

Blickpunkt

**KONSUMENTEN
SCHUTZ**

engagiert. unabhängig.

**Umgehen Sie
unerwünschte Werbeanrufe**

**Greenwashing den
Riegel verschieben**

**Lebensmittel-Labels:
So viel taugen sie**

**Ferien = hohe Telefonkosten?
Unsere Tipps gegen Roaming-Kosten**

Gerät der öV auf die schiefe Bahn?

Unerfreuliches vom öffentlichen Verkehr: Die Ticketpreise sollen massiv ansteigen. Zu spüren bekommen das Reisende in der 2. Klasse und Pendler. Geplant ist zudem ein personalisierter «E-Tarif» mit dynamischen Preisen.



© Matthias Luggen

Die Preise steigen, vor allem für Reisende in der zweiten Klasse.

Auch für den Konsumentenschutz ist klar, dass die Reisenden ihren Teil zur Finanzierung des öV beitragen sollen. Die angekündigte Erhöhung der Preise von durchschnittlich 4,3 % ist jedoch eindeutig zu hoch. Besonders die Pendlerinnen und die GA-Kunden werden es zu spüren bekommen und das zu einem Zeitpunkt, an dem viele bereits stark unter den allgemein gestiegenen Preisen leiden.

1. Klasse entlasten, 2. Klasse belasten?

Unverständlich ist weiter, dass die Preise für die Tickets in der 1. Klasse voraussichtlich deutlich weniger erhöht werden als diejenigen der 2. Klasse. Der Konsumentenschutz hat sich beim Preisüberwacher vehement für eine ausgeglichene Erhöhung eingesetzt. Bei Redaktionsschluss war noch nicht klar, wie die Preiserhöhung ab Ende Jahr ausgestaltet wird.

Bundesrat spart auf Kosten der Pendler

Was die öV-Branche bisher kaum thematisiert hat: Der Anstieg der Ticketpreise wird nicht nur durch die höheren Energiepreise oder die Mehrwertsteuererhöhung verursacht, sondern zu einem grossen Teil durch die Reduktion der Beiträge des Bundes an den

Regionalverkehr. Die Sparvorgaben des Finanzdepartements haben also direkte Auswirkungen auf die Ticketpreise, obwohl dies in der Vergangenheit immer abgestritten wurde.

E-Tarif: Kommen dynamische Ticketpreise?

Die öV-Branche testet darüber hinaus im Moment einen digitalen Tarif, der sich an einer «schwankenden Nutzungsintensität» der Reisenden anpassen soll und nachträglich berechnet wird («Post-Pricing»). Dies bedeutet, dass der Fahrkartenpreis davon abhängt, wie oft man den öV in den Monaten zuvor benutzt hat. Ob solche Tickets überhaupt rechtlich möglich sind, soll abgeklärt werden: Dies verlangt eine Interpellation von Nationalrat Mathias Aebischer. (mwi)

Forderungen des Konsumentenschutzes zum zukünftigen Tarifsystem des öV:

- Der Tarif soll auf dem Prinzip «Gleicher Preis für gleiche Reise» beruhen
- Alle Menschen müssen Zugang zum öV haben
- Der Preis der Fahrkarten muss vorgängig bekannt sein
- Freie Wahl der Zahlungsmittel beim Ticketkauf
- Der Datenschutz ist gewährleistet und anonymes Zugfahren bleibt weiterhin möglich

Gesundheitsdaten

Elektronisches Patientendossier: Schub vorwärts

Eigentlich könnte das elektronische Patientendossier (EPD) unsere Gesundheitsversorgung verbessern und sogar zu tieferen Gesundheitskosten führen. Doch dessen Potential liegt seit Jahren weitgehend brach.

Der Nutzen eines funktionierenden und von allen Beteiligten genutzten EPD ist enorm: Medizinische Fachpersonen und Patientinnen haben Zugriff auf die relevanten medizinischen Unterlagen. Letztere können bestimmen und einsehen, wer darauf zugreifen darf. Das kann unnötige Doppeluntersuchungen verhindern und Kosten einsparen. Das EPD kann auch dazu beitragen, Fehler bei der Medikation zu vermeiden und die Behandlungsqualität zu verbessern.

Geringe Beteiligung

In der Schweiz kommt das EPD jedoch nicht vom Fleck. Die Teilnahme von Arztpraxen ist – ausser bei Neuzulassungen – noch immer freiwillig. Spitäler sind verpflichtet, sich dem

EPD-System anzuschliessen. Laut Aussagen von Patienten mit EPD gibt es aber Spitäler, die es ablehnen, damit zu arbeiten. Solange viele Ärztinnen und Spitäler sich dem EPD verweigern, haben Patienten verständlicherweise kaum Interesse, ein solches einzurichten. Entsprechend klein ist die Nachfrage: Gemäss Angaben vom Bundesamt für Gesundheit (BAG) wurden bisher erst knapp 20'000 Dossiers eröffnet, das ist, gemessen an der Gesamtbevölkerung, verschwindend gering.

Der Bundesrat gab nun zwei Gesetzesanpassungen in die Vernehmlassung, um dem EPD doch noch zum Durchbruch zu verhelfen. Mit der ersten soll die vorübergehende Finanzierung sichergestellt werden. Die zweite sieht

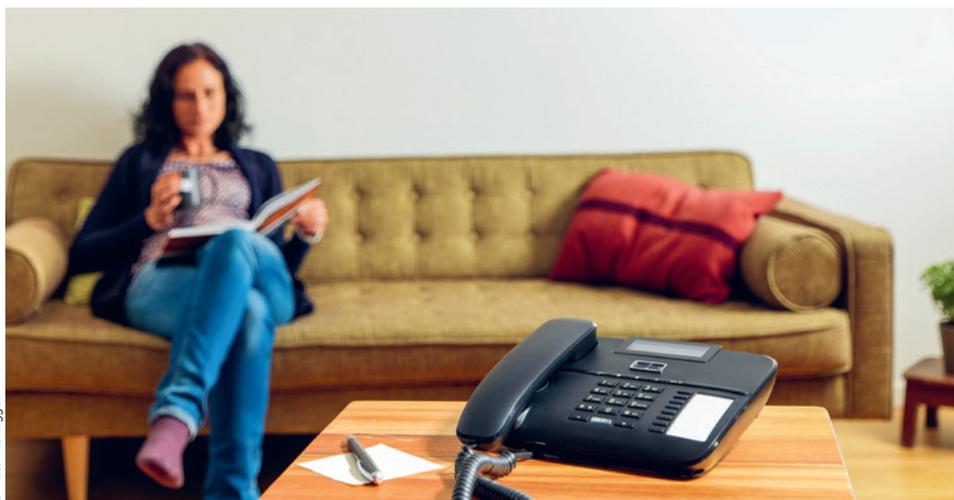
umfassendere Anpassungen vor. Der genaue Inhalt war jedoch bei Redaktionsschluss noch nicht bekannt.

Für EPD mit Mehrwert

Der Konsumentenschutz wird sich für ein funktionierendes EPD einsetzen, das für Patientinnen einen wirklichen Mehrwert bietet: Die Eröffnung eines Dossiers sollte freiwillig, kostenlos und mit vertretbarem Aufwand möglich sein. Die Funktionen des EPD müssen dem medizinischen Alltag gerecht werden und Ärzte sowie Spitäler in der Lage und verpflichtet sein, mit den EPDs ihrer Patientinnen zu arbeiten. Und selbstverständlich erhalten Datenschutz und Datensicherheit oberste Priorität. (im)

So vermeiden Sie unerwünschte Werbeanrufe

Dank Werbeanruf-Filtern ist die Anzahl unerwünschter Werbeanrufe in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen. Der Konsumentenschutz setzt sich dafür ein, dass diese Filter ohne Zutun der Kundinnen und Kunden bei allen Telekomanbietern automatisch aufgeschaltet sind.



© Matthias Luggen

Ruhe vor unerwünschten Anrufen: Ein entsprechender Filter soll automatisch bei den Kundinnen und Kunden aufgeschaltet werden.

Die Belästigung durch unerwünschte Werbeanrufe gehört für viele Konsumentinnen und Konsumenten seit Jahren zu den grössten Ärgernissen. Der Konsumentenschutz konnte dieses Problem in den letzten Jahren erfolgreich entschärfen. Der Rückgang ist vor allem auf den Einsatz von sogenannten Werbeanruf-Filtern zurückzuführen, die seit 2021 jedes Telekomunternehmen anbieten muss. Diese funktionieren ähnlich wie ein E-Mail-Spam-Filter. Unerwünschte Werbeanrufe werden bereits vom Telekomanbieter blockiert und gar nicht mehr zu den Kunden durchgestellt.

Nicht allen ist jedoch bekannt, dass bei Swisscom und Sunrise dieser Filter von den Kundinnen selbst aktiviert werden muss. Bei Salt und Quickline ist er bereits automatisch eingeschaltet (Stand Mai 2023). Der Konsumentenschutz führt derzeit Ge-

spräche mit Swisscom und Sunrise mit dem Ziel, dass die beiden Telekomanbieter den Werbeanruf-Filter ebenfalls automatisch aktivieren.

Der Werbeanruf-Filter ist ein gutes Mittel, wichtig ist allerdings auch die Prävention: Konsumenten sind gut beraten, wenn sie ihre Telefonnummer im Internet nur bekanntgeben, wenn es wirklich nötig ist. Vermeiden sollte man auch Wettbewerbe, diese werden oft lanciert, um Daten für spätere Werbesendungen und Anrufe zu sammeln. Der Konsumentenschutz empfiehlt zudem, den Eintrag im Telefonbuch löschen zu lassen. Die Erfahrung zeigt, dass sich damit unerwünschte Werbeanrufe reduzieren lassen. Weitere Tipps gegen unerwünschte Werbeanrufe finden Sie unter www.konsumentenschutz.ch/werbeanrufe (ab)

Vorsicht vor Telefonbetrug

In letzter Zeit gibt es in der Schweiz wieder vermehrt betrügerische Telefonanrufe. Ziel der Betrügerinnen ist meistens die Übergabe von Geld oder Wertsachen. Sie gaukeln den Opfern zum Beispiel vor, ihre Tochter oder ihr Sohn brauche aufgrund eines Notfalls dringend Bargeld, um einen Spitalaufenthalt oder eine Kautions zu bezahlen. Andere Betrugsmaschinen sind der «Enkeltrick», die Betrüger geben sich als nahe Verwandte aus, oder die «falsche Polizistin», die Geld- und Wertsachen in Sicherheit bringen soll. Weitere Informationen unter www.konsumentenschutz.ch/telefonbetrug



Liebe Gönnerin, lieber Leser

Mittlerweile ist ein grüner Anstrich für Produkte und Dienstleistungen für jeden Anbieter ein Muss. Doch oft sind es falsche oder sehr fragwürdige ökologische Werbeversprechen. Leider sind diese (noch) erlaubt, denn aus dem grünen Vokabular ist nur der Begriff «biologisch» geschützt. Daher können Marketingabteilungen grenzenlos phantasieren und mit Begriffen wie «nachhaltig», «klimaneutral» oder sogar «klimapositiv» jonglieren, wie sie wollen.

Verlässliche Information sieht anders aus: Wir setzen uns für klare Regeln ein, damit sich Konsumentinnen und Konsumenten im ohnehin unübersichtlichen Marketingdschungel auf grüne Aussagen verlassen können.

Zudem fordern wir eine Nachhaltigkeitskennzeichnung, die auf wissenschaftlichen Grundlagen beruht. Solche Kennzeichnungen gibt es bereits auf dem Markt. Wie immer jammert die Industrie, dass dies die Produkte verteuern wird. In der Schweiz und in den Nachbarländern werden Lebensmittel bereits ausgezeichnet und es wird deutlich, dass korrekte Informationen die Preise nicht steigen lassen.

Bis wir das Ziel einer korrekten Auszeichnung für ökologisch verantwortlich produzierte Produkte erreicht haben, steht uns noch viel Arbeit bevor. Das meiste wird im Hintergrund passieren – unbemerkt von der Öffentlichkeit. Dafür sind wir auf Ihre Mitwirkung angewiesen: Mit Ihrer finanziellen Unterstützung ermöglichen Sie, dass wir uns unabhängig für faire Regeln einsetzen können. Dafür danke ich Ihnen herzlich!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'S. Stalder'.

Sara Stalder, Geschäftsführerin
s.stalder@konsumentenschutz.ch

Kurz notiert

Nutri-Score: Anpassung der Berechnung

Bei Getränken wird der Nutri-Score angepasst. Ab 2024 werden alle trinkbaren Lebensmittel als Getränke bewertet. Denn Milch und Milchgetränke werden zur Zeit noch als Lebensmittel eingestuft. Das führt zu einem allzu guten Score. Getränke, welche künstliche Süsstoffe und damit weniger Zucker enthalten, werden ebenfalls herabgestuft. Wasser bleibt das einzige Getränk, das den grünen, also besten Score tragen darf. Der Nutri-Score zeigt mit Hilfe einer farbigen Skala von A (= grün) bis E (= rot) die Nährwerte eines verarbeiteten Lebensmittels an.

«Was hab' ich?»

Für den Behandlungserfolg ist die Kommunikation zwischen Ärztin und Patient entscheidend. Medizinische Befunde, Operations- und Laborberichte sind jedoch meist in einer für Laien unverständlichen Fachsprache verfasst. Bei «Was hab' ich?» engagieren sich hunderte medizinische Fachpersonen ehrenamtlich und übersetzen diese Befunde kostenlos in eine verständliche Sprache. Weitere Informationen auf www.washabich.ch

Zu viel Zucker

Die Schweiz isst zu viel Zucker. Das schadet der Gesundheit und führt zu Übergewicht. Darunter leiden in der Schweiz bereits 15 % der Kinder und Jugendlichen. Die Allianz Ernährung und Gesundheit und mit ihr der Konsumentenschutz fordern konkrete Massnahmen: Der Verzehr von Zucker muss eingedämmt werden. Unter anderem fordert die Allianz und der Konsumentenschutz eine Zuckersteuer auf Süssgetränke.

Reparaturmonat Oktober

Im Oktober führt der Konsumentenschutz zusammen mit den 208 Repair Cafés der Schweiz einen Reparaturmonat durch. Der Stand der erfolgreichen Reparaturen wird dabei auf der neuen Website www.repair-cafe.ch gezeigt, die am Internationalen Reparaturtag (21. Oktober) lanciert wird. Auf Social Media können sich Besucherinnen und Besucher mit ihrem reparierten Lieblingsstück ablichten lassen. Während des Monats soll auf die Reparatur als Mittel zu kostengünstigem und nachhaltigem Konsum aufmerksam gemacht werden.

Gewährleistungsrecht

Garantiert für bessere Konsumentenrechte

Jahr für Jahr führen Probleme mit Garantieleistungen und Lieferverzögerungen die sogenannte «Ärgerliste» der Allianz der Konsumentenschutzorganisationen an. Das Gewährleistungsrecht – umgangssprachlich Garantie genannt – muss konsumenten- und umweltfreundlicher werden.



© Matthias Luggen

Wurde das Produkt unterwegs beschädigt? Noch liegt es am Empfänger, dies zu beweisen.

In der EU sind Konsumentinnen und Konsumenten in Bezug auf Gewährleistungsrechte besser geschützt als in der Schweiz. Ein Bericht des Bundes zur Situation zeigt: Das Gewährleistungsrecht der Schweiz muss modernisiert werden.

Die geltenden Regelungen stammen aus einer Zeit vor der Digitalisierung und sind nicht mehr zeitgemäss. Grosse Hindernisse bestehen im Konsumentenschutz: Käuferinnen und Käufer können ihre Rechte im Streitfall de facto kaum durchsetzen. Das muss sich ändern. Mit einer Modernisierung soll das Gewährleistungsrecht nicht nur konsumentenfreundlicher werden, sondern gleichzeitig die längere Lebensdauer von Gegenständen fördern und dazu beitragen, die Verschwendung von Ressourcen einzuschränken.

An folgendem Beispiel legen wir zwei von vielen Änderungen dar, für die sich der Konsumentenschutz im Rahmen der Modernisierung des Gewährleistungsrechts einsetzt: Bruno Meier bestellt eine Lampe im Internet. Nach der Lieferung stellt Herr Meier fest, dass diese einen Wackelkontakt hat und nicht richtig funktioniert.

Schwachpunkt 1: Da Herr Meier sehr viel um die Ohren hat, kommt er erst zwei Wochen später dazu, den Mangel der Verkäuferin zu melden. Nach geltendem Recht muss ein solcher Mangel unverzüglich gemeldet werden. Bruno Meier hat seine Gewährleistungsrechte deshalb verwirkt.

→ Die Frist ist viel zu kurz angesetzt. Der Konsumentenschutz fordert eine Frist von 60 Tagen zur Meldung von Mängeln.

Schwachpunkt 2: Meldet Bruno Meier den Mangel umgehend, kann die Verkäuferin behaupten, das Produkt sei ihm einwandfrei geliefert worden und der Mangel deshalb selbstverschuldet. Bruno Meier muss nach geltendem Recht beweisen, dass der Mangel bereits bestand und nicht selbstverschuldet ist. Ein solcher Beweis ist schwer zu erbringen und mit Kosten verbunden, die oft den Wert der bestellten Ware übersteigen.

→ Der Konsumentenschutz fordert die Beweislastumkehr für mindestens 1 Jahr ab Erhalt der Waren. Das würde bedeuten, dass während dieser Frist die Verkäuferin beweisen muss, dass die Waren beim Kauf mängelfrei waren. (dm)

Salt, Sunrise und Swisscom wälzen Teuerung ab

Zu Unrecht! Der Konsumentenschutz erachtet die «Teuerungsklauseln» der drei grossen Telekomanbieter als missbräuchlich. Wenn der Anbieter die Preise Ihres Abos aufgrund der Teuerung erhöhen kann, ohne dass Sie ein Kündigungsrecht haben und ohne die Pflicht der Anbieter, die Preise bei Sinken des Landesindex für Konsumentenpreise (LIK) auch nach unten anzupassen, entsteht ein klares Missverhältnis. Diese Klauseln müssen bekämpft werden. Wenn Sie auch dieser Meinung sind, nehmen Sie sich kurz Zeit und tragen Sie sich auf <https://findmind.ch/c/teuerungsklausel> über das Meldeformular auf unserer Website ein.



Sommerferien: So vermeiden Sie im Ausland hohe Roaming-Kosten

Seit 2021 können die Konsumentinnen und Konsumenten bei der Handynutzung im Ausland eine individuelle Kostenlimite festlegen. Damit können Sie sich vor hohen Roaming-Rechnungen schützen. Der Konsumentenschutz zeigt auf, wie dies geht und gibt weitere Tipps, um die Roaming-Kosten tief zu halten.

Dank dem Konsumentenschutz ist die Gefahr für hohe Handy-Rechnungen nach Auslandsaufenthalten mittlerweile deutlich kleiner geworden. Seit rund zwei Jahren sind Roaming-Kostenobergrenzen gesetzlich vorgeschrieben. Wenn ein bestimmter Betrag erreicht ist, wird die Handynutzung im Ausland unterbrochen und die Konsumenten damit vor weiteren Kosten geschützt.

Jeder Telekom-Anbieter ist verpflichtet, eine Kostenlimite festzulegen. Bei Swisscom zum Beispiel beträgt diese Fr. 200.– bei Abo-Kunden, bei Sunrise lediglich Fr. 50.–. Alle Kundinnen können diese voreingestellte Limite jederzeit ändern (siehe dazu www.konsumentenschutz.ch/roaming). Insbesondere Salt-Kunden sollten dies tun. Die voreingestellte Limite beträgt bei diesem Anbieter satte Fr. 500.– (Stand

Juni 2023), zudem verrechnet Salt völlig überteuerte Tarife, sobald das im Abo enthaltene Guthaben oder ein Datenpaket aufgebraucht sind.

Teurere Abos haben oft ein gewisses Datenvolumen im Ausland inklusive. Bevor dieses aufgebraucht ist, entstehen keine Zusatzkosten. Um den Datenverbrauch im Ausland zu reduzieren, nutzen Sie wenn möglich den Gratiszugang über drahtloses Internet (WLAN), zum Beispiel im Hotel. Filme/Videos sind besonders datenintensiv. Nutzen Sie dazu, wenn immer möglich, das WLAN. Gratis-WLAN eignet sich auch für einen Anruf, wobei dieser nicht über die «normale» Anruhfunktion erfolgen darf, sondern über das Internet, zum Beispiel via Whatsapp, Skype, Threema, etc. Das Handy kann auch im Ausland einen Stadtplan, eine Strassenkarte oder ein

Navigationsgerät ersetzen. Mittlerweile gibt es Programme, die auch ohne Internetverbindung funktionieren. Installieren Sie eines davon und laden Sie die gewünschten Karten vor der Abreise oder vor Ort über WLAN herunter. (ab)

5 Tipps um Roaming-Kosten tief zu halten

- Tiefe Kostenlimite festlegen, siehe www.konsumentenschutz.ch/roaming
- WLAN statt Mobilfunknetz benutzen
- Auch Anrufe über WLAN/Internet tätigen, etwa mit Threema, Whatsapp, Skype, etc.
- Anrufbeantworter (Sprachmailbox) im Ausland deaktivieren
- Bei intensiver Nutzung: SIM-Karte oder E-SIM eines Anbieters des Reiselandes kaufen



Jetzt reicht's: Greenwashing muss

Ob Skifahren, Handyabos oder sogar Heizöl: Klimaneutral kann heute fast alles sein. Gegen dieses «Greenwashing» geht der Konsumentenschutz vor und reicht gegen acht Werbeaussagen Beschwerden ein. Für den Konsumentenschutz ist klar: Das Staatssekretariat für Wirtschaft, SECO, muss handeln.

Bei dieser unverfrorenen Werbeaussage staunen sogar Klimaschutz-Laien: «Kübler Heizöl ist klimaneutral». Die Auftraggeberin dieser Werbung will wohl die Konsumentinnen maximal für dumm verkaufen, denn Heizöl ist so ziemlich das krasseste Gegenteil von «klimaneutral». Die Klimaneutralität kann nur durch Kompensation erreicht werden, also durch Projekte an einem anderen Ort, die CO₂-Emissionen verhindern. Das Unternehmen selbst unternimmt nichts, sondern zahlt, damit andere für sie kompensieren. Mit anderen Worten: Klimaschutz wird zur Aufgabe der Anderen.

Umstrittene Kompensationen

Kompensiert wird vorzugsweise im Ausland, meistens in günstig produzierenden Entwicklungsländern, oftmals zum Beispiel durch Aufforstung des Regenwaldes. Gerade Waldprojekte sind jedoch umstritten: So

kommen verschiedene wissenschaftliche Studien zum Schluss, dass Wiederaufforstungen wenig an der CO₂-Konzentration der Atmosphäre verändern. Darüber hinaus dauert es jahrelang, bis die CO₂-Emissionen einer Ölheizung in der Biomasse tatsächlich gebunden sind. Aus Sicht des Konsumentenschutzes werden mit diesen Werbeaussagen die Konsumenten in die Irre geführt.

Beschwerden eingereicht

Eigentlich sollten die Konsumentinnen und Konsumenten vor unlauteren Geschäftspraktiken geschützt sein. Doch das bestehende Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) weist grosse Lücken auf (siehe Kasten rechts). Immerhin lässt es der Öffentlichkeit die Möglichkeit, gegen mutmasslich unlauteren Wettbewerb vorzugehen. Ob auch CO₂-Kompensationen unter das Gesetz fallen, ist völlig offen.

Aus diesem Grund hat der Konsumentenschutz Beschwerden gegen acht Werbekampagnen von unterschiedlichen Unternehmen eingereicht (siehe Kasten).

Reduktion nachweisen

Die lange Liste der Beschwerden macht aber bereits klar, dass solche Grünfärberei nicht weitergehen kann. Die EU macht im Gegensatz zur Schweiz vorwärts und schlägt Kriterien gegen irreführende Umweltaussagen vor. In Zukunft sollen diese unabhängig überprüft und anhand wissenschaftlicher Erkenntnisse belegt werden. Der Konsumentenschutz hofft, dass das SECO nun dank den Beschwerden ebenso in diese Richtung arbeitet und konkrete Richtlinien erstellt, wann grüne Werbeversprechen irreführend sind. Denn es hilft weder den Konsumentinnen noch dem Klima, wenn sich alle als «klimaneutral» bezeichnen. (mwi)

Die Beschwerden des Konsumentenschutzes richten sich gegen die Werbeaussagen von folgenden acht Unternehmen:

Unternehmen	Branche	Claim
Agent Selly	Immobilienbewertung	AgentSelly ist zum zweiten Mal in Folge klimaneutrales Unternehmen
Avis	Autovermietung	Klimaneutrale Autovermietung
Eilteflights	Tourismus	Mit uns fliegen Sie 100% klimaneutral. Einziges klimaneutrales Flugreise-Unternehmen in der Schweiz.
Hipp	Lebensmittel	Unsere Gläschen sind klimapositiv.
Kübler	Energie	Heizöl ist klimaneutral; klimaneutral heizen
Swisscom	Telekom	Alle bei Swisscom gekauften Abos sind klimaneutral.
Valser	Lebensmittel	Klimaneutral von der Quelle bis zu dir
Zoo Zürich	Freizeit	Der Zoo Zürich ist klimaneutral

konsequent verhindert werden

Schluss mit unlauteren Praktiken

Falsche Werbeversprechen, ungültige Tickets, missbräuchliche AGB-Klauseln: Eigentlich sollten die Konsumentinnen und Konsumenten vor unlauteren Geschäftspraktiken geschützt sein. Doch das bestehende Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb weist grosse Lücken auf. Der Konsumentenschutz fordert Verbesserungen.

Der Konsumentenschutz hat im Dezember 2022 beim SECO eine Beschwerde wegen Greenwashing eingereicht. Anlass dazu war eine Werbung auf der Website der Oberengadiner Bergbahnen für «CO₂-neutrales» Skifahren. Dank einer Vielzahl von Beschwerden hat das SECO eine Abmahnung an die Oberengadiner Bergbahnen geschickt. Diese haben daraufhin ihre Website angepasst und sprechen nun von einem «Beitrag zur Reduktion der CO₂-Emissionen beim Skifahren».

Nach dem geltenden UWG kann das SECO erst tätig werden, wenn eine bestimmte Anzahl Beschwerden vorliegt. Dies gilt selbst dann, wenn es offensichtlich unlautere Geschäftspraktiken feststellt. Auch die Konsumentenschutz-Organisationen können diese Lücke nicht füllen. Für sie sind UWG-Klageverfahren mit einem sehr grossen Prozessrisiko verbunden. Selbst im Erfolgsfall bedeutet ein solches Verfahren hohe finanzielle Auslagen, welche die Möglichkeiten der Non-Profit-Organisationen übersteigen.

Der Konsumentenschutz setzt sich für eine Gesetzesänderung ein. Eine solche ist notwendig, damit die Konsumentinnen und Konsumenten wirksam vor unlauteren Geschäftspraktiken geschützt werden können. Melden Sie uns unlautere Geschäftspraktiken über unser praktisches Online-Meldeformular. (dm)

Melden Sie hier
unlautere
Geschäftspraktiken



Heizöl ist klimaneutral



News » Klimaneutraler Helikopterflug

KLIMANEUTRALER HELIKOPTERFLUG

Mit uns fliegen Sie 100% klimaneutral.



Klimaneutraler Helikopterflug: Wer das behauptet, muss schon ziemlich abgehoben von der Realität sein. Und wie können verarbeitete und verpackte Produkte klimapositiv sein?



Alex von Hettlingen
Leiter Kommunikation & Landwirtschaft

Seit 1998 bin ich Mobilfunk-Kunde bei Sunrise, es war das Gründungsjahr der Firma. Zwischen meinem damaligen Nokia-«Mocken» und dem Smartphone, das heute in meinem Hosensack steckt, liegen ein Vierteljahrhundert meines Lebens und ein technologischer Quantensprung. Konsumentenschützer hin oder her, ich muss gestehen: Wenn die Sunrise-Konkurrenz Mist baute, fühlte ich heimliche Schadenfreude, doch bei «meinem» Anbieter drückte ich gern mal ein Auge zu – oder auch zwei.

Dann, im März, erhielt ich eine SMS von Sunrise mit der Aufforderung, die Umstellung meines Abos auf E-SIM zu bestätigen – im nächsten Moment hatte mein Telefon kein Netz mehr. Mir war sofort klar, dass jemand in meinem Account Unfug treibt. Nachdem ich fast eine Stunde lang in der Warteschlange verbracht hatte, sperrte der Kundendienst meine SIM-Karte. Doch sobald mein Handy wieder Empfang hatte, stellte eine Info-SMS klar: ein Hacker hatte sich auf meine Rechnung für mehrere Hundert Franken Coins – eine digitale Währung – für sein Game heruntergeladen.

Den nun folgenden Diskussionsmarathon per Telefon und Chat erspare ich Ihnen. Er kostete mich inklusive Wartezeiten ungefähr einen Tag. Schliesslich verfasste ich eine Beschwerde, druckte sie aus, suchte nach der Postadresse von Sunrise, adressierte ein Couvert und brachte den Brief zum Einschreiben auf die Post – wie früher. Sunrise schrieb mir den Betrag schliesslich tatsächlich gut – allerdings «ausschliesslich aus Kulanz». Jetzt weiss ich, dass auch mein Anbieter nicht kundenfreundlicher ist als andere. Und dass ich grössere Chancen auf Erfolg habe, wenn ich schriftlich per Post reklamiere. Meine Abo-Kündigung wird deshalb auch per eingeschriebenen Brief verschickt. Falls ich denn einmal Zeit dafür finde...

Labels auf dem Prüfstand

Welche Lebensmittel-Labels sind empfehlenswert und glaubwürdig? Auf der neu gestalteten Website www.labelinfo.ch ist seit Juni 2023 eine neue Bewertung von 41 Labels aufgeschaltet. Die Bewertung der Stiftung Praktischer Umweltschutz (Pusch) wird auch vom Konsumentenschutz unterstützt.



Zusätzlich zum Naturaplan-, Bio Knospe-, Demeter- und Max Havelaar-Label steht noch zweimal «Bio» auf der Packung. Es ist nicht immer einfach, den Durchblick zu behalten.

Lebensmittel-Labels sind eine praktische Einkaufshilfe für Konsumentinnen und Konsumenten. Der Wunsch nach nachhaltigen Produkten und umweltfreundlichem Konsum haben jedoch dazu geführt, dass allzu viele Labels und Kennzeichen auf den Produkten zu finden sind. Oftmals ist nicht mehr klar, ob es sich um ein Label oder nur eine Marke handelt, ob ein Mehrwert dahintersteckt oder ob es vor allem Marketing ist.

Aufwendige Bewertung

Alle paar Jahre nimmt der Konsumentenschutz deshalb zusammen mit weiteren Organisationen die bekanntesten Lebensmittel-Labels unter die Lupe. Seit einem Monat ist auf www.labelinfo.ch eine neue Bewertung aufgeschaltet. 41 Lebensmittel-Labels wurden geprüft, ob sie ihre Versprechungen halten, glaubwürdig und somit empfehlenswert sind.

Geprüft werden die Labels auf ihre Umweltfreundlichkeit, Sozialverträglichkeit oder – bei etlichen Lebensmittel-Labels – auf ihren Fokus auf das Tierwohl. Wesentlich für ein Label ist zudem die Glaubwürdigkeit. Die Bewertung der unterschiedlichen Richtlinien und der Vergleich ist äusserst aufwendig. Für die vier Dimensionen wurde ein Bewertungsraster von 287 Indikatoren er-

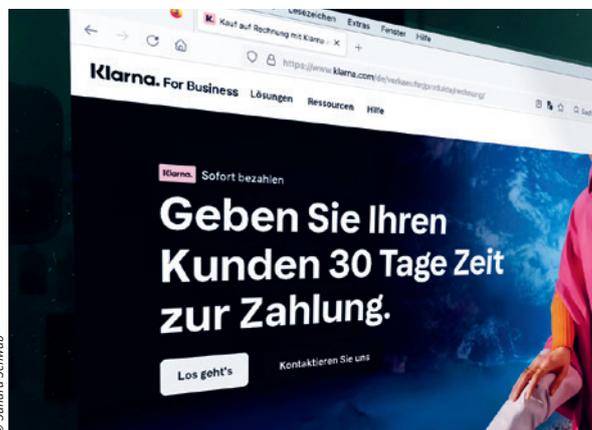
stellt. Die Grundlagen für die Bewertung wurden vom Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen (IUNR) in Zürich angepasst. Die Methodik stützt sich auf internationale Label-Daten, so dass die Bewertungen in Zukunft einfacher und regelmässig aktualisiert werden können.

Weitere Produktgruppen folgen

Die neue Bewertung wurde unter der Leitung der Pusch durchgeführt. Seit 2001 betreibt sie die Informationsstelle für Umwelt- und Sozial-Labels Labelinfo.ch. Massgeblich daran beteiligt war auch die bereits erwähnte IUNR sowie mehrere (Bundes-)Ämter und Non-Profit-Organisationen wie der Konsumentenschutz. Vertrauenswürdige, starke Labels sind ein gutes Hilfsmittel, um das Konsumsystem nachhaltiger zu gestalten. Die Bewertung der Labels trägt dazu bei, dass Bemühungen um hohe soziale, ethische und ökologische Anforderungen auf den Produkten sichtbar werden. In den nächsten Jahren sollen auch Labels für Textilien, elektronische Geräte oder Wasch-/Reinigungsmittel bewertet werden. Ein regelmässiger Besuch der Website www.labelinfo.ch lohnt sich also, besonders wenn man Fragen zu Lebensmittel-Labels hat. (jw)

Vorsicht beim Kauf auf Rechnung

In vielen Online-Shops wird der «Kauf auf Rechnung» als Zahlungsart angeboten. Dies ist für Konsumentinnen und Konsumenten grundsätzlich vorteilhaft, da sie erst bezahlen müssen, wenn die Ware geliefert wurde. Vorsicht ist jedoch geboten, wenn die Rechnungsstellung nicht durch das verkaufende Unternehmen erfolgt.



Vorsicht beim Kauf auf Rechnung, wenn ein drittes Unternehmen für das Inkasso zuständig ist.

«Buy now, pay later» (Abkürzung BNPL) bedeutet «Jetzt kaufen, später bezahlen» und ist im Trend. Immer mehr Unternehmen bieten die Zahlungsart «Kauf auf Rechnung» an, lagern aber dabei die Rechnungsstellung und damit auch das Inkassorisiko an ein anderes Unternehmen aus. Bei diesen Unternehmen handelt es sich um sogenannte Zahlungsabwickler z.B. Klarna, MF Group

AG, CembraPay, dem Zusammenschluss von Swissbilling und Byjuno und anderen mehr.

Sie erhalten also das Produkt vom verkaufenden Unternehmen und die Rechnung vom Zahlungsabwickler. Dabei entsteht ein Dreiecksverhältnis, das Schwierigkeiten mit sich bringen kann. Statt einen Ansprechpartner haben Sie nämlich plötzlich zwei. Oft funktioniert die Kommunikation zwischen den beiden Beteiligten mangelhaft, was für Sie zum Problem werden und zu Mehraufwand

sowie Mehrkosten führen kann. Dies ist besonders dann der Fall, wenn Mängel bestehen oder die Lieferung nicht ankommt.

Ein verbreiteter Trick der Zahlungsabwickler ist es, Ihnen mit der Rechnung die Zahlung in Raten anzubieten und Ihnen gleich mehrere Einzahlungsscheine mit vorgedruckten Teilbeträgen zukommen zu lassen. Rechnen

Sie die Beträge zusammen, werden Sie ziemlich sicher feststellen, dass zusätzliche Gebühren hinzugekommen sind. Wenn Sie eine Rate bezahlen, darf der Zahlungsabwickler davon ausgehen, dass Sie mit den Ratenzahlungen einverstanden sind. Er wird Ihnen jedoch höchstwahrscheinlich keine weiteren Teilrechnungen zuschicken, Sie müssen selbst an die Raten denken. Gehen diese vergessen, werden Mahngebühren verrechnet.

Überlegen Sie es sich gut, ob Sie sich auf ein solches Dreiecksverhältnis einlassen oder lieber bei einem Anbieter bestellen, der die Rechnung selbst und zusammen mit der Ware verschickt. (dm)

Insgesamt ist Vorsicht geboten beim «Kauf auf Rechnung». Er kann sich als Schuldenfalle herausstellen.

Für mehr Informationen besuchen Sie unsere Website.



Partnervermittlung

Regeln gelten auch für Partnervermittlungen

Die meisten Single- und Kontaktbörsen sind kostenlos, die Suche nach dem passenden Menschen ist aber zeitintensiv. Eine Online-Partnervermittlung übernimmt diese Suche. Doch Achtung, diese kosten teilweise viel Geld und halten sich oft nicht an die gesetzlichen Vorgaben.

Im Gegensatz zu den Single- und Kontaktbörsen stellen die Online-Partnervermittlungen nicht nur die Plattform zur Verfügung, sondern erbringen zusätzliche Leistungen. Sie erhalten in der Regel nach der Anmeldung eine lange Liste mit Fragen zu Ihrer Persönlichkeit. Mit Ihren Antworten erstellt die Partnervermittlung ein Persönlichkeitsprofil. Gestützt auf Ihr Profil, sucht sie nach potentiell passenden Partnerinnen und Partnern im System und macht Ihnen Vorschläge. Das Obligationenrecht (OR) beinhaltet Spezialregelungen, an die sich Partnerver-

mittlungen zu halten haben. Zum Beispiel müssen solche Verträge zwingend schriftlich abgeschlossen werden. Zudem steht den Partnersuchenden ein Widerrufsrecht von 14 Tagen und ein jederzeitiges Kündigungsrecht zu. Leider halten sich die Online-Partnervermittlungen nicht an diese Regeln. Sie gewähren kein Widerrufsrecht und in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) sind lange Kündigungsfristen und automatische Vertragsverlängerungen versteckt. Die Online-Partnervermittlungen sehen das anders und behaupten, die Spezial-

regelungen seien auf sie nicht anwendbar. Eine gerichtliche Beurteilung dazu fürchten sie jedoch so sehr, dass sie eine solche seit Jahren mit allen Mitteln verhindern. (dm)

Haben Sie Differenzen mit einer Online-Partnervermittlung?

Melden Sie uns Ihren Fall mit diesem Meldeformular (QR-Code), lesen Sie unsere Online-Ratgeberbeiträge dazu und nutzen Sie unsere Musterbriefe.



Pflege zu Hause – wer kommt für die Kosten auf?

Ein zunehmender Verlust der Selbständigkeit ist für ältere Personen und ihre Angehörigen eine grosse Herausforderung. Viele möchten den Schritt in ein Altersheim hinauszögern und organisieren eine häusliche Pflege. Dabei müssen auch die Finanzierung der Pflege und die Entlohnung betreuender Angehöriger beachtet werden. Der neue Kompakt-Ratgeber «Alter und Pflege zu Hause» verschafft Übersicht und Orientierung.



© iStock

Wenn Angehörige zu Hause gepflegt werden, stellen sich Fragen bezüglich Finanzierung und Entlohnung.

Wer bezahlt die Pflege zu Hause?

Grundsätzlich werden die ärztlich verschriebenen, von Fachpersonen ausgeführten Pflegeleistungen von den Krankenversicherungen und der öffentlichen Hand gedeckt. Für

Betreuungsleistungen wie Fahrdienste oder das Erledigen von Einkäufen, also unterstützende Hilfestellungen im Alltag, gibt es dagegen kaum Regelungen. Sofern keine Zusatzversicherung dafür aufkommt, werden diese Leistungen von der gepflegten Person selbst finanziert. Reichen die eigenen finanziellen Mittel dafür nicht aus, besteht ein Anspruch auf Ergänzungsleistungen (EL) und/oder Hilflosenentschädigung. Einige Kantone und Gemeinden bezahlen für die Pflege von Angehörigen direkte Beiträge.

Wer kommt für Lohneinbussen auf?

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, damit betreuende Angehörige nicht in einen finanziellen Engpass geraten oder Einbussen bei der Rente in Kauf nehmen müssen. Die Entlohnung kann über einen Arbeitsvertrag geregelt werden. Es gibt auch die Möglichkeit, sich von einer Spitex-Organisation anstellen zu lassen. Dies erfordert in den meisten Fällen den Besuch eines Pflegehilfekurses. Danach ist der administrative

Aufwand jedoch gering. Die Spitex-Organisation übernimmt die Abrechnung der Leistungen mit der Krankenkasse und bezahlt einen festgelegten Stundenlohn. In diesem Modell können allerdings nur ärztlich verordnete Pflegeleistungen abgerechnet werden, Betreuungsaufgaben werden nicht entlohnt. Um Rentenausfälle zu kompensieren, kann man sich bei der AHV sogenannte Betreuungsgutschriften anrechnen lassen. Diese sind kein direkter Lohn, führen aber später zu einer höheren Rente. (mwa)

Kompakt-Ratgeber «Alter und Pflege zu Hause»

Die wichtigsten Informationen zu Pflegemöglichkeiten zu Hause und deren Finanzierung finden Sie im neuen Kompakt-Ratgeber «Alter und Pflege zu Hause». Zu beziehen mit beigelegter Antwortkarte oder auf www.konsumentenschutz.ch/shop

Kinderimpfungen

Entscheidungshilfe beim Impfen

Der Konsumentenschutz bietet seit Jahren jungen Eltern die Broschüre «Kinderimpfungen – eine Entscheidungshilfe» an. Der schweizerische Impfplan wurde auf Anfang 2023 vom Bundesamt für Gesundheit (BAG) angepasst.

Die vom Konsumentenschutz herausgegebene Broschüre «Kinderimpfungen – eine Entscheidungshilfe» enthält, neben vielen Fakten und Meinungen verschiedener Akteure aus dem Gesundheitswesen, auch den Impfplan des BAG. Neu empfiehlt das BAG eine Impfung gegen Varizellen (Windpocken/Spitze Blattern) im Säuglingsalter und für Risikogruppen eine ergänzende Impfung gegen Meningokokken der Serogruppe B.

Bis anhin empfahl das BAG eine Impfung gegen Varizellen erst im Alter von 11 – 14 Jahren, wenn bis zu diesem Zeitpunkt keine Ansteckung erfolgte. Neue Studien zur

Wirksamkeit einer frühen Impfung zeigen, dass diese zu einem besseren Schutz vor einer Reaktivierung der Varizellen-Infektion im Erwachsenenalter führt. Diese kann eine Gürtelrose (Herpes zoster) auslösen, bei der weitere Komplikationen möglich sind. Das BAG gewichtet diesen Schutz höher als mögliche Nachteile. Es empfiehlt darum die Impfung mit einem Vierfach-Impfstoff, der auch Impfstoffe gegen Mumps, Masern und Röteln beinhaltet. Weiterführende Informationen zu dieser Impfung und die Einschätzungen anderer Akteure finden Sie in der Broschüre «Kinderimpfungen – eine Entscheidungshilfe».

Die Empfehlung für eine ergänzende Impfung

gegen Meningokokken der Serogruppe B erlässt das BAG aufgrund der Zulassung eines neuen Impfstoffes. (mwa)

Der neue Impfplan und Erläuterungen dazu sind in der Konsumentenschutz-Broschüre mit einem Einlageblatt beigelegt. Wer bereits im Besitz der Broschüre ist, kann sich die Aktualisierung per QR-Code herunterladen oder per E-Mail an info@konsumentenschutz.ch kostenlos eine gedruckte Version bestellen.



Besichtigung der SBB Betriebszentrale Mitte in Olten

Über 10'000 Züge verkehren täglich auf dem Schienennetz der SBB. Erleben Sie bei einem Rundgang in der Betriebszentrale in Olten, wie der Verkehr koordiniert sowie für die Einhaltung des Fahrplans und die Kundeninformation gesorgt wird.

Programm:

- Kurzpräsentation Betriebszentrale
- Rundgang durch die Betriebszentrale
- Demonstrations-Arbeitsplatz Zugverkehrsleiterin
- Einblick in den Kommandoraum durch das Panoramafenster
- Abschluss mit einem kleinen Apéro im SBB Personalrestaurant «Pendolino»

Daten: Dienstag, 5. September 2023, Führung 14.00 – 15.30 Uhr, Apéro bis 16.15 Uhr
Donnerstag, 7. September 2023, Führung 14.00 – 15.30 Uhr, Apéro bis 16.15 Uhr

Unkostenbeitrag: Fr. 30.– pro Person

Exklusiv für Förderinnen und Förderer

Bundeshaus-Abendführung mit Nadine Masshardt



© Matthias Luggen

Mit einem Jahresbeitrag von 120 Franken unterstützen Sie als Förderin oder Förderer den Konsumentenschutz besonders grosszügig. Als Dank laden wir Sie und eine Begleitperson zu einem exklusiven Anlass im Bundeshaus ein. Nationalrätin und Konsumentenschutz-Präsidentin Nadine Masshardt nimmt Sie persönlich mit auf eine Führung durch das Bundeshaus. Neben Informationen zu Geschichte und Architektur erfahren Sie in den Ratssälen alles Wissenswerte zum Ablauf der politischen Geschäfte. Abgerundet wird der Abend mit einem Apéro riche.

Datum: Dienstag, 22. August 2023, 16.45 – 19.30 Uhr

Anmeldung zu allen Anlässen mit beiliegender Antwortkarte oder per E-Mail an info@konsumentenschutz.ch, die Anzahl Teilnehmende ist begrenzt. Anmeldeschluss: Freitag, 11. August 2023. An den Anlässen können nur Gönnerinnen und/oder Förderer des Konsumentenschutzes mit je einer Begleitperson teilnehmen. Nach der Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung mit detaillierten Informationen.

Sagen Sie uns Ihre Meinung

Um Ihre Interessen als Konsumentinnen und Konsumenten auch in Zukunft erfolgreich vertreten zu können, möchten wir wissen, was Sie bewegt. Was beschäftigt Sie als Konsumentin oder Konsument? Vor welchen Herausforderungen stehen Sie im Konsumalltag? Wie informieren Sie sich über Konsumthemen? Wo sehen Sie Potential für die Arbeit des Konsumentenschutzes? Füllen Sie unsere Internet-Umfrage aus und helfen Sie uns, den Konsumentenschutz zu verbessern. Die Internetumfrage dauert nur wenige Minuten und ist anonym.

Zur Umfrage gelangen Sie über den Link findmind.ch/c/konsumentenrechte oder QR-Code. Sie finden die Umfrage auch auf unserer Website www.konsumentenschutz.ch. Mit ihrer Teilnahme helfen Sie, den Konsumentenschutz für die Zukunft zu wappnen und so die Konsumentenrechte in der Schweiz langfristig zu stärken. Danke für Ihre wertvolle Unterstützung!



Einblick ins Bundeshaus

Liebe Gönnerinnen und Förderer, erleben Sie mit uns einen spannenden und abwechslungsreichen Vormittag im Bundeshaus. Von der Tribüne aus können Sie eine Debatte im Nationalrat und wenn möglich auch im Ständerat mitverfolgen. Anschließend treffen Sie Nadine Masshardt, Nationalrätin und Präsidentin des Konsumentenschutzes, zu einem persönlichen Gespräch. Zum Schluss erfahren Sie bei einem geführten Rundgang durch das Bundeshaus mehr zu dessen Geschichte und Architektur. Die nächsten Bundeshaus-Besuche finden an folgenden Daten statt:

- Mittwoch, 13. September 2023
 - Donnerstag, 21. September 2023
- Die Besuche dauern von 9.15 Uhr bis ca. 12.00 Uhr. Dieses Angebot gilt **nur für Gönnerinnen und Förderer des Konsumentenschutzes** zusammen mit einer Begleitperson und ist kostenlos. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Impressum

Herausgeberin:
Stiftung für Konsumentenschutz
Postfach, 3001 Bern
Postkonto: Konsumentenschutz Bern 30-24251-3
Tel. 031 370 24 24
info@konsumentenschutz.ch
www.konsumentenschutz.ch

Redaktion: Josianne Walpen
j.walpen@konsumentenschutz.ch

Auflage: 25'000 Exemplare
Erscheint vierteljährlich

Layout: Sandra Schwab, www.s-at.ch
Lektorat: Susanne Schneemann
Druck: Stämpfli AG, Bern

Im Gönnerbeitrag sind Fr. 5.– für das Blickpunkt-Jahresabonnement eingeschlossen.



gedruckt in der
schweiz

Kompakt-Ratgeber



Neuer Kompakt-Ratgeber Alter und Pflege zu Hause

Der neue Kompakt-Ratgeber richtet sich an betagte Personen mit Unterstützungsbedarf und ihr Umfeld. Er vergleicht die verschiedenen Möglichkeiten der Pflege durch Angehörige, die Spitex oder direkt angestelltem Personal und erklärt die wichtigsten Grundlagen der Finanzierung. Zudem enthält er weitere wichtige Punkte, die bei der Pflege zu Hause zu beachten sind sowie Hinweise zu weiterführenden Informationen.

Fr. 4.50/ohne Gönnerschaft Fr. 9.50



Überarbeiteter Kompakt-Ratgeber So ist es recht: Ehe – Partnerschaft – Konkubinats

Die gewählte Form einer Partnerschaft ist oft nicht nur eine Herzensentscheidung. Je nach Lebens- und Familiensituation kann sich eine Heirat oder eingetragene Partnerschaft aus finanzieller und rechtlicher Sicht als Vor- oder Nachteil herausstellen. Dieser Kompakt-Ratgeber gibt eine Übersicht über die unterschiedlichen Beziehungsformen und ihre rechtlichen Aspekte.

Fr. 4.50/ohne Gönnerschaft Fr. 9.50



Kompakt-Ratgeber Geld anlegen – grün & fair

Wie kann man sein Geld anlegen, ohne unsinniges Wirtschaftswachstum und Umweltzerstörung zu fördern? Wie erkennt man Finanzprodukte, welche tatsächlich auf Fairness und Umweltschutz setzen? Dieser Kompakt-Ratgeber gibt Ihnen wichtige Tipps, die richtigen Fragen und den kritischen Blick, um die Anlagen zu erkennen, in die Sie als verantwortungsvolle Person investieren möchten.

Fr. 4.50/ohne Gönnerschaft Fr. 9.50



Die vorgestellten Kompakt-Ratgeber sind auch in digitaler Form als E-Ratgeber erhältlich www.konsumentenschutz.ch/shop



Kleberset «Keine Werbung»

Das Set enthält alle nötigen Aufkleber, um sich gegen Werbung und unerwünschte Post zu wehren:

- 1x «Bitte keine Werbung»
- 1x «Bitte keine Gratiszeitungen!»
- 16x «Refusé»
- 15x «Adresse nur für diesen Zweck verwenden» und ein Falblatt mit wertvollen Tipps und Tricks.

Fr. 3.–/ohne Gönnerschaft Fr. 6.–

Die verschiedenen Kleber sind in unserem Online-Shop auch separat erhältlich.

Dauerbrenner



Clever mit Geld umgehen

Der Ratgeber liefert wichtige Hilfestellungen und Tipps rund um die Themen Budget, Sparen und Schulden.

187 Seiten, Fr. 21.– ohne Gönnerschaft Fr. 26.–



ÖKOlogisch

Mit zahlreichen spannenden Fakten und hilfreichen Tipps rund um das Thema «Nachhaltiger Konsum».

174 Seiten, Fr. 34.– ohne Gönnerschaft Fr. 39.–



Vegetarische und vegane Ernährung

Mit wertvolle Hinweise und Tipps, wie Sie sich gesund und abwechslungsreich ohne Fleisch oder tierische Produkte ernähren.

16 Seiten, Fr. 4.50 ohne Gönnerschaft Fr. 9.50



Komplementärmedizin: Wer zahlt was?

Verschaffen Sie sich einen Überblick auf das Angebot und die Kosten der komplementärmedizinischen Therapien.

16 Seiten, Fr. 4.50 ohne Gönnerschaft Fr. 9.50

Zahlreiche weitere Ratgeber sowie eine Auswahl an nachhaltigen und nützlichen Produkten finden Sie jederzeit in unserem Online-Shop auf www.konsumentenschutz.ch/shop

Alle Bestellungen: Mit beiliegender Antwortkarte, per Tel. 031 370 24 24 oder auf www.konsumentenschutz.ch/shop