förderer

Unsere besonderen Bundeshaus-Abendführungen im Jahr 2016 sind auf ein sehr positives Echo gestossen. Die Anlässe waren ausgebucht und die Teilnehmenden konnten viele Eindrücke und spannende Informationen zum Bundeshaus mitnehmen. Wir werden diese speziellen Anlässe deshalb als Dank an Sie im Jahr 2017 fortführen, denn Sie als Förderin und Förderer tragen in besonderem Masse zum nachhaltigen Engagement der SKS bei. Wir beginnen mit einer ca. 1½-stündigen fachkundigen Führung durch das Bundeshaus und laden Sie anschliessend zu einem Apéro riche im bundeshauseigenen Restaurant ein. Prisca Birrer-Heimo, Präsidentin der SKS und Sara Stalder, Geschäftsleiterin der SKS werden anwesend sein und freuen sich auf interessante Gespräche mit Ihnen.



©Parlamentdienste 3003 Bern

Daten: Mittwoch, 5. April 2017, 17.00h oder Dienstag, 5. Sept. 2017, 17.00h
Der Anlass richtet sich an **Förderer und Förderinnen der SKS** mit einer Begleitperson und ist für diese kostenlos. Ab einem Beitrag von Fr. 120.– werden Sie Förderer und können mit dabei sein.



Einblick ins Bundeshaus

Liebe Gönnern, lieber Gönner, auch in der kommenden Frühlingssession laden wir wieder herzlich zur Führung durch das Bundeshaus ein. Machen Sie sich Ihr eigenes Bild vom Geschehen unter der Bundeshauskuppel. Verfolgen Sie von der Tribüne eine Debatte im Nationalrat mit und werfen Sie bei Verfügbarkeit einen Blick in den Ständerat. Anschliessend treffen Sie Prisca Birrer-Heimo, Nationalrätin und Präsidentin der Stiftung für Konsumentenschutz, zu einem persönlichen Gespräch. Ein geführter Rundgang durch das Bundeshaus schliesst den Anlass ab. Die Bundeshaus-Besuche finden am Dienstag, den 28. Februar und Mittwoch, den 8. März 2017 jeweils vormittags statt. Dieses Angebot gilt **nur für Gönnern und Förderer der SKS** und eine Begleitperson und ist kostenlos. **Bitte melden Sie sich mit beigelegter Antwortkarte an.**

IMPRESSUM

Herausgeberin:
Stiftung für Konsumentenschutz
Postfach, 3001 Bern

Postkonto: SKS Bern 30-24251-3

Tel. 031 370 24 24, Fax 031 372 00 27
info@konsumentenschutz.ch
www.konsumentenschutz.ch

Redaktion: Josianne Walpen
j.walpen@konsumentenschutz.ch

Auflage: 38 000 Exemplare

Layout: SAT-sandras atelier GmbH, Bern

Druck: Bruhin AG, 8807 Freienbach

Trägerorganisationen SKS:
Dachverband Schweizerischer PatientInnen (DVSP),
Hausverein Schweiz, Schweizerischer Gewerkschaftsbund (SGB), Schweizerischer MieterInnen- und Mieterverband Deutschschweiz (MV), Schweizerische Vereinigung zum Schutz der kleinen und mittleren Bauern (VKMB), Verkehrs-Club der Schweiz (VCS)

Vom Gönnernbeitrag werden jährlich Fr. 5.– zur Bezahlung des Abonnements verwendet.

Hinweis zur Schreibweise: Steht im Text nur die weibliche oder männliche Form, gilt sie jeweils für beide Geschlechter.

Adressänderungen bitte durch Empfänger direkt an die SKS.

Dank an unsere Gönner und Förderer und Information zur Gönner-/Förderschaft 2017

Sehr geehrte Gönnerinnen und Gönner, sehr geehrte Förderer und Unterstützerinnen

Mit dieser Ausgabe des «Blickpunkt» erhalten Sie Ihren persönlichen Gönner-/Fördererausweis für das Jahr 2017. Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung! Mit Ihrer Gönner- oder Fördererschaft leisten Sie einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der Konsumentenrechte. Als Gönner oder Förderer erhalten Sie zudem unsere Beratungen kostenlos, bis zu 50% Rabatt auf die SKS-Ratgeber sowie Einladungen zu interessanten Anlässen.

Der Jahresbeitrag beträgt Fr. 60.– für Gönner und Fr. 120.– für Förderer. Sie können Ihren Gönner-/Fördererbeitrag auch über ein Lastschriftverfahren bei Ihrer Bank oder als «Debit Direct» bei der Postfinance abwickeln. Wenn Sie sich für diesen Weg entscheiden, senden Sie uns bitte die Antwortkarte mit dem entsprechend ausgefüllten Abschnitt zu. Das Lastschriftverfahren ist jederzeit kündbar und jede Belastung wird Ihnen schriftlich angezeigt.

Sehr geehrte Gönnerinnen und Gönner, sehr geehrte Förderer und Unterstützerinnen, ich danke Ihnen an dieser Stelle herzlich für Ihre Unterstützung und Ihr Vertrauen! Nur dank Menschen wie Ihnen kann sich die SKS unabhängig und glaubwürdig für die Rechte der Konsumentinnen und Konsumenten einsetzen. Vielen Dank!



Sara Stalder
Geschäftsleiterin, Stiftung für Konsumentenschutz

Anlass zur Nachlassplanung

Die Ratgeber zur Nachlassplanung gehören zu den meist verkauften Publikationen der Stiftung für Konsumentenschutz. Entsprechend stiess auch der im vergangenen Herbst durchgeführte Informationsanlass auf grosses Interesse. Über 60 Interessierte nahmen im Oktober 2016 an der Veranstaltung im Generationenhaus in Bern teil und folgten den fundierten und klaren Ausführungen der Fachreferentin Mirjam Keller. Deutlich wurde, wie wichtig eine rechtzeitige Planung des Nachlasses ist, damit dieser wunschgemäss geregelt und allfälliger Streit in der Familie vermieden werden kann. Der Fachvortrag wurde von uns gefilmt. Einen persönlichen Internet-Link zu diesem Film können Sie hier bestellen: info@konsumentenschutz.ch.

Weiterhin erhältlich sind auch unsere Ratgeber zur Nachlassplanung: «Was tun, wenn jemand stirbt», der Miniratgeber «Ein Testament verfassen» sowie die Broschüre «Patienten- und Sterbeverfügung».

Bestellungen

Mit beiliegender Antwortkarte, per Telefon **031 370 24 34** oder auf der SKS-Website www.konsumentenschutz.ch/shop

SKS-Ratgeber



«Was tun, wenn jemand stirbt»

inkl. «Patienten- und Sterbeverfügung»
194 Seiten, Fr. 19.–/Nichtgönner Fr. 24.–

Broschüre (einzeln):

«Patienten- und Sterbeverfügung»

Fr. 6.–/Nichtgönner Fr. 12.–

SKS-Miniratgeber



«Ein Testament verfassen»

aktualisierte Ausgabe, 16 Seiten
Fr. 4.50/Nichtgönner Fr. 9.50
Bestellung im Online-Shop als digitaler Ratgeber: Fr. 3.50/ Nichtgönner: Fr. 7.50



«Digitales Erbe planen und verwalten»

Fr. 4.50/Nichtgönner Fr. 9.50

Miniratgeber in digitaler Form im Onlineshop

Seit Anfang des Jahres können Sie ausgewählte Miniratgeber im Onlineshop auch in digitaler Form bestellen.