



**Bezahlen
mit Bargeld**
muss weiterhin möglich sein

Greenwashing:
Strafanzeige gegen
Helikopterunternehmen

Lebensmittel:
Mehr Transparenz
zur Herkunft

Shrinkflation:
Gleicher Preis,
weniger Inhalt



«Die Arbeit geht uns so schnell nicht aus.»

Liebe Förderin, lieber Gönner

Schneeflocken begrüßten die Gäste Ende April an unserer Jubiläumsfeier in Bern. Die Festlaune kühlte dadurch nicht ab: eine buntgemischte Gästeschar feierte mit uns den 60. Geburtstag. In diesem Blickpunkt finden Sie ein paar Impressionen davon. Wir konnten viel Wertschätzung und natürlich Glückwünsche entgegennehmen. Das Fest motiviert uns, engagiert weiterzuarbeiten. Denn wie überall ist auch beim Konsumentenschutz nicht jeder Tag ein Feiertag – der Alltag mit seinen Herausforderungen hat uns wieder. In diesem Blickpunkt erfah-

ren Sie von einigen Themen: Dem Verfahren gegen Sunrise, das wir eingeleitet haben, Greenwashing, das uns weiter beschäftigt oder die bessere Herkunftsdeklaration von Lebensmitteln, die wir schon lange fordern.

Ja, unsere Arbeit geht uns nicht so schnell aus, im Gegenteil. Die Rückschau auf das Erreichte motiviert uns, weiterhin mit Herzblut unsere laufenden und zukünftigen Projekte voranzubringen.

Dazu brauchen wir natürlich weiterhin Ihre Unterstützung! Herzlichen Dank für Ihre Treue!

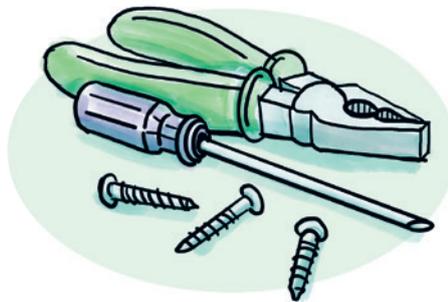
Sara Stalder
Geschäftsführerin

PS. Das Fest ist Schnee von gestern, aber wir haben noch verschiedene Anlässe zum Jubiläum geplant. Vielleicht sehen wir uns an einer dieser Veranstaltungen? Es würde mich freuen!

Verspätete Züge im Ausland

Wer mit dem Zug nach Paris, Rom, Barcelona oder Berlin fährt, tut der Umwelt etwas Gutes. Doch was tun, wenn Verspätungen, Ausfälle oder andere Zwischenfälle den Reiseplan durcheinander bringen? In unserem Online-Ratgeber können Sie nachlesen, welche Rechte Sie haben und wie Sie diese einfordern können.

www.konsumentenschutz.ch/fahrgastrechte



Recht auf Reparatur

In der EU sind neue Regeln in Kraft, welche die Reparatur von Alltagsgegenständen massiv vereinfachen. Der Konsumentenschutz fordert ein solches Recht schon seit Jahren. Mit der Revision des Umweltschutzgesetzes kommt endlich auch in der Schweiz Bewegung in das Thema.

Migros stoppt den Nutri-Score

Ein grosser Rückschlag für eine verständliche Nährwert-Information von verarbeiteten Lebensmitteln und somit für eine gesündere Lebensmittelwahl: Die Migros will statt auf den Nutri-Score auf irreführende Portionengrößen setzen.





Umweltfreundliche Helikopterflüge? Solche Märchen dürfen den Konsumentinnen und Konsumenten nicht aufgetischt werden.

Umweltfreundlich fliegen? Strafanzeige wegen Greenwashing

Der Konsumentenschutz geht seit letztem Sommer konsequent gegen Greenwashing in der Werbung vor. Im Frühling folgte der neuste Schritt: eine Strafanzeige gegen den Helikopterflug-Anbieter Elite Flights und seine «umweltfreundlichen Helikopterflüge». Gleichzeitig lanciert der Konsumentenschutz eine Greenwashing-Meldeplattform.

Im Sommer 2023 hat der Konsumentenschutz Beschwerden gegen acht beschönigende Umwelt-Werbebotschaften verschiedener Unternehmen eingereicht. Die Schweizerische Lauterkeitskommission (SLK) hat die drei von ihr behandelten Beschwerden alle gutgeheissen. Die Reaktionen der Unternehmen sind unterschiedlich ausgefallen:

- Fünf Unternehmen haben ihre Werbeversprechen gelöscht oder angepasst, darunter der Autovermieter Avis, der Zoo Zürich oder auch Coca-Cola Schweiz.
- Die Swisscom spielt weiter auf Zeit, will aber ab Mitte 2024 ihre Werbung anpassen. Der Babynahrungshersteller Hipp lässt die Werbung derweilen auslaufen.
- Einzig Elite Flights zeigt sich uneinsichtig. Der Anbieter von Helikopterflügen verzichtet nicht auf solche schönfärberischen Aussagen. Statt die Aussage «klimaneutral» ersatzlos zu streichen, war auf der Webseite plötzlich von «umweltfreundlichen» Helikopterflügen die Rede. Als der Konsumentenschutz eine Strafanzeige gegen diese täuschende Aussage einreichte, wechselte Elite Flights auf die Bezeichnung «gewissenhafter Helikopterflug».

Für den Konsumentenschutz ist klar: Die Staatsanwaltschaft muss eine Strafuntersuchung einleiten.

Das Grundproblem: «Grüne» Werbeaussagen sind in der Schweiz bisher nicht reguliert. Deshalb können Konsumentinnen und Konsumenten nicht wissen, was genau hinter solchen Versprechen steckt. Es braucht klare Regeln, damit Unternehmen ihre Produkte nicht grüner darstellen können, als sie sind. Dazu sehen aber der Bundesrat und das Parlament bisher leider keine Notwendigkeit. Es müssen wohl noch einige irreführende Werbeaussagen zur Anzeige gebracht werden, bis sich diese Erkenntnis in Bern durchsetzt. (dm/cg)

Melden Sie uns Greenwashing!

Zu grün, um wahr zu sein? Melden Sie uns Ihren Verdacht auf Greenwashing und helfen Sie uns so, diese falschen Werbeversprechen zu stoppen. Auf unserer Meldeplattform können Sie schnell und einfach Ihren Verdacht auf Greenwashing melden.



[www.konsumentenschutz.ch/
greenwashing](http://www.konsumentenschutz.ch/greenwashing)



Aggressive Inkassofirmen bringen Konsumentinnen und Konsumenten in Bedrängnis – eine Ombudsstelle könnte vermitteln.

© iStock

Inkasso: Ombudsstelle notwendig

Konsumentinnen und Konsumenten ärgern sich seit Jahren über die Inkassofirmen. Ihr aggressives, unrechtmässiges Vorgehen trifft Personen auch unverschuldet. Abhilfe schaffen könnte eine Ombudsstelle.

Eine Rentnerin, welche vor dreissig Jahren unverschuldet Konkurs gegangen ist, wird noch immer von einer Inkassofirma belästigt. Ein junger Mann erhält wegen einer einzigen Forderung in der Höhe von 50 Franken einen schlechten Bonitäts-score. Dies, weil er die ungerechtfertigten Inkassogebühren nicht bezahlt hat. Beide verfügen über eine gute Zahlungsmoral und möchten sich dagegen wehren, dass ihre Bonität (Zahlungszuverlässigkeit) so schlecht eingestuft wird. Doch zurzeit haben sie keine Möglichkeit dazu.

Unternehmen mit zwei Hüten

Ein Problem ist die enge Verknüpfung von Inkasso und Wirtschaftsauskunftei: Zwei der vier grössten Wirtschaftsauskunfteien gehören gleichzeitig zu den grössten Inkassounternehmen der Schweiz. Diese drohen, dass sich nicht bezahlte Forderungen ungünstig auf die Kreditwürdigkeit auswirken. Als Wirtschaftsauskunftei bestimmen jedoch dieselben Unternehmen die Kreditwürdigkeit der betroffenen Person. Verzugsschaden und andere Kosten müssen zwar nicht bezahlt

werden, aber wegen dieser Verknüpfung wirken sie sich dennoch negativ auf die Kreditwürdigkeit aus.

Ombudsstelle

Der Konsumentenschutz unterstützt zwei politische Vorstösse, welche eine unabhängige Ombudsstelle verlangen. Über eine solche Stelle könnten Betroffene Beschwerde gegen die Verarbeitung ihrer Daten einreichen und sich tatsächlich gegen einen unfairen Bonitätsscore zur Wehr setzen. (dm)

Illegale Verkaufssysteme

Vorsicht, Scheeballsystem!

Wenn Personen Ihnen schnelles Geld oder ein Einkommen versprechen, ohne einen Finger zu rühren, sollten Sie sehr skeptisch sein. Dies ist eine beliebte Werbemasche für unlautere oder gar betrügerische Geschäftsmodelle. Als Schneeball- oder Pyramidensysteme werden Vertriebsmodelle bezeichnet, bei denen es hauptsächlich um das Anwerben von neuen Teilnehmern geht, der Produktverkauf ist unwichtig. Die angeworbenen Teilnehmerinnen sollen dann wiederum neue Personen zum Mit-

machen überzeugen. Beim legalen Multi-Level-Marketing oder Network-Marketing liegt der Fokus dagegen auf dem Verkaufen von Produkten (oft Kosmetika oder Nahrungsergänzungsmittel). Verkäuferinnen verdienen aber auch, wenn sie weitere Verkäufer anwerben und diese Produkte verkaufen.

In den beiden Online-Ratgebern «Was müssen Sie bei Multi-Level-Marketing beachten?» und «Woran erkennen Sie ein illegales Schneeballsystem?» wird

der fließende Übergang von legalen zu illegalen Vertriebsmethoden und ihre Probleme aufgezeigt. (lj)



[www.konsumentenschutz.ch/
multi-level-marketing](http://www.konsumentenschutz.ch/multi-level-marketing)



[www.konsumentenschutz.ch/
schneeballsystem](http://www.konsumentenschutz.ch/schneeballsystem)

Mehr Information bei der Herkunft

Sie haben ein Glas Bolognese-Sauce oder eine Büchse Pelati in der Hand und möchten wissen, woher das Fleisch oder die Tomaten kommen? In Zukunft soll diese Deklaration verbindlich werden. Der Konsumentenschutz fordert dies seit Jahren.

2013 hat der sogenannte Pferdefleischskandal Europa erschüttert. Er hat eindrücklich gezeigt, welche verworrenen Strecken und Stationen Fleisch durchlaufen kann. Der Konsumentenschutz hat deshalb im Lebensmittelgesetz eine bessere Herkunftsdeklaration von verarbeiteten Lebensmitteln verlangt. Es folgte ein jahrelanger politischer Disput um diese Frage. Daraus resultierte eine Lösung, welche nicht mehr Transparenz brachte: Die Herkunft einer Zutat muss angegeben werden, wenn sie mehr als 50 % (bei Fleisch 20 %) beträgt. Dies aber nur, wenn das Produkt einen Bezug zu einem Land aufweist – etwa mit der

Bezeichnung «Pomodori italiani» – oder wenn eine italienische Fahne abgebildet ist und die Tomaten nicht aus Italien stammen.

Vorschlag geht weiter

Das soll nun besser werden. Vor kurzem ist eine Vernehmlassung zu Ende gegangen, welche eine weitergehende Regelung vorschlägt. In Zukunft soll von jeder Zutat, die mehr als die Hälfte des Produktes ausmacht, die Herkunft angegeben werden. Bei Fleisch soll ab einer Menge von 20 % zwingend deklariert werden.

Vorlage mit zwei Makeln

Der Konsumentenschutz sieht jedoch auch Verbesserungsbedarf: Die Hürde bei Zutaten tierischer Herkunft ist mit 20 % sehr hoch, so dass diese Vorgabe kaum zur Anwendung kommen wird. Zudem darf ein übergeordneter geografischer Raum angegeben werden, also beispielsweise «EU» oder «Asien». Sogar Nicht-Formulierungen sollen erlaubt werden. Auf den Produkten würde man dann den Hinweis «Nicht-EU» oder «Nicht Europa» finden. Diese Informationen sind nicht aussagekräftig, der Konsumentenschutz wird sich dafür einsetzen, dass präzise Angaben gemacht werden müssen. (jw)



Pelati mit italienischen Tomaten: Doch was ist, wenn nichts steht? Sind die Tomaten dann aus China importiert? In Zukunft soll die Herkunft klarer deklariert werden.



Chris Graf
Praktikantin

Als erstes hat unsere Waschmaschine den Geist aufgegeben. Ein Jahr später dann der Fernseher und letztes Jahr auch noch der Geschirrspüler. «Ermüdungsbrüche» nannten meine Eltern das, denn alle Geräte waren schon 10 bis 15 Jahre alt und hatten ihre besten Zeiten definitiv schon hinter sich. Dennoch, mein Vater wollte sich nicht so einfach geschlagen geben.

Da wir die Waschmaschine nicht in ein Repair Café bringen konnten, musste das Internet weiterhelfen. Die Online-Reparaturcommunity enttäuschte uns nicht, nach kurzer Suche fanden wir Beiträge zu unserem Modell der Waschmaschine und genau der Fehlermeldung. Gerüstet mit Haushaltswerkzeug und dem YouTube-Tutorial machten wir uns an die Arbeit. Nach einigen Stunden Videoerklärung, Herumschrauben und etlichen Rückschlägen war es tatsächlich geschafft. Die Waschmaschine funktionierte wieder!

Als der Fernseher dann ein Jahr später zu streiken begann, stand, keine Frage, der nächste Reparaturversuch an.. Ein kleines Teilchen war anscheinend durchgebrannt und musste ersetzt werden. Für gerade mal 20 Franken kauften wir das Ersatzteil und setzten es ein. Der Fernseher war repariert und wieder ein Gerät vor der Entsorgung gerettet.

Durch diese Reparaturen haben wir nicht nur Geld und Ressourcen gespart, sondern auch das Vertrauen in unsere nicht besonders ausgeprägten handwerklichen Fertigkeiten gestärkt. Beim Geschirrspüler mussten wir uns allerdings geschlagen geben. Immerhin, Waschmaschine und Fernseher laufen immer noch. Und wir sind gespannt, welches Gerät als nächstes den Geist aufgibt.



Sunrise wendet unfaire Kündigungsklauseln an, gegen die der Konsumentenschutz rechtlich vorgeht.

© zvg

Unfair: Sunrise & Co.

Sunrise, Swisscom und Salt erhöhen ihre Preise mit der Teuerung. Kundinnen und Kunden können jedoch ihr Abo nicht kündigen. Da Sunrise eine weitere unfaire Klausel in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen hat, leitet der Konsumentenschutz erste Schritte gegen das Unternehmen ein.

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) sind oft zu Ungunsten der Konsumentinnen und Konsumenten ausgestaltet. Besonders dreist sind jedoch die Telekom-Anbieter Sunrise, Salt und Swisscom vorgegangen. Sie haben eine sogenannte Teuerungsklausel aufgenommen. Diese besagt, dass sie ihre Preise erhöhen (können), wenn der Landesindex für Konsumentenpreise (LIK) steigt. Wenig erstaunlich: Sollte die Teuerung wieder sinken, sehen sie keine Verpflichtung vor, die Tarife nach unten anzupassen. Auch ein ausserordentliches Kündigungsrecht ist ausgeschlossen.

Sunrise doppelt unfair

Diese Klausel erachtet der Konsumentenschutz als missbräuchlich und damit gemäss dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) als unwirksam. Auch die Konsumentinnen und Konsumenten sind damit nicht einverstanden: Auf einen Aufruf hin haben sich im letzten Jahr 3'300 Personen beim Konsumentenschutz gemeldet, die mit diesem Vor-

gehen nicht einverstanden sind. Sunrise erlaubt sich noch eine weitere Klausel, die gegen die Interessen der Kundinnen gerichtet ist. Diese können ihren Vertrag ausschliesslich per Telefon und Chat kündigen, eine schriftliche Kündigung ist gemäss Sunrise ungültig.

Keine Einsicht

Der Konsumentenschutz hat alle drei Telekom-Unternehmen aufgefordert, die «Teuerungsklausel» wieder aus ihren AGB zu. Sunrise soll auch die Kündigungsklausel wieder rückgängig machen. Das Echo auf diese Aufforderung: Kein Anbieter ist bereit, auf die Klauseln zu verzichten. Der Konsumentenschutz, der nach UWG klageberechtigt ist, hat deshalb ein Verfahren gegen Sunrise eingeleitet, da das Unternehmen beide Klauseln in den AGB führt. Ein Schlichtungsgesuch war der erste Schritt. Die Schlichtungsverhandlung fand Ende Juni statt und brachte keinen Erfolg. Nun erwägt der Konsumentenschutz Sunrise zu verklagen.



Ob in der Gastronomie, im öffentlichen Verkehr oder im Parkhaus: Mit Bargeld bezahlen soll weiterhin möglich bleiben.

Bargeld muss bleiben

Immer mehr Einkäufe werden elektronisch getätigt, Bargeldzahlungen nehmen hingegen ab. Länder wie Schweden versuchen nun diesen Trend zu stoppen, denn Bargeld hat viele Vorteile.

Kurz die Maestro- oder PostFinance-Karte ans Lesegerät halten und schon ist der Einkauf bezahlt: hierzulande nutzen immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten elektronische Zahlungsmöglichkeiten wie Debit- und Kreditkarten oder das Mobiltelefon. Der Anteil Barzahlungen nimmt dementsprechend laufend ab.

Noch schneller erfolgte diese Entwicklung in Ländern wie Schweden, Norwegen, Dänemark, Grossbritannien oder den Niederlanden. All diese Länder haben jedoch reagiert und versuchen, den Prozess aufzuhalten oder sogar umzukehren. Ein wichtiges Argument für Bargeld sind die Befürchtungen rund um einen Ausfall des elektronischen Zahlungssystems, zum Beispiel bei Softwareproblemen, Cyberattacken oder auch bei einem Stromausfall. Bargeld ist zudem zentral für Personen mit eingeschränktem Zugang zu elektronischen Bezahlmöglichkeiten wie Kinder, Randständige, Sans-Papiers oder jene, die mit digitalem Bezahlen nicht zurechtkommen. Bargeld hat aber noch weitere Vorteile: es erlaubt anonyme Zahlungen (Daten-

schutz), kann den Gebührenanstieg bei elektronischen Zahlungsmitteln dämpfen und ist geschützt vor dem Zugriff Cyberkrimineller.

In der Schweiz prescht ausgerechnet der staatlich subventionierte öffentliche Verkehr öV vor und will die Bargeldannahme reduzieren oder gar abschaffen. Da die Konsumentinnen nicht einfach auf einen anderen Anbieter ausweichen können, verlangt der Konsumentenschutz, dass öV-Betriebe immer eine anonyme, breit zugängliche Zahlungsmöglichkeit bieten müssen. Diese sollten auch ohne Nachteile gegenüber den elektronischen Zahlungen sein. Auch das Parlament sieht Handlungsbedarf: ÖV-Tickets sollen auch künftig ohne Smartphone gekauft werden können. Sowohl der Nationalrat als auch der Ständerat haben diesen Vorschlag einstimmig angenommen. Private Unternehmen, die im stationären Handel kein Bargeld akzeptieren, sind in der Schweiz noch selten. Dies wird auch so bleiben, wenn genügend Konsumenten bar bezahlen. Jeder Einkauf ist somit eine Abstimmung darüber, welche Zahlungsmöglichkeiten auch künftig akzeptiert werden – und welche nach und nach verschwinden. (ab)



Impressionen vom Jubiläumsanlass im ehemaligen Feuerwehrgebäude in Bern – ein buntes, abwechslungsreiches Fest, das dem Thema Nachhaltigkeit gewidmet war.



Präg(t)en die Geschicke des Konsumentenschutzes als Präsidentin oder Geschäftsleiterin: Nadine Masshardt, Sara Stalder, Simonetta Sommaruga und Prisca Birrer-Heimo (von links).

© Matthias Luggen

«Der Konsumentenschutz ist ein wenig wie die Feuerwehr»

Der Konsumentenschutz hat im April sein 60-jähriges Jubiläum gefeiert. Der Anlass bot den Gästen nebst einem unterhaltsamen Programm auch Raum zum Austauschen und Diskutieren – eine gelungene Feier und ein ermutigender Startpunkt in die nächsten sechs Jahrzehnte.

Das Fest fand in Bern in den Räumlichkeiten der ehemaligen Feuerwehr statt. Genau der richtige Ort, wie Stiftungspräsidentin Nadine Masshardt in ihrer Ansprache feststellte: «Der Konsumentenschutz ist auch ein wenig wie die Feuerwehr: Immer da, wenn es brennt, fast immer einsatzbereit und er hat es auch mit Dauerbrennern zu tun – Themen, die ihn seit Jahrzehnten auf Trab halten!»

Nachhaltigkeit ist seit vielen Jahren ein Arbeitsschwerpunkt des Konsumentenschutzes. Das Jubiläum stand unter diesem Thema und dazu passte die Lokalität. Denn das Gebäude beherbergt, neben dem Restaurant, einen Unverpackt-Laden und eine Pflanzen-Brocki.

Dort finden Konsumentinnen und Konsumenten aber auch die erste Leih-Bar der Schweiz sowie ein Repair Café, die vom Konsumentenschutz gegründet wurden.

Die eingeladenen Gäste haben in unterschiedlichen Formen mit dem Konsumentenschutz zusammengearbeitet oder tun es immer noch. Geschäftsleiterin Sara Stalder begrüßte zudem zahlreiche Gönnerinnen und Förderer, die vorgängig die beeindruckende Energiezentrale Forsthaus in Bern besichtigt haben. Schliesslich waren auch die Mitarbeitenden sowie Stiftungsrätinnen oder -räte dabei, die heute oder früher für den Konsumentenschutz gewirkt haben. Bunt gemischt waren auch die Geburts-

tagsgrüsse, die zur Abwechslung in einer Videobotschaft verpackt überbracht wurden. Die beiden langjährigen, ehemaligen Präsidentinnen Simonetta Sommaruga und Prisca Birrer-Heimo gratulierten. Grussbotschaften schickten auch verschiedene Personen aus Politik und solche, welche über Projekte mit dem Konsumentenschutz verbunden sind.

Der Konsumentenschutz wird weiterarbeiten, damit die vielfältigen Anliegen der Konsumentinnen und Konsumenten bekannt sind und auch ernst genommen werden. Eine Aufgabe, welche die Organisation noch viele weitere Jahre in Anspruch nehmen dürfte. (jw)



Sind Sie auch dabei?

Am Jubiläumsfest nahmen auch Gönnerinnen und Förderer teil, welche sich auf unsere Ausschreibung im letzten Blickpunkt hin angemeldet haben. Im Herbst finden weitere Führungen und Anlässe statt. Sind Sie dabei? Beachten Sie die Seite 15 und den Anmeldetalon. Wir freuen uns auf Sie!

Das Gesundheitswesen krankt an zu hohen Kosten

Die massiv steigenden Krankenkassenprämien belasten die Konsumentinnen und Konsumenten zunehmend. Der Konsumentenschutz hilft den Versicherten, die Kosten im Griff zu halten, setzt sich für kostendämpfende Massnahmen ein und reagiert, wenn mit unlauteren Methoden gearbeitet wird.

Die Gesundheitsversorgung der Schweiz gehört zweifelsfrei zu den besten weltweit. Der Preis, den wir dafür zahlen, ist aber unglaublich hoch. Es gibt viel Sparpotential. Bei den Medikamentenpreisen, Arzt-, Spital- und Labortarifen, Provisionen für Versicherungsvermittler und durch strengere Rechnungskontrollen könnten beträchtliche Summen eingespart werden, ohne dass die Versorgungsqualität leidet.

Doch die Pharmaindustrie, Leistungserbringer und Krankenkassen verhindern mit ihren mächtigen Lobbys fast jeden sinnvollen Vorschlag, um Kosten zu senken. Sie profitieren, wenn im Gesundheitswesen möglichst viel Geld fliesst. Der Konsumentenschutz setzt sich mit allen Kräften gegen diese grossen Gegnerinnen ein. Gemeinsam mit weiteren Konsumenten- und Patienten-Organisationen vertritt er mit dem Verein pro-salute.ch die Interessen der Patientinnen und Prämienzahler in der Politik.

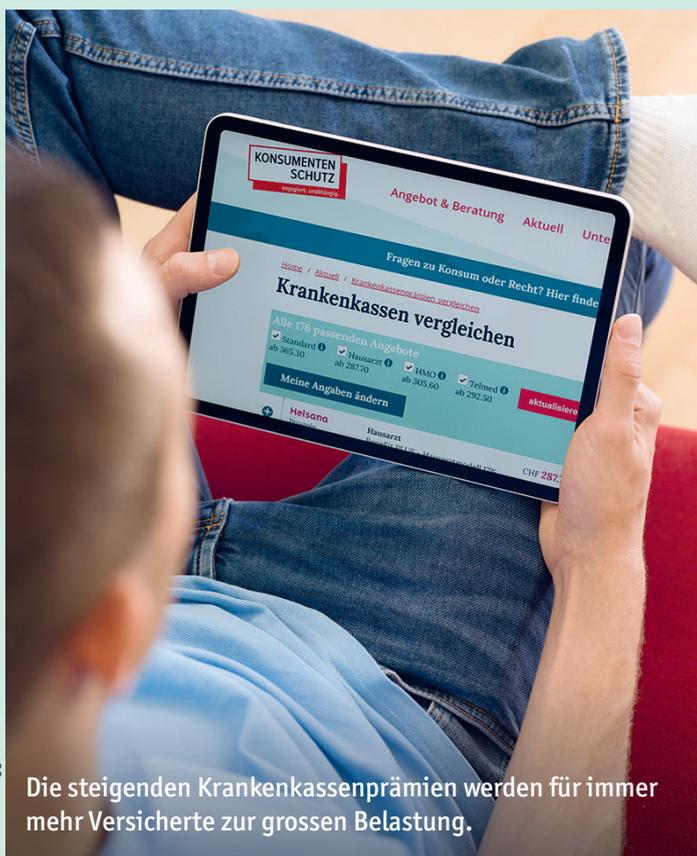
Direkte Unterstützung finden die Versicherten auf unserer Webseite:

- Mit dem Prämienrechner vergleichen Sie alle Grundversicherungsangebote aller Krankenkassen, ohne dass Zusatzversicherungen angeboten werden oder Vermittlungsprovisionen fließen.
- Mit dem Fairness-Check erkennen Sie unfaire Sanktionen in den Allgemeinen Versicherungsbedingungen (AVB). Die neue Transparenz in diesem Bereich hat dazu geführt, dass mehrere Versicherungen ihre AVB nun kundenfreundlicher gestalten.

Weiter unterstützt der Konsumentenschutz verschiedene Projekte wie «Was hab' ich?», bei dem kryptische Arztberichte kostenlos und anonym in eine verständliche Sprache übersetzt werden. Seit der Gründung des Vereins «smarter medicine», der sich mit Informationskampagnen gegen riskante und unnötige Über- und Fehlbehandlungen einsetzt, ist der Konsumentenschutz im Vorstand vertreten.

Wo viel Geld fliesst, wollen alle ein möglichst grosses Stück des Kuchens ergattern. Teilweise geschieht dies auch mit fragwürdigen oder illegalen Mitteln. Wenn Versicherungsvermittler mit unlauteren Versprechen werben oder Ärztinnen systematisch zu hohe Abrechnungen stellen, schreckt der Konsumentenschutz auch vor Strafanzeigen nicht zurück.

Die Zukunft ist in diesem Fall leider leicht vorhersehbar: Die hohe Prämienlast und die grosse Intransparenz im Gesundheitswesen werden den Konsumentenschutz noch lange beschäftigen. (mwa)



Die steigenden Krankenkassenprämien werden für immer mehr Versicherte zur grossen Belastung.

Veranstaltung zum Thema Über- und Fehlbehandlungen

Am 24. Oktober findet eine Informationsveranstaltung zum Thema «Erkennen und Verhindern von Über- und Fehlbehandlungen» statt. Sind Sie dabei? Weitere Informationen auf Seite 15.

Sorgenkind Datenschutz

Mit der Digitalisierung unseres Alltags nimmt der Datenschutz einen immer grösseren Stellenwert ein. Weil im Gesetz grosse Lücken bestehen, bemüht sich der Konsumentenschutz Verbesserungen dort zu erreichen, wo sie (noch) möglich sind.

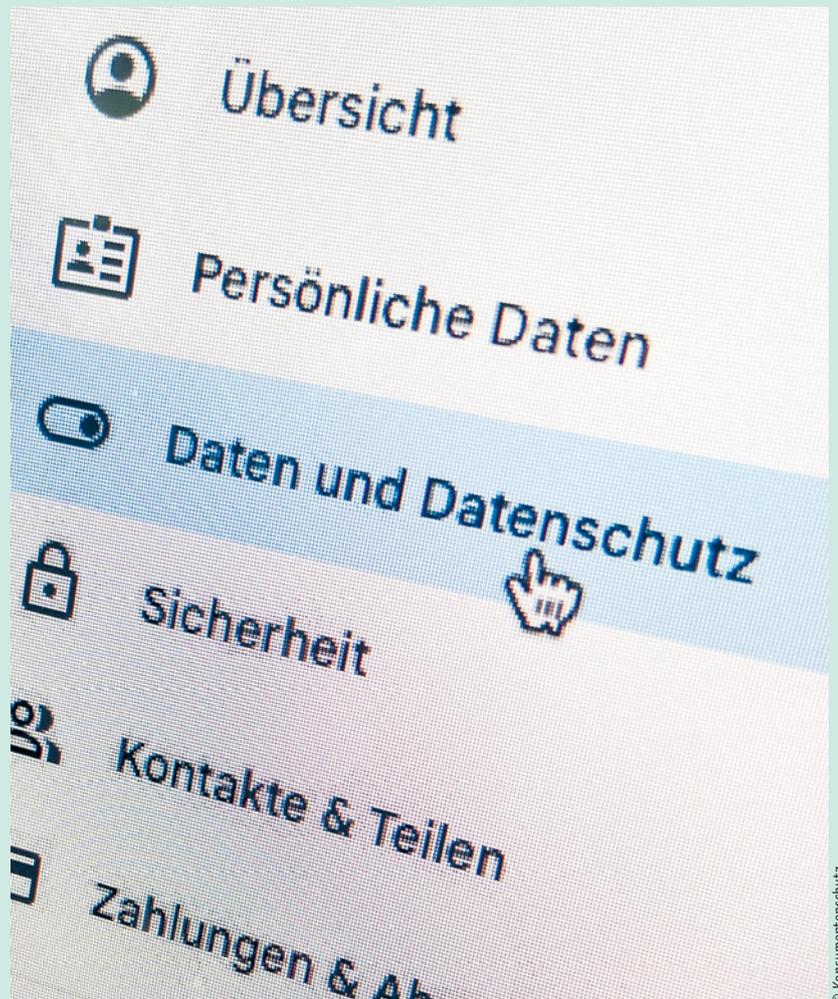
Erinnern Sie sich an die Zeiten, als die grösste Sorge um den Datenschutz noch dem unerlaubten Sammeln und Weiterverkaufen Ihrer Adresse galt? Je mehr die Digitalisierung in unserem Alltag Einzug hält, desto grösser ist das Ausmass der Datensammelerei geworden. Die persönlichen Daten gelten als die neue Währung: Wer im Internet unterwegs ist, wird getrackt, also verfolgt. Unsere Daten werden ausgewertet und beispielsweise für personalisierte Werbung verwendet. Wenn Sie online nach einem Buch oder Schuhen suchen, taucht auf Ihrem Bildschirm plötzlich lauter entsprechende Werbung auf.

Die Unternehmen behaupten natürlich, der Datenschutz sei ihnen wichtig. Zugleich zwingen sie Konsumenten dazu, unverständliche Datenschutzerklärung zu akzeptieren. Alphabet, eine amerikanische Holding, zu der auch Google gehört, will einzelne Personen nicht mehr mit Cookies über mehrere Webseiten hinweg verfolgen. Sie will die Personendaten zu Gruppen mit gleichen Interessen zusammenfassen. Das Problem, welches sich dadurch ergibt: Unser Datenschutzgesetz DSG, das vor kurzem revidiert wurde, greift nicht mehr. Denn es schützt nur die Personendaten gemäss heutiger Nutzung, aber nicht in der Form, wie sie die Tech-Giganten wie Alphabet planen.

Datenschutzgesetz nicht ausreichend

Das überarbeitete und bereits veraltete Datenschutzgesetz ist aber auch in anderen Bereichen keine grosse Errungenschaft, im Gegenteil. Der Konsumentenschutz hat sich vehement für Verbesserungen eingesetzt – etwa ein hoher Datenschutzstandard bereits als Grundeinstellung bei Geräten und Dienstleistungen. Er hat auch verlangt, dass eine Einwilligung vorliegen muss, damit Daten erhoben und verarbeitet werden dürfen. Leider blieben diese Bemühungen weitgehend erfolglos.

Dennoch wird sich der Konsumentenschutz für Verbesserungen einsetzen, etwa indem er politische Vorstösse unterstützt oder die Konsumentinnen und Konsumenten zu Fragen des Datenschutzes informiert und berät. (lj)



© Konsumentenschutz

Die eigenen Daten so gut wie möglich schützen: Leider fehlen in der Schweiz zeitgemässe gesetzliche Grundlagen.

Veranstaltung zum Datenschutz

Im Herbst führt der Konsumentenschutz eine kostenlose Online-Veranstaltung zum Thema Datenschutz durch. Und der neue Ratgeber «Sicher unterwegs im Internet» (Seite 16) gibt Ihnen neben vielen Tipps für mehr Sicherheit auch Informationen für mehr Datenschutz.

Haben Sie jetzt schon Fragen rund um den Datenschutz und digitale Sicherheit? Im Online-Ratgeber des Konsumentenschutzes finden Sie Antworten:



[www.konsumentenschutz.ch/
online-ratgeber](http://www.konsumentenschutz.ch/online-ratgeber)

Strafanzeige gegen Viagogo

Viagogo.ch, eine Wiederverkaufsplattform für Tickets, setzt Besucherinnen massiv unter Druck, ein Ticket zu kaufen. Der Konsumentenschutz hat deshalb eine Strafanzeige wegen unlauteren Verkaufsmethoden eingereicht.

Der Konsumentenschutz beschäftigt sich nun seit über 10 Jahren immer wieder mit der Ticketwiederverkaufsplattform viagogo.ch. Meist ging es um übertriebene Ticketpreise und ab und zu um falsche Tickets. Im Rahmen unserer Untersuchung 2023 haben wir über 300 Webseiten – darunter auch viagogo.ch – auf Dark Patterns untersucht (siehe Blickpunkt 2/2024). Als Dark Patterns bezeichnet man Benutzeroberflächen wie Menüs oder Buttons, die manipulativ gestaltet werden. Mit Dark Patterns möchten Unternehmen Konsumentinnen ihren Willen aufzwingen und sie zu einer bestimmten Handlung drängen.

Wie rund 100 andere Webseiten verwendet auch viagogo.ch Dark Patterns. Auffällig ist, dass während des gesamten Bestellprozesses zahlreiche Hinweise erscheinen, welche die Besucher unter Druck setzen. Dazu gehören Meldungen wie «Weniger als 2% aller Tickets für diesen Veranstaltungsort derzeit verfügbar auf unserer Website» und «Dieser Bereich wird sich voraussichtlich ausver-

kaufen innerhalb von 7 Tagen auf unserer Website». Diese schüren Ängste, die Veranstaltung zu verpassen. Besucherinnen sind bei jedem Schritt des Bestellvorgangs diesem Druck ausgesetzt, der im Zahlungsprozess dann noch mit Countdown und mehreren Popups verstärkt wird.

Der Konsumentenschutz ist überzeugt, dass die Gesamtheit der Hinweise und Meldungen auf viagogo.ch eine aggressive Verkaufsmethode darstellt und damit unlauter ist. Deshalb hat er im vergangenen Mai eine Strafanzeige bei der Staatsanwaltschaft Genf gegen Viagogo eingereicht. (lj)



Viagogo setzt Interessierte massiv unter Druck, möglichst rasch (und unüberlegt) ein Ticket zu kaufen.

© unsplash

Manipulation im Internet

Dark Patterns auch in Spiele-Apps

Webseiten sind oft mit Dark Patterns ausgestattet, das zeigte eine Untersuchung des Konsumentenschutzes im letzten Jahr eindrücklich. Doch die manipulativen Designs werden auch in Spielen eingesetzt: Der Konsumentenschutz hat 13 Apps auf Dark Patterns geprüft.

Die analysierten Spiele sind in den App-Stores besonders populär und umsatzstark. Alle sind kostenlos für Android- und iOS-Geräte verfügbar und beinhalten sogenannte In-App-Käufe. Spielerinnen können im Spiel also Geld ausgeben und so zusätzliche Vorteile im Spiel oder bei der Bekleidung für ihre Spielfigur erstehen. Um es vorweg zu nehmen: Sämtliche Games haben sogenannte Dark Patterns benutzt, um

Spieler dazu zu bringen, regelmässig zu spielen und/oder Geld für das Spiel auszugeben. Dabei gibt es bei allen Spielen Gemeinsamkeiten. Besonders häufig haben wir zeitbasierte Dark Patterns entdeckt. Spielerinnen sollen dann spielen, wenn sie dazu aufgefordert werden (zum Beispiel über zeitlich beschränkte Events) und müssen gleichzeitig fürs Überspringen von Wartezeiten bezahlen. Aber auch soziale Dark Patterns kamen

häufig vor: so werden Spieler beispielsweise belohnt, wenn sie Freundinnen zum Spielen einladen. (lj)

Mehr Informationen und Beispiele finden Sie online unter:



www.konsumentenschutz.ch/ratgeber-dark-patterns

Weniger Inhalt, gleicher Preis

Statt den Preis zu erhöhen, reduzieren die Hersteller den Verpackungsinhalt. Die sogenannte «Shrinkflation» tritt derzeit gehäuft auf. In Frankreich müssen Supermärkte solche Produkte nun kennzeichnen.

Preiserhöhungen sind bei den Konsumentinnen und Konsumenten verständlicherweise unbeliebt. Einige Hersteller versuchen es deshalb mit einem unfaireren Trick: Sie lassen den Preis unverändert, reduzieren aber den Inhalt. Plötzlich wiegt der Energieriegel statt 50 g nur noch 40 g, die WC-Papier-Rolle ist weniger lang oder es gibt weniger Pralines in der Packung als vorher. Dieses Phänomen nennt man «Shrinkflation». Das ist eine Wortschöpfung aus «to shrink», was auf Englisch «schrumpfen» bedeutet, und Inflation.

Oft fällt die reduzierte Menge nicht auf. Hinweise können ein neues Verpackungsdesign oder die Bezeichnung «verbesserte Rezeptur» sein. Neben Lebensmitteln sind insbesondere auch Hygiene-Produkte betroffen: die Anzahl Windeln, Tampons, Binden, Wattestäbchen etc. wird bei gleichbleibendem Preis reduziert.

Einige Hersteller reduzieren nicht den Inhalt, dafür aber die Qualität: Besonders bei Fertigprodukten ist dies gut möglich. So wird zum Beispiel die Tiefkühlpizza mit weniger Fleisch oder einem günstigeren Käse belegt.

«Shrinkflation» ist in vielen europäischen Ländern verbreitet, die Schweiz scheint derzeit etwas weniger davon betroffen zu sein. Die Inflation machte sich in der Schweiz etwas weniger bemerkbar, vielleicht treten deshalb weniger Fälle an den Tag. Dem Konsumentenschutz liegen dennoch einige Meldungen vor.

Als erstes Land hat nun Frankreich reagiert: Seit dem 1. Juli 2024 müssen französische Supermärkte Produkte kennzeichnen, deren Inhalt bei gleichbleibendem oder steigendem Preis redu-

ziert wurde. Der Hinweis muss ab Verkaufsstart mindestens zwei Monate lang erfolgen. (ab)

Melden Sie uns Produkte!

Sind Ihnen in der Schweiz Produkte aufgefallen, die bei gleichem Preis weniger beinhalten? Melden Sie uns diese, wenn möglich mit Vorher-Nachher-Foto, unter



www.konsumentenschutz.ch/shrinkflation



Neue Qualität, aber plötzlich sind nur noch 50 statt 60 Stück drin: Nicht immer ist es so offensichtlich, dass man weniger fürs gleiche Geld erhält.

© Konsumentenschutz

Aktualisierte Impfbroschüre

Kinderimpfungen: Entscheidungshilfe aktualisiert

Die Broschüre «Kinderimpfungen – eine Entscheidungshilfe» bietet jungen Eltern eine wertvolle Orientierung. Die Anpassungen im Impfplan des Bundesamtes für Gesundheit (BAG) vom März 2024 sind aufgenommen.

Die Konsumentenschutz-Broschüre «Kinderimpfungen – eine Entscheidungshilfe» gehört seit Jahren zu den meistverkauften Ratgebern im Sortiment. Neben Fakten und Ansichten verschiedener Akteure aus dem Gesundheitswesen beinhaltet sie auch den Impfplan des BAG.

Neue Impfstoffe, Studien zu Wirksamkeit und Sicherheit sowie veränderte epidemische Lagen sind Basis der

jährlichen Neubeurteilung der Impfeempfehlungen. Dabei wird zwischen Basisimpfungen, die neben dem individuellen Schutz auch zum Schutz der öffentlichen Gesundheit empfohlen werden, und ergänzenden Impfungen, die hauptsächlich dem individuellen Schutz dienen, unterschieden. (mwa)

Wer bereits eine Broschüre besitzt, kann das aktualisierte Beiblatt mit den Erläuterungen über den QR-Code herunterladen oder per E-Mail an info@konsumentenschutz.ch kostenlos eine gedruckte Version bestellen.



www.konsumentenschutz.ch/impfbroschüre

Schwamm drüber – aber plastikfrei und nachhaltig

Schmutz zu entfernen, ist auch ohne Kunststoff effizient möglich. Wer mit nachhaltigen Produkten spülen und reinigen will, findet in unserem Shop neu die passenden Schwämme.



© the.sage

Für den Abwasch: Leinen-Schwamm

Der Schrubbschwamm aus Bio-Leinen und Bio-Baumwolle ist ideal für den universellen Abwasch – der grobe Leinenstoff entfernt auch hartnäckige Krusten. Die Stoffe werden in Europa hergestellt, die Schwämme in einer sozialen Einrichtung in Österreich genäht.

1 Stück. Material: 66% Bio-Baumwolle (GOTS) + 34% Bio-Leinen (GOTS)
Waschmaschinenfest bis 60°C, Masse: 10cm x 14cm

Preis: Fr. 10.90

Zum Säubern: Luffa-Schwamm

Luffa-Schwämme sind ein zu 100% natürliches Produkt, hergestellt aus dem getrockneten Fruchtfleisch der Luffa-Gurke. Die Schwämme kann man wie gewohnt zum Putzen einsetzen. Sie sind eher grob und entfernen Schmutz effizient. Die verwendeten Luffa-Gurken werden nachhaltig und ohne Einsatz von Chemikalien in Westeuropa angebaut. Die Herstellung und Verarbeitung der Schwämme erfolgt in Handarbeit.

Material: Luffa-Gurke. Waschmaschinenfest bis 60°C. Masse: ca. 7cm breit und ca. 11cm lang. Form und Grösse können leicht variieren (Naturprodukt).

Preis: Fr. 5.40



© the.sage



© the.sage



Der Allzweck-Schwamm: Magic Sponges

Die Schwämme aus Baumwolle und Holz sind ein reines Naturprodukt und kompostierbar. Die typischen Schwamm-Löcher entstehen durch Salzkristalle (werden in der Produktion ausgewaschen), die Farbe durch natürliche Pigmente. Dank ihrer ergonomischen Wellenform liegen sie bequem in der Hand.

Die Schwämme sind stark zusammengepresst und entfalten sich erst im Kontakt mit Wasser zu ihrer vollen Grösse. Dadurch wird das Volumen für den Versand massgeblich reduziert.

2 Stück, Material: Baumwolle und Holz, Waschmaschinenfest bis 60°C
Masse: 10cm x 8cm x 2.5cm (Endzustand)

Preis: Fr. 9.50

Ein Service zu Ihren (Schreib-)Dienstleistungen

In verschiedenen Konfliktsituationen ist ein Brief das einzige und beste Mittel, um seine Ansprüche wirkungsvoll mitzuteilen. Bei komplizierten Sachverhalten oder rechtlich relevanten Schreiben sind juristisches Wissen und eine stilsichere Sprache wichtig. Für Anliegen im Konsumbereich in deutscher Sprache bietet der Konsumentenschutz einen Schreibservice an.

Mehr dazu erfahren Sie online auf www.konsumentenschutz.ch/beratung/schreibservice,
telefonisch unter 031 370 24 24
oder scannen Sie den QR-Code



Gönnerführungen

Unser 60-jähriges Bestehen wollen wir zusammen mit Ihnen, unseren Gönnerinnen und Gönner feiern – denn nur dank Ihnen gibt es den unabhängigen Konsumentenschutz. Dazu organisieren wir in unserem Jubiläumsjahr Anlässe zu Themen, in welchen wir uns aktiv für die Konsumentinnen und Konsumenten engagieren.



© Smarter Medicine

Unnötige Behandlungen vermeiden

In der Schweiz werden unzählige Behandlungen und Abklärungen durchgeführt, welche keinen Nutzen bringen, sondern im Gegenteil der Gesundheit schaden und unnötige Kosten verursachen können. Der Verein «smarter medicine» will das ändern. Die beiden Referenten Dr. med. Manuel Blum, leitender Arzt am Inselspital Bern, und Dr. med. Roland Fischer, wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Basel, stellen die Arbeit von «smarter medicine» vor und zeigen, wie Sie persönlich unnötige Behandlungen erkennen und verhindern können. Das Referat findet an der UniS in Bern statt, wenige Gehminuten vom Bahnhof entfernt.

Für Interessierte bietet sich vorgängig die Möglichkeit, an einer exklusiven Führung in der Medizinsammlung des Inselspitals Bern teilzunehmen. Hier erwartet Sie eine spannende Reise durch die Geschichte des Inselspitals und die technischen Entwicklungen in der Medizin.

- Datum und Ort:** Donnerstag, 24. Oktober 2024, Bern
- Programm:** 17:00 – 18:00 Führung Medizinsammlung Inselspital (optional)
18:30 – 20:00 Referat «smarter medicine» an der Uni S
20:00 – 20:45 Apéro
- Bitte beachten:** Die Führung in der Medizinsammlung wird zu Fuss zurückgelegt.
- Unkostenbeitrag:** Referat «smarter medicine»: kostenlos
Führung Medizinsammlung: Fr. 15.– pro Person



© Matthias Luggen

Bundeshausführung

Wir laden unsere Gönnerinnen und Förderer zu einem spannenden Vormittag im Bundeshaus ein! Erleben Sie mit uns von der Tribüne aus eine Debatte im Nationalrat und wenn möglich auch im Ständerat. Das anschliessende Treffen mit Nadine Masshardt, Nationalrätin und Präsidentin des Konsumentenschutzes, bietet Raum für Fragen und einen Austausch. Den Schlusspunkt bildet ein geführter Rundgang durch die historische Kuppelhalle mit interessanten Erläuterungen zu Geschichte und Architektur des Bundeshauses.

- Datum und Ort:** Dienstag, 17. September 2024
- Programm:** 9.15 Uhr – 12.00 Uhr
- Unkostenbeitrag:** kostenlos

Anmeldung

An den Anlässen können Gönnerinnen oder Förderer des Konsumentenschutzes mit je einer Begleitperson teilnehmen. Bitte melden Sie sich mit der Antwortkarte oder per E-Mail an anlass@konsumentenschutz.ch. Nach der Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung mit detaillierten Informationen.

Achtung: Die Anzahl teilnehmender Personen pro Veranstaltung ist begrenzt.

Kompakt-Ratgeber



Neuer Kompakt-Ratgeber

Sicher unterwegs im Internet

Kurz online den Versandstatus eines Pakets prüfen oder am Wettbewerb einer bekannten Firma teilnehmen – und schon ist man möglicherweise Opfer eines sogenannten Phishing-Angriffs geworden. Der neue Kompakt-Ratgeber «Sicher unterwegs im Internet» zeigt auf, wie Sie sich vor Attacken schützen können und welche Vorsichtsmassnahmen Sie treffen sollten. Zudem werden die häufigsten und hinterhältigsten Maschen der Internet-Betrüger aufgezeigt und erklärt, wie Sie diese frühzeitig erkennen können.

16 Seiten, Fr. 4.90



Überarbeiteter Kompakt-Ratgeber

Geld anlegen – grün & fair

Immer mehr Banken und Investment-Gruppen bieten ökologische und faire Anlagen an. Doch wie erkennt man Finanzprodukte, die 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 wirklich investieren möchten.

16 Seiten, Fr. 4.90

Die vorgestellten Kompakt-Ratgeber sind auch in digitaler Form als E-Ratgeber erhältlich

www.konsumentenschutz.ch/shop



Kleberset «Keine Werbung»

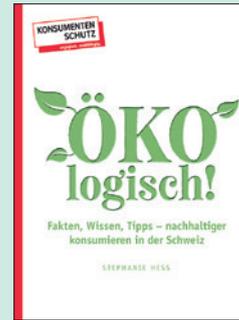
Das Set enthält alle nötigen Aufkleber, um sich gegen Werbung und unerwünschte Post zu wehren:

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

Fr. 7.–

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

Ratgeber



ÖKOlogisch!

Der Ratgeber zeigt auf, wie man mit seinem Konsumverhalten und bewusster Ernährung nachhaltiger lebt und im Alltag viel Positives für die Umwelt bewirken kann.

174 Seiten, Fr. 34.–



Zucker: Weniger ist mehr

Erfahren Sie mehr zu den verschiedenen Arten von Zucker und wie Sie diese im Essen und in Getränken erkennen und vermeiden können. Mit zuckerarmen Rezepten.

144 Seiten, Fr. 29.–



Clever mit Geld umgehen

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

187 Seiten, Fr. 23.–

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