

Blickpunkt.

**KONSUMENTEN
SCHUTZ**

engagiert. unabhängig.

**Werbung: Kennzeichnung
ist auch online Pflicht**

**Fünf Fragen, die Sie Ihrem
Arzt stellen sollten**

**Neuer Ratgeber:
Schützen Sie Ihre Daten!**

**Ungerecht: Viele Geschädigte
und keine Klagemöglichkeit**

Radio- und TV-Abgabe nur für Private?

Künftig sollen Unternehmen keine Radio- und Fernsehgebühren (Serafe, früher Billag) bezahlen müssen. Das fordert SVP-Nationalrat Gregor Rutz in einem Vorstoss, der derzeit im Parlament beraten wird. Bereits heute sind Unternehmen mit wenig Umsatz von der Abgabe befreit, insgesamt zahlen mehr als 75% der Unternehmen keine Radio- und Fernsehgebühren. Der Konsumentenschutz setzt sich dafür ein, dass Grossunternehmen weiterhin ihren Beitrag leisten und die Bürgerinnen und Bürger nicht alleine die gesamte Radio- und Fernsehgebühren bezahlen müssen.

«swissmilk green» nicht auszeichnen

Seit Anfang September ist auf den ersten Milchprodukten das Label «swissmilk green» zu finden. Der Konsumentenschutz hat das neue Label hart kritisiert: Es macht nur den Eindruck, dass diese Milch besonders ökologisch ist. Aber 90 % der Schweizer Milch kann mit diesem Label ausgezeichnet werden. Der Konsumentenschutz fordert, mit dem Label «swissmilk green» abzuwarten, bis der Standard einen echten Mehrwert bietet.

Nutri-Score auch bei Aldi

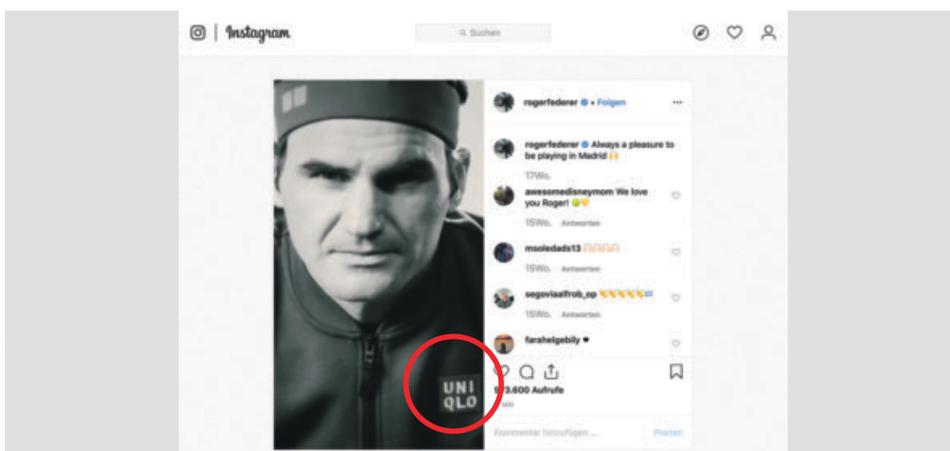
Danone hat das Nährwert-Kennzeichnungssystem Nutri-Score bereits auf den Produkten, auch der Lebensmittelgigant Nestlé will nachziehen. Ende Sommer gab Aldi bekannt, ebenfalls auf diese vereinfachte Kennzeichnung auf der Packungsvorderseite zu setzen. Damit steigt die Chance, dass es in der Schweiz nicht viele verwirrende Ampelsysteme, sondern ein einziges geben wird. Nutri-Score wurde in einer Umfrage vom Konsumentenschutz und den Allianzorganisationen bevorzugt.

Krankenkassen: Falsch abgerechnet

Eine Umfrage bei den 15 grössten Krankenkassen zeigt: Alle haben Spitalrechnungen über Jahre systematisch falsch abgerechnet – zu Lasten der Versicherten. Ärgerlich: Das Bundesamt für Gesundheit hatte die nun vom Bundesgericht als unzulässig eingestufte Abrechnungsmethode ausdrücklich gutgeheissen. Bis auf die Krankenkasse Concordia weigern sich alle, die zu Unrecht einkassierten Beträge zurückzuerstatten.

Werbung online kennzeichnen

Im Internet gelten Regeln für die Werbung. Sie muss wie in allen Medien gekennzeichnet werden, das ist nach verschiedenen Beschwerden des Konsumentenschutzes bestätigt worden. Unklar ist, wie dies geschehen soll.



Das Logo der Kleidermarke ist nicht per Zufall deutlich zu sehen: Der Konsumentenschutz fordert auch online eine klare Kennzeichnung von Werbung.

jw/Influencer sind inzwischen zu ernstzunehmenden Werbebotschaftern geworden und verdienen – je nach Reichweite und Anzahl Follower – erkleckliche Summen mit diesem Geschäft. Wer bezahlt wird, um auf Facebook, Instagram oder anderen sozialen Medien Produkte und Dienstleistungen zu zeigen und zu loben, muss dies offenlegen. Allerdings hat sich bislang niemand darum gekümmert, ob dies online geschieht. In Deutschland wurden in den letzten Monaten von Gerichten ansehnliche Geldstrafen ausgesprochen. Influencer hatten nicht bekannt gegeben, dass sie die Uhr oder das Kosmetikprodukt nicht aus Begeisterung oder zufällig abbilden, sondern weil sie dafür bezahlt werden.

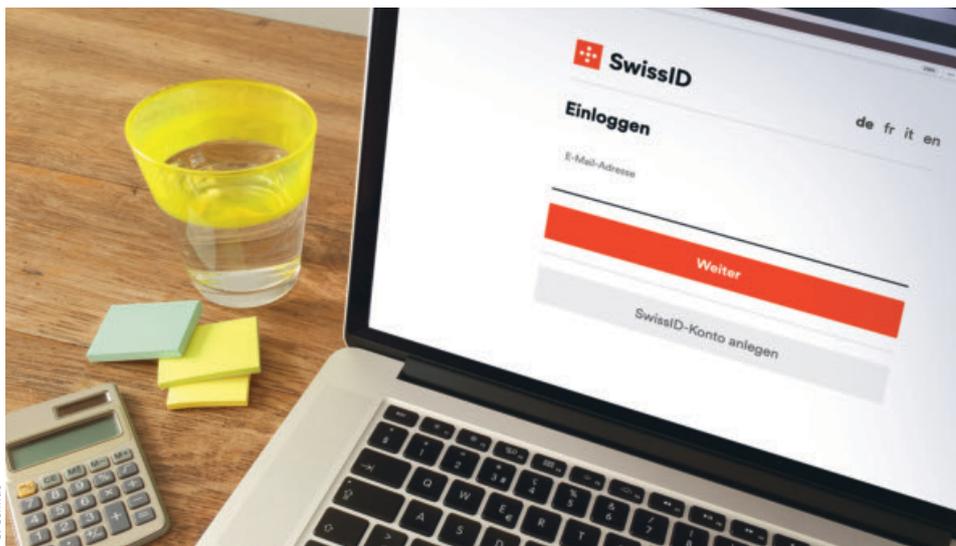
In der Schweiz ist die Lauterkeitskommission zuständig, entsprechende Beschwerden zu prüfen. Allerdings kann die Kommission nur Empfehlungen aussprechen und hat nicht die Befugnis, Bussen oder andere Sanktionen zu verhängen. Der Konsumentenschutz hat bei der Kommission mehrere Beschwerden gegen bekannte Persönlichkeiten eingelegt, weil sie ihre Beiträge nicht gekennzeichnet hatten. Tennisstar Roger Federer, Snowboarder Iouri Podladtchikov, Radrennfahrerin Jolanda Neff oder Influencerin Xenia Tchoumitcheva werben für Kleidermarken, Schmuck oder

Kreditkartenfirmen und werden dafür bezahlt. Doch sie weisen dies nicht aus. Die ersten, zustimmenden Entscheide der Lauterkeitskommission haben hohe Wellen geworfen. Es besteht also Hoffnung, dass Werbung in Zukunft besser deklariert wird. Allerdings stellt sich auch die Frage, wie diese Beiträge gekennzeichnet werden müssen, damit der Hinweis auffällt. Dies ist bislang nicht geregelt, auch die Lauterkeitskommission hat sich nicht dazu geäußert. Der Konsumentenschutz wird sich dafür einsetzen, dass es dazu Vorgaben gibt, welche eine deutliche und erkennbare Kennzeichnung dieser Werbung verlangen.

Auch bei den gedruckten Zeitungen wird den Lesern immer unverschämter Werbung als redaktioneller Beitrag untergejubelt. Die Aufmachung und das Layout sind zum Teil identisch wie der redaktionelle Teil, der Hinweis auf die Werbung derart versteckt und verschämt, dass man manchmal lange nicht bemerkt, dass man eigentlich einen Werbetext liest. Der Konsumentenschutz reichte gegen die TagesAnzeiger-Gruppe beim Presserat eine Beschwerde wegen dieser Praxis ein. Dennoch fährt das Medienunternehmen munter mit dieser Praxis fort.

Datengoldgräber zurückgepfiffen

SBB, Swisscom, Post, Banken und andere dürfen zwar gemeinsam einen sogenannten elektronischen Identitätsnachweis (E-ID) ausstellen. Der Konsumentenschutz setzte im Gesetzgebungsprozess erfolgreich durch, dass man digitale Alltagsgeschäfte auch in Zukunft ohne diese E-ID abwickeln kann.



© S. Schwab

Grosse Schweizer Firmen geben die «SwissID» heraus und wollen daraus ihren Nutzen ziehen.

ct/Bislang wiesen wir uns mit der Identitäts-Karte oder dem Pass aus. In Zukunft soll es auch einen elektronischen Identitätsnachweis (E-ID) geben. Dass von verschiedenen Seiten auf eine Schweizerlösung gedrängt wurde, ist nachvollziehbar. Denn die weltweit agierenden Datenkraken wie beispielsweise Google, Amazon oder Facebook würden das brachliegende Feld des elektronischen Ausweises zu gerne beackern. Geregelt wird das E-ID-System in einem neuen Bundesgesetz (E-ID-Gesetz), das in der Herbstsession vom Parlament beschlossen wurde. Es legt unter anderem fest, wer dem Konsumenten zu welchen Bedingungen eine E-ID ausstellen kann. An vorderster Front steht dabei ein Konsortium namens SwissSign Group. Diesem gehören bekannte Unternehmen wie SBB, Post, Swisscom und zahlreiche Banken an. Die Gruppe stellt bereits heute eine E-ID namens «SwissID» aus. Der Konsumentenschutz hat den Entwurf des E-ID-Gesetzes scharf kritisiert und massiven Widerstand signalisiert. Das geplante System sah für die E-ID-Herausgeber eine nicht akzeptable Machtfülle vor. Zudem sollte es den Unternehmen erlaubt sein, sich am riesigen Topf der Kundendaten zu bedienen, die bei der Herausgabe und bei der Verwendung der E-ID anfallen würden.

Dank dem intensiven Druck des Konsumentenschutzes und Partnern vor und während den parlamentarischen Beratungen haben die beiden Kammern das Gesetz massiv verbessert:

■ Die Konsumenten behalten die Wahlfreiheit, ob sie in ihren digitalen Alltagsgeschäften der neuen E-ID vertrauen wollen. Denn für Geschäfte mit sogenannter «niedriger Sicherheitsstufe» müssen die Anbieter zwingend einen Zugang ohne E-ID gewähren. Es ist also ausgeschlossen, dass Online-Shopping oder andere einfache Geschäfte im Internet nur noch mit der E-ID getätigt werden können. Genau bei derartigen Geschäften fallen massenweise interessante Kundendaten an.

■ Zudem enthält das Gesetz jetzt strenge Datenschutzbestimmungen. Die Daten, welche bei der Verwendung der E-ID anfallen, dürfen nur zweckgebunden verwendet werden. Es ist insbesondere ausgeschlossen, dass diese Daten an unbeteiligte Dritte weitergegeben werden. Ebenso ist es nicht zulässig, dass die am E-ID-System beteiligten Unternehmen die Daten für eigene Marketingzwecke benutzen.

■ Das Gesetz sieht zudem vor, dass unter bestimmten Voraussetzungen auch der Staat eine E-ID herausgeben kann.



Liebe Leserin, lieber Leser

Nicht nur Heldinnen und Helden, sondern auch Sie, liebe Leserin, lieber Leser, brauchen im Alltag immer wieder eine gehörige Portion Mut, sei es am Arbeitsplatz oder wenn es um Ihre Gesundheit geht. Sie kennen vielleicht die schwierige Situation: Sie sind von einer ärztlichen Empfehlung nicht ganz überzeugt, doch Ihnen fehlt das erforderliche Wissen, um die Notwendigkeit oder die Art der Therapie beurteilen zu können. Haben Sie den Mut, mit der Ärztin, dem Arzt über Ihre Zweifel zu sprechen?

Wir geben Ihnen in diesem Blickpunkt eine erste kleine Hilfe:

Mit der beigelegten, handlichen Karte, die Sie als Gedankenstütze jederzeit aus dem Portemonnaie zücken können, lassen sich fünf wichtige Fragen auf etwas mehr Augenhöhe von Ihrer Ärztin oder Ihrem Arzt beantworten.

Dies ist ein erster wichtiger Schritt, Ihrer Gesundheit zuliebe. Schätzungen zufolge sind rund ein Drittel aller Gesundheitsleistungen unnütz oder schaden Ihnen im schlimmsten Fall. Deshalb gilt: Mehr ist nicht immer besser.

Mut und Ausdauer lohnen sich. Das erfahren auch wir, wenn wir hartnäckig den Finger auf den wunden Punkt legen und nicht aufgeben. Mit Ihrer Unterstützung machen Sie uns Mut!

Herzlichen Dank für Ihre Treue!

Sara Stalder, Geschäftsleiterin
s.stalder@konsumentenschutz.ch

Mikroplastik ist überall

Mikropartikel aus Plastik sind überall im Ökosystem zu finden, in den Gewässern, aber auch in Menschen und Tieren. Die winzigen Partikel gelangen über verschiedene Wege in die Umwelt – unter anderem über unsere Mikrofasertextilien.



Weder die Waschmaschine noch die Kläranlage können Mikroplastik herausfiltern.

Im / Schon lange weisen Umweltschutzorganisationen wie der WWF oder Greenpeace auf die bedenklichen Mengen an Plastikmüll in den Meeren hin. Da Plastik nicht biologisch abbaubar ist, zersetzt es sich in immer kleinere Teile, die dann von den Meerestieren für Nahrung gehalten und gefressen werden. Die Tiere verhungern und verenden, zum Teil gelangen sie aber auch in die Nahrungskette und landen bei uns auf dem Teller.

Mikroplastik auch bei uns

Das Problem besteht aber nicht nur in den Ökosystemen der Meere. Plastikpartikel

finden sich auch in Wasserproben von Schweizer Flüssen und Seen. Meist sind es Überreste vom Müll im Meer, der durch UV-Strahlen und Wellen zerlegt wird. Forschungen zeigen, dass diese winzigsten Teile über die Atmosphäre transportiert und an die abgelegensten Orte gelangen. Es gibt aber auch Mikropartikel, die wir hier vor Ort erzeugen: Diese entstehen einerseits bei der Produktion von gewissen Kunststoffartikeln in Form von Pulver

oder Granulat. Andererseits kommen sie bei Verwitterung und Abnutzung zustande, zum Beispiel durch die Reibung von Autoreifen oder Schuhsohlen auf dem Asphalt. Bewusst eingesetzte Partikel befinden sich in zahlreichen Kosmetikartikeln wie Shampoos, Peelings und Cremes. Da die Filter der Kläranlagen zu wenig feinmaschig sind, gelangen sie übers Abwasser in die Umwelt. Anders als Länder wie die USA, Grossbritannien, Kanada und Neuseeland, wo der Verkauf von kosmetischen Produkten mit Mikropartikeln verboten ist, stuft der Bundesrat in der Schweiz die Gefahr von Mikroplastik als

vergleichsweise gering ein und lehnt ein Verbot von Mikroplastik in Kosmetikprodukten vorläufig ab.

Mikroplastik von Textilien

Mehr als ein Drittel der Mikropartikel im Meer ist auf Bestandteile synthetischer Textilien, wie Polyester, Acryl oder Nylon zurückzuführen. Besonders Outdoor- und Sportbekleidung besteht zu einem Grossteil aus Mikrofasern. Beim Waschen dieser Kleider lösen sich in der Waschmaschine winzige Mikrofasern ab, welche weder die Filter der Waschmaschinen noch der Kläranlagen herauszufiltern vermögen.

Waschbeutel gegen Mikrofasern

Um den Faserabbruch beim Waschen von synthetischen Textilien zu reduzieren, hat das Berliner Unternehmen Langbrett eine Lösung entwickelt. Der «Guppyfriend-Waschbeutel» hält die Mikrofasern zurück und reduziert den Faserabbruch bei der Kleidung. Er kann über den Antwortalon oder direkt über www.konsumentenschutz.ch/shop bezogen werden.

Bio-Gemüse mit viel Plastik

Ausgerechnet biologisches Gemüse wird in Supermärkten fast ausschliesslich in Plastik verpackt angeboten.

jw / In Bern und Basel hat der Konsumentenschutz im Sommer geprüft, ob Gurken, Tomaten, Rübli, Peperoni und Äpfel im «Offenverkauf» verpackt sind oder nicht. Das erstaunliche Fazit: Migros, Coop, Denner, Aldi und Lidl verpacken mehr als die Hälfte der erfassten Gemüse und Äpfel in Plastik. Von 221 erhobenen Produkten waren 120 oder 54% in Plastik verpackt. Bio-Produkte

schneiden besonders schlecht ab: Hier waren sogar 84% der Gemüse und Äpfel in Plastik eingehüllt. Bei Migros, Lidl und Denner wurden sogar alle erhobenen Bio-Produkte in einer Plastikhülle verkauft. Bei Coop waren dies 78% und bei Aldi 63%. Für Konsumentinnen und Konsumenten, welche Bio-Produkte kaufen und Abfall vermeiden wollen, ist die Situation sehr



unbefriedigend. Der Tipp des Konsumentenschutzes: Coop und Migros verkaufen Mehrwegsäckchen, um das ohnehin schon verpackte Gemüse mitzunehmen. Nehmen Sie diese mit auf den Markt, zum Hof- oder in den Bioläden, wo das biologische Gemüse wirklich noch unverpackt ist und die Säckchen so sinnvoll gebraucht werden können!



5 Fragen, die Sie Ihrem Arzt stellen sollten

Wenn ein Behandlungsentscheid ansteht, ist die Kommunikation zwischen Arzt und Patient entscheidend. Stellen Sie Ihrem Arzt die richtigen Fragen, um gemeinsam einen guten Entscheid zu fällen und unnötige Behandlungen zu vermeiden.

In der Medizin gilt: «Mehr ist nicht immer besser». Schätzungen zufolge sind bis zu 30% der in der Schweiz durchgeführten medizinischen Massnahmen unnötig. Weil dabei unerwünschte Nebenwirkungen oder Komplikationen auftreten können, ist es wichtig, unnötige Behandlung gar nicht erst durchzuführen.

Damit Sie vor dem Entscheid über eine Behandlung oder Untersuchung über alle wichtigen Informationen verfügen, sollten Sie Ihrem Arzt einige Fragen stellen:

Gibt es andere mögliche Behandlungen oder Untersuchungen?

Es gibt fast immer auch andere Behandlungs- oder Untersuchungsmöglichkeiten. Besprechen Sie diese mit Ihrem Arzt und entscheiden Sie sich für jene, die in Ihrer persönlichen Situation am meisten Sinn macht.

Was sind die Vor- und Nachteile?

Jede medizinische Massnahme hat Vor- und Nachteile. Neben dem erwünschten Nutzen kann es immer auch zu Schäden kommen. Um sich für oder gegen eine Massnahme zu entscheiden, sollten Sie deren mögliche Auswirkungen kennen.

Wie wahrscheinlich ist es, dass die Vor- und Nachteile eintreten?

Wichtig ist nicht nur, welche Auswirkungen eine Massnahme haben kann, sondern auch, ob diese mit grosser Wahrscheinlichkeit oder nur in sehr seltenen Fällen eintreten. Lassen Sie dies in Ihre Überlegungen einfließen.

Was passiert, wenn ich darauf verzichte?

Manche Beschwerden verschwinden mit der Zeit von selber, oder bleiben trotz Behandlung bestehen. Besprechen Sie mit Ihrem Arzt, was die Folgen wären, wenn Sie nichts unternehmen oder zuwarten.

Was kann ich selbst zu meiner Gesundheit beitragen?

Beschwerden können nicht nur durch medizinische Massnahmen oder Medikamente gelindert werden. Fragen Sie Ihren Arzt, was Sie in Ihrem Alltag selber tun können, um die Genesung zu unterstützen.

Und ganz wichtig: Sie können nicht zu viel fragen!

Zögern Sie nicht, Ihrem Arzt weitere Fragen zu stellen, bis Sie sich in der Lage fühlen, gemeinsam mit ihm eine gute Entscheidung zu treffen.



Zugang zum Recht – auch für ges

Die jüngste Vergangenheit zeigt, dass es keine Seltenheit ist: Der einzelne Schaden ist relativ klein, betroffen sind aber viele Konsumentinnen und Konsumenten, die nicht zu ihrem Recht kommen können. Es ist Zeit, dass in der schweizerischen Zivilprozessordnung (ZPO) eine Klagemöglichkeit für Gleichgeschädigte vorgesehen wird.

sp/Im Mai dieses Jahres ergeht in Lausanne ein Urteil des Bundesgerichts gegen die Krankenkasse Assura. Diese hat über Jahre hinweg eine falsche Berechnungsmethode für Spitalbeiträge verwendet und somit den Patienten und Patientinnen unrechtmässig Kosten aufgebürdet. Nach Abklärungen des Konsumentenschutzes stellt sich heraus, dass zahlreiche weitere Krankenkassen dieselbe falsche Berechnungsmethode angewandt haben.

Zwei Monate später, im Juli 2019, lassen zwei weitere Meldungen in den Medien aufhorchen: Die Swisscom löscht versehentlich Daten – Fotos, Videos, Musik und viele weitere Dateien – von mehreren hundert Kunden und Kundinnen aus ihrem Online-Speicher «MyCloud». Im selben Zeitraum erlässt die Wettbewerbskommission (WEKO) Bussen gegen sieben grosse Schweizer Autoleasing-Unternehmen, da diese illegale Preisabsprachen vorgenommen und somit gegen das Kartellgesetz verstossen haben.

Gerichtsverfahren zu teuer

Die Fälle sind inhaltlich sehr unterschiedlich und betreffen verschiedene Branchen. Und doch haben sie etwas

gemeinsam. In allen drei haben mächtige Unternehmen zahlreiche Konsumenten und Konsumentinnen geschädigt. Und in allen drei stehen die Betroffenen vor derselben Problematik: Ein gerichtliches Vorgehen, um Schadenersatz zu verlangen und die fehlbaren Unternehmen zur Verantwortung zu ziehen, ist im Verhältnis zum erlittenen Schaden viel zu teuer und damit nicht realistisch.

Gemeinsame Klagemöglichkeit schaffen

Die genannten Beispiele zeigen, dass einem Grossteil der Schweizer Bürgerinnen und Bürger der Zugang zu den Zivilgerichten faktisch verwehrt bleibt, da die Kostenhürde zu gross ist. Es ist frustrierend und gleichzeitig beschämend, in einem Staat wie der Schweiz auf einem Schaden sitzen zu bleiben, weil man bestehende Ansprüche nicht durchsetzen kann.

Für derartige Fälle braucht es Klage-



Geschädigte Konsumenten

möglichkeiten des kollektiven Rechtsschutzes. Diese Forderung nahm Prisca Birrer-Heimo, Nationalrätin und Stiftungsratspräsidentin des Konsumentenschutzes, bereits 2013 in einem politischen Vorstoss auf: Wo es eine grosse Anzahl von Geschädigten gibt, sollen sich diese ohne formelle Hürden zusammenschliessen und in effizienter Art und Weise ein Klageverfahren einleiten können.

«Unrecht darf sich nicht mehr lohnen. Viele Geschädigte sollen sich ohne übermässigen Aufwand zusammenschliessen und einen Schaden geltend machen dürfen.»

Doppelte Wirkung

Der vom Bundesrat publizierte Vernehmlassungsentwurf zur Revision der Zivilprozessordnung sieht nun endlich eine Schliessung dieser Rechtslücke vor. Ein Novum

für die schweizerische Rechtsordnung – mit grossem Potential. Damit werden nicht nur Konsumentinnen und Konsumenten bei erlittenen Schäden besser geschützt. Es ist gleichzeitig auch ein Warnsignal an unlautere Unternehmen: Rechtswidriges Verhalten soll sich nicht mehr lohnen dürfen.

Zum Nutzen aller

Die beabsichtigten Verbesserungen zu Gunsten der Konsumenten sollen nicht nach amerikanischem Vorbild erfolgen, wo Klagewellen und unverhältnismässige Schadenersatzforderungen an der Tagesordnung sind. Vernünftige kollektive Rechtsschutzinstrumente dienen schliesslich allen: Den Konsumenten, den sich korrekt verhaltenden Unternehmen, die sich von der unlauteren Konkurrenz abgrenzen können sowie der Gesamtwirtschaft, welche von starken und zufriedenen Konsumenten nur profitiert. Der Konsumentenschutz wird sich deshalb mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln weiterhin dafür einsetzen, dass die vom Bundesrat vorgesehenen Verbesserungen die parlamentarischen Beratungen überstehen!

Abgasskandal: Prozess dauert Jahre

avh/Während es in den umliegenden Ländern Urteile «hagelt», bewegt sich in der Schweiz nichts: Im Abgasskandal-Prozess gegen VW und die AMAG, den der Konsumentenschutz für rund 6000 Betroffene führt, gibt es nach wie vor keine wesentlichen Fortschritte.

Der Hauptgrund ist, dass kollektiver Rechtsschutz in der Schweiz quasi inexistent ist. Bei «Streuschäden», wenn ein Unternehmen viele Kunden gleichzeitig schädigt, muss jede und jeder Geschädigte separat klagen und den Aufwand und die Kosten alleine tragen. Der Konsumentenschutz hat sich deshalb beim Abgasskandal von den Geschädigten tausende von Ansprüchen schriftlich übertragen lassen und hat für sie geklagt. Ein solches Vorgehen von Konsumentenvertretern gab es bisher noch nie. Das Handelsgericht Zürich spaltete deshalb das Verfahren in zwei Teile auf: Zuerst prüft das Gericht, ob es eigentlich zuständig ist für diesen Prozess und ob der Konsumentenschutz überhaupt für die Betroffenen klagen darf. Zudem muss jede der rund 6000 Abtretungsvereinbarungen akribisch auf ihre Gültigkeit überprüft werden – eine Herkulesaufgabe. Erst nach abschliessender Bejahung dieser Fragen durch das Bundesgericht wird das Handelsgericht daraufhin die Frage erörtern, ob und wie viel Schadenersatz durch VW und/oder AMAG an die Betroffenen zu entrichten sei.

Wie das Handelsgericht im Frühsommer auf Anfrage hin mitteilte, sei mit dem ersten Urteil in der Vorfrage erst nächstes Jahr zu rechnen. Ein endgültiges Urteil wird somit in drei bis fünf Jahren vorliegen. Dieser Fall beweist: Der Rechtsstaat schützt die Konsumentinnen und Konsumenten sehr ungenügend. Der Konsumentenschutz setzt sich beim Gesetzgeber deshalb engagiert für deutliche Verbesserungen des Zivilprozessrechts ein (siehe Haupttext).

Privates muss privat bleiben

Die Datenströme fliessen immer schneller und im Geheimen. Ohne besseren gesetzlichen Schutz droht dem Einzelnen der vollständige Verlust der Datenhoheit. Allerdings kann man auch eigenständig einige Massnahmen ergreifen und seine Privatsphäre schützen.



Sie sammeln Punkte, die Grossverteiler persönliche Daten.

ct / Für Datensammler, -bearbeiter, -analysten und -verkäufer ist die Schweiz nach wie vor ein Eldorado. Unter dem Dach des geltenden Datenschutzgesetzes ist eine schier grenzenlose Datenbearbeitung zulässig. Der Konsument ist auf sich alleine gestellt und muss selber aktiv werden, wenn er nicht zum gläsernen Datenlieferanten werden will. Nachfolgend einige allgemeine Verhaltenstipps:

■ **Datensparsamkeit:** Seien Sie allgemein zurückhaltend im Bekanntgeben von persönlichen Daten. Ob im Internet oder beim Ausfüllen eines Anmeldeformulars im Hotel: Prüfen Sie immer, ob es notwendig ist, Adresse,

Telefonnummer, Emailadresse und Geburtsdatum anzugeben.

■ **Analoges Bezahlen:** Das Bezahlen mit Bargeld hinterlässt keine Datenspuren!

■ **Kundenbindungsprogramme:** Sammeln Sie Punkte bei einem der Grossverteiler? Für minime finanzielle Vorteile geben Sie den Anbietern grosse Mengen kostbarer, persönlicher Daten preis. Das mag sich auszahlen, aber nicht für Sie.

■ **Gratis ist nicht gratis:** Grundsätzlich gibt es keine Gratisangebote. Sie zahlen heute in der Regel mit Ihren persönlichen Daten.

■ **Ortungsdienste ausschalten:** Schalten Sie die Standortfunktion auf dem Smartphone aus, Sie hinterlassen weniger Datenspuren.

■ **Datenautobahn im Auto:** Autos sammeln Unmengen an Daten und senden diese

direkt an den Hersteller. Informieren Sie sich bei Ihrem Garagisten und unterbinden Sie die Datensammelerei so weit als möglich.

■ **Stimmprofile verbieten:** Unternehmen legen zum Teil Stimmprofile ihrer Kunden an,

ohne deren Wissen beziehungsweise Einverständnis. Untersagen Sie explizit bei jedem telefonischen Kontakt mit einem Unternehmen das Anlegen eines Stimmprofils.

■ **Einkaufen:** Einkaufen über das Internet liefert viele Informationen über Sie. Anonymer können Sie in einem Laden unterwegs sein.

Zurzeit wird das Datenschutzgesetz revidiert. Der Konsumentenschutz fordert insbesondere maximale Datenschutzeinstellungen bei neuen Geräten und Dienstleistungen, die explizite Kundeneinwilligung zur Datenbearbeitung sowie kostenpflichtige, aber datensparsame Alternativprodukte und -dienstleistungen.



Neuer Datenschutz-Ratgeber

Wie kann man die Privatsphäre schützen? Unser neuer Miniratgeber «Datenschutz – Privatsphäre im digitalen Alltag» zeigt, wie man dem Datensammeln so weit wie möglich selbst Grenzen setzen kann. Der Ratgeber kann über den beigelegten Antworttalon oder über www.konsumentenschutz.ch/shop bezogen werden.

LeihBar gründen leicht gemacht

rw / Die LeihBar Bern wird von Monat zu Monat von mehr Menschen benutzt. Der Konsumentenschutz stellt deshalb das LeihBar-Konzept kostenlos zur Verfügung und hofft, dass es bald weitere «Bibliotheken der Dinge» gibt. Wer eine LeihBar gründen möchte, bekommt vom Konsumentenschutz Hilfe beim Aufbau und Betrieb.

Seit Dezember 2018 wurden in der LeihBar Bern fast 900 Dinge ausgeliehen. Seit den Sommermonaten entspricht das monatlich rund 60 Gegenständen, die über die LeihBar-Theke gingen. Der Konsumentenschutz freut sich über diesen Erfolg und

gratuliert dem Verein LeihBar Bern zum vielversprechenden Start. Dank der stetig steigenden Mitgliederzahl kann sich die LeihBar mittlerweile selbst finanzieren.

Der Konsumentenschutz veröffentlicht deshalb das komplette Konzept der LeihBar Bern kostenlos im Internet. Motivierte Menschen oder Organisationen, die in ihrer Region oder Stadt eine LeihBar aufbauen möchten, können so von der Erfahrung und Know-how des Konsumentenschutzes profitieren. Das ganze Angebot ist zu finden unter www.leihbar.ch/gruenden

4. Schweizer Reparaturtag

Am Samstag, 19. Oktober 2019 findet der vierte Schweizer Reparaturtag statt, an dem zahlreiche Repair Cafés in der Schweiz defekte Dinge reparieren. Der Konsumentenschutz ist gespannt, ob der Reparaturrekord erneut gebrochen wird. Letztes Jahr wurden über 1800 Gegenstände mit einem Gesamtgewicht von über 5,6 Tonnen Material vor dem Abfall bewahrt. Das Repair Café in Ihrer Region mit den bereits bekannten Daten finden Sie unter www.repair-cafe.ch

Gentechnik: Informieren statt verschleiern

Tierische Produkte wie Fleisch oder Eier sollen als «gentechnikfrei» ausgelobt werden können, auch wenn Gentechnik im Futter eine Rolle spielt: Gegen dieses Ansinnen wehrt sich der Konsumentenschutz.



Fleisch im Regal: Verwirrung wäre mit der Kennzeichnung vorprogrammiert.

jw/Es ist bereits möglich, in der Schweiz Produkte als gentechfrei zu kennzeichnen. Dabei muss allerdings lückenlos bewiesen werden können, dass im ganzen Produktionsprozess keine Gentechnik angewandt wurde. Zudem müssen bereits gentechnisch veränderte Produkte bewilligt sein. Ein Apfel darf zum Beispiel nur dann als gentechfrei deklariert werden, wenn er tatsächlich nicht gentechnisch verändert ist und ein gentechnisch veränderter Apfel auf dem Markt erhältlich oder zumindest bewilligt ist.

Ohne Gentechnik – aber nur fast

Die Schweizer Bauern möchten diese Regelung vereinfachen. Auf dem weltweiten Markt sind Lebensmittel von Tieren erhältlich, die gentechnisch verändertes Futter gefressen haben. Die Tiere in der Schweiz bekommen kein gentechnisch verändertes Futter vorgesetzt. Dennoch spricht sich der Konsumentenschutz gegen eine Kennzeichnung aus: Den Futtermitteln werden Vitamine und Aminosäuren zugesetzt, welche mit Hilfe von Gentechnik hergestellt sind. Die Zusätze enthalten zwar selbst keine gentechnisch veränderten Organismen mehr,

sie sind aber eindeutig mit Hilfe von Gentechnik entstanden. Der Konsumentenschutz findet, dass solche Produkte nicht explizit als gentechnikfrei ausgelobt werden dürfen, da es einer Täuschung der Konsumenten gleichkommt.

Verwirrung statt Klarheit

Den Konsumenten wäre nicht mehr klar, was es bedeutet, wenn ein Produkt nicht als gentechnikfrei deklariert ist. Im Laden stünden Produkte, die mit gentechfrei deklariert sind neben solchen ohne Auslobung. Enthalten diese nun Gentechnik? Der Konsumentenschutz hat deshalb in der Stellungnahme zur Revision der Verordnungen zum Lebensmittelgesetz verlangt, dass man auf diese täuschende Auslobung verzichtet. Hilfreich für die Konsumenten wäre hingegen eine Kennzeichnung von tierischen Produkten, welche mit Hilfe von gentechnisch-veränderten Futterpflanzen wie Mais oder Soja produziert wurden. Weil dies jedoch als Handelshemmnis aufgefasst würde – sehr viel importiertes Fleisch müsste so gekennzeichnet werden – wird diese Forderung wohl kaum umgesetzt.



Lauritz Mori
Praktikant

Ich stehe in einem bekannten Sandwich-Fastfood Laden und starre beschämt auf die Wand, in der Hoffnung, dass mich niemand erkennt. «Nachhaltigkeit», «Ausbeutung» wirft mir mein Konsumbewusstsein an den Kopf. Da steigt mir der betörende Duft von warmem, industriellem Brot in die Nase. Der innere Trotzkopf erwacht. Ich habe Hunger und in einer halben Stunde eine Verabredung und die Angestellten hier brauchen den Lohn.

Die tamilische Bedienstete in Uniform reisst mich aus meinem inneren Monolog. «Brotart?» fragt sie freundlich. Ich zeige auf eins mit Körnern drauf. Beim Käse wird's komplizierter, Monterey Cheddar oder Melted Cheese? Ich schaue hilflos meine Begleiterin an. Sie schaut ebenso hilflos zurück. «Äh, Cheddar Cheese», stottere ich schliesslich mit einem nervösen Seitenblick auf den Kunden nach mir. Die Dame in Uniform führt erleichtert den automatisierten Ablauf fort. «Olives?», «Onions?», «Peppers?», «Jalapeños?», rattert sie eingübt herunter, während ich versuche, in Sekundenschnelle die beste Entscheidung nach meinem Geschmack zu fällen. Dann die Saucen - «Honey Mustard?», «Chipotle Southwest?», «Caesar?». Ich höre nicht mehr richtig zu und wähle nach Zufallsprinzip irgendetwas.

Halb traumatisiert, halb erleichtert kaue ich auf dem Resultat herum. Es schmeckt genauso wie es aussieht, wild zusammengewürfelt, sauer, knapp bissfest. Ob ich wohl eine gute Wahl getroffen hatte? Vielleicht wäre eine andere Käsesorte, eine andere Sauce besser gewesen?

Vielleicht wäre auch ganz einfach die Wahl eines anderen Ladens besser gewesen.

«Konsum ist kompliziert geworden»



©Konsumentenschutz

Unternehmen und Konsumenten seien gleichermaßen für eine nachhaltige Produktion verantwortlich, findet Konsumentenschutz-Gönnlerin **Anja Weyeneth**.

Im/Für Anja Weyeneth ist es wichtig, dass Lebensmittel und handwerkliche Dienstleistungen aus der Nähe von Liestal kommen, wo sie wohnt und arbeitet. Sie stützt sich dabei auf Labels, wie etwa Naturaplan. Es sei allerdings schwierig, bei den vielen Labels den Überblick zu behalten. Sie vertraut daher auf solche, die schon lange Bestand haben. Bei Kleidern ist die Lage noch schwieriger, da diese grösstenteils im Ausland produziert werden. «Umweltstandards und Arbeitsbedingungen sind dort kaum

«Die Verantwortung tragen nicht die Konsumenten allein».

zu überprüfen», bedauert die Gönnlerin des Konsumentenschutzes. Gerade bei billigen Kleiderlinien fehle die gesellschaftliche Verantwortung. Sie findet es zudem unfair, die ganze Verantwortung auf die Konsumenten abzuwälzen: «Unternehmen und Konsumenten sollten sich gleichermaßen für eine gesunde und nachhaltige Pro-

duktion einsetzen». Wir seien heute aber soweit, dass künstliche Bedürfnisse von den Anbietern geschaffen werden. Das Ziel der Unternehmen ist natürlich Wirtschaftswachstum. Aber Frau Weyeneth sieht ein blosses Wachstum der Geldmenge als wenig sinnvoll. Wachstum, verstanden als Weiterentwicklung, lohnt sich ihrer Meinung nach mehr. Anja Weyeneth bedauert, dass Konsum etwas derart Kompliziertes geworden ist

und das Vertrauen der Konsumenten immer mal wieder missbraucht werde.

Eine «Fachvertretung» wie der Konsumentenschutz sei deshalb absolut notwendig. Frau Weyeneth wünscht sich mehr Bewusstsein und Engagement bei den Unternehmen, aber auch bei den Konsumenten. Gerade junge Menschen sollten mehr entsprechende Bildung erhalten, um deren Wissen in «Konsumkompetenz» zu fördern.

Prämien vergleichen und Krankenkasse wechseln

Gegen einen Prämienanstieg kann man als Einzelperson leider wenig ausrichten. Der Konsumentenschutz unterstützt Sie aber dabei, wenigstens Ihr persönliches Sparpotential bei den Prämien auszuschöpfen.

Im/Wie jeden Herbst hat der Bundesrat die Krankenkassenprämien für das folgende Jahr bekanntgegeben. Jetzt hat man einige Wochen Zeit, um zu entscheiden, ob man zu einer anderen Krankenkasse wechseln will. Dies ist weder eine erfreuliche noch eine simple Angelegenheit – und trotzdem eine der wenigen Möglichkeiten, um steigende persönliche Gesundheitskosten wenigstens ein bisschen abzufedern.

Der Konsumentenschutz stellt verschiedene Informationen und Dienstleistungen zur Verfügung, um Ihnen diese Schritte möglichst leicht zu machen. Diese sind unter www.konsumentenschutz.ch/krankenkasse-wechseln verfügbar.

In einem ersten Schritt können die Krankenkassenprämien mit einem der zahlreichen Online-Prämienrechner verglichen werden. Diese sind jedoch nicht immer neutral aus-

gestaltet. Einige Anbieter verdienen Geld mit Provisionen von Krankenversicherungen, andere zeigen nicht immer alle verfügbaren Angebote an. Das Bundesamt für Gesundheit bietet unter www.priminfo.ch einen neutralen und umfassenden Prämienvergleich an.

Wenn Sie sich entscheiden, zu einer anderen Krankenkasse zu wechseln, müssen Sie sich anmelden und die bisherige rechtzeitig

künden. Am einfachsten geht dies mit den ebenfalls auf unserer Website verfügbaren Musterbriefen. Sie müssen lediglich Ihre persönlichen Angaben einfügen, den Brief ausdrucken, unterschreiben und abschieken. Wichtig: Damit die Kündigung gültig ist, muss sie spätestens am letzten Arbeitstag im November bei der Versicherung eintreffen. Es ist empfehlenswert, die Kündigung mit einem eingeschriebenen Brief zu verschicken.

Vorsicht vor «unabhängigen Beratern»

Der sogenannte Prämienherbst ist auch die Hochsaison der Versicherungsmakler, unerwünschte Telefonanrufe und unseriöse Beratungsangebote sind leider keine Seltenheit. Da es für Versicherungsmakler besonders lukrativ ist, Neukunden für Zusatzversicherungen zu gewinnen, preisen sie oft vor allem diese Angebote an. Neuabschluss, Kündigung oder Wechsel einer Zusatzversicherung sollten jedoch unbedingt gründlich abgeklärt und durchdacht werden. Wichtige Informationen dazu und Empfehlungen zum Umgang mit Versicherungsmaklern finden Sie im Web-Ratgeber des Konsumentenschutzes: www.konsumentenschutz.ch/web-ratgeber

Attraktives & Umweltschonendes von Changemaker

Hochwertige Materialien und Wertbeständigkeit sowie die Beachtung von sozialer und ökologischer Verträglichkeit im Wertschöpfungsprozess zeichnen diese Produkte aus. Zusammen mit Changemaker (www.changemaker.ch) bietet der Konsumentenschutz seinen Gönnerinnen und Förderern folgende Produkte zu besonderen Konditionen an:



Solarlampe «Little Sun»

Diese hochwertige, tragbare Solarlampe ist hervorragend geeignet für Camping, Festivals, am Strand, im Haus, im Garten und auf dem Balkon. Die Kinder lieben die Lampe als Spielzeug oder Nachtlicht.
Fr. 26.– / Nichtgönner Fr. 29.90)



Kaleidoskop «Discover the world»

Da werden Kindheitserinnerungen wach! Das Spiel mit Licht und Spiegeln, die Muster aus der Umgebung formen, fasziniert auch heute noch.
Fr. 13.90 / Nichtgönner Fr. 15.90



Glasflasche «Lebensblume»

Vermeiden Sie Plastikmüll mit der exklusiven Changemaker-Edition der beliebten FILL ME-Bügelverschluss Trinkflasche! Die Flasche ist für kalte und heisse (bis 120 Grad Celsius) Getränke geeignet. Durch das Borosilikat-Glas und die Form der Flasche haben Keime oder Pilze keine Chance.
Fr. 34.90 / Nichtgönner Fr. 39.90



Gymbag «KitePride»

Das Projekt der zwei in Tel Aviv lebenden Schweizer gibt hochwertigen Abfallstoffen eine neue Bedeutung und ausgebeuteten Menschen durch die Mitarbeit im Projekt Würde und Hoffnung. Da für die Beutel alte Kites und Segel benutzt werden, ist jeder ein Unikat und kann vom Design her stark variieren. Material: Baumwolle und Upcycling Kitestoff.
Fr. 44.– / Nichtgönner Fr. 49.90

Versandkosten zusätzlich Fr. 7.90, ab Bestellwert über Fr. 100.– versandkostenfreie Lieferung, Preise inkl. MwSt., **Dauer der Aktion bis 15.01.2020.**

Nachhaltige Geschenkideen aus dem Konsumentenschutz-Sortiment



Bienenwachstuch

Die Alternative zu Haushalts- und Aluminiumfolien. Geeignet als Abdeckung für offene Schüsseln oder zum Frischhalten von Gemüse, Früchten und

Brot. Durch die Wärme der Hände können die Bienenwachstücher fixiert werden. Das Starterset umfasst drei Bienenwachstücher (30 x 30 cm, 25 x 25 cm und 20 x 20 cm), 100% Baumwolle, wiederverwendbar, Reinigung mit kaltem Wasser.

Fr. 23.– / Nichtgönner Fr. 27.–



Guppyfriend Anti-Mikroplastik- Waschbeutel

Der Guppyfriend Waschbeutel ist die erste pragmatische Lösung, die verhindert, dass Mikroplastikfasern in Gewässer gelangen. Die abgebrochenen Fasern lagern sich in den Ecken des Beutels ab und können einfach entfernt und entsorgt werden. Er schützt zudem die Kleidung und verlängert deren Lebensdauer. Material: unbehandeltes Polyamid 6.6. Grösse: 50 x 74 cm.

Fr. 31.– / Nichtgönner Fr. 35.–



Einblick ins Bundeshaus

Liebe Gönnerinnen und Förderer, auch in diesem Quartal laden wir Sie wieder zu unserer traditionellen Bundeshausführung ein. Werfen Sie einen Blick hinter die Kulissen und erfahren Sie mehr über den Parlamentsbetrieb. Verfolgen Sie von der Besuchertribüne eine Debatte im Nationalrat und sofern möglich auch im Ständerat. Anschliessend treffen Sie Nationalrätin und Konsumentenschutz-Präsidentin Prisca Birrer-Heimo zu einem Gespräch. Ein kurzer geführter Rundgang durch das Bundeshaus schliesst den Anlass ab.

Die Bundeshausbesuche finden am 5. und 10. Dezember 2019 vormittags statt. Dieses Angebot gilt nur für die Gönnerinnen und Förderer des Konsumentenschutzes und eine Begleitperson und ist kostenlos. Bitte melden Sie sich mit beiliegender Antwortkarte an.

IMPRESSUM

Herausgeberin:
Stiftung für Konsumentenschutz
Postfach, 3001 Bern

Postkonto: Konsumentenschutz 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: 28'000 Exemplare
Erscheint vierteljährlich

Layout: Sandra Schwab, www.s-at.ch

Druck: Bruhin AG, 8807 Freienbach

Gedruckt in der Schweiz

Vom Gönnerbeitrag 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 den Konsumentenschutz.



Neuer Miniratgeber: «Datenschutz – Privatsphäre im digitalen Alltag»

Informationen über uns, unsere Aktivitäten oder sozialen Kontakte sind ein wertvolles Gut und sollten geschützt sein. Die Datenschutz-Grundeinstellungen sind bei Dienstleistungen und Produkten jedoch auf einem tiefen Standard, persönliche Informationen fließen ungehindert zum Anbieter oder zu Dritten. Wer dies verhindern will, muss den Aufwand auf sich nehmen und dem Datensammeln selbst Grenzen setzen. Welche – leider beschränkten – Möglichkeiten es gibt, zeigt unser neuer Miniratgeber.

Fr. 4.50 / Nichtgönner Fr. 9.50

Ratgeber



«Frühpensionierung planen»
Fr. 34.– / Nichtgönner Fr. 39.–



«Clever mit Geld umgehen»
Fr. 21.– / Nichtgönner Fr. 26.–



«Kinderimpfungen – eine Entscheidungshilfe»
Fr. 24.– / Nichtgönner Fr. 29.–



«Mehr als Filet und Steak»
Fr. 29.– / Nichtgönner Fr. 34.–

Broschüren



«Patientenverfügung»
Fr. 3.– / Nichtgönner Fr. 6.–



«Sterbeverfügung»
Fr. 4.– / Nichtgönner Fr. 8.–

Miniratgeber



«Vorsicht Betrug!»
Fr. 4.50 / Nichtgönner Fr. 9.50

Sicherheits-Set



Zwei Kamera-Abdeckungen
plus zwei Datenschutzhüllen
für Karten mit RFID-Chip
Fr. 10.90 / Nichtgönner Fr. 12.90

Bestellung Produkte: Mit beiliegender Antwortkarte, per Telefon 031 370 24 34 oder unter www.konsumentenschutz.ch/shop (zuzüglich Versandkosten).