

KONSUMER

Nr. 1 / 2018

+++ Digitalisierung bringt neue Möglichkeiten +++

Das **Telefonbuch** wird zum multifunktionalen Assistenten!



Freude wächst,
wenn man sie teilt.

Im besten
Mobilfunknetz
der Schweiz.



swisscom

connect
TESTSIEGER

Swisscom
Mobilfunknetztest Heft 1/2018
www.connect.de/netztest

DAS BESTE
NETZ
DER SCHWEIZ

Jahresrückblick 2017 unserer Rechtsberatung

«Am Samstag zieh'n wir den Bayern die Lederhosen aus! HA-HO-HE-Hertha BS... Moment mal...» Thomas S. (31) aus Berlin steht fassungslos vor seinem Briefkasten: Die bestellten Bundesliga-Tickets des Spiels FC Bayern München gegen seine geliebte Hertha BSC sind personalisierte Kindertickets und für Thomas unbrauchbar. «Da stand nichts von Kindertickets im Internet!» Dass er auch noch den doppelten Preis für die Tickets bezahlen musste, treibt ihn endgültig zur Weiss(blauen)glut. Zornig hebt er seine Faust gegen Süden: Und wer ist schuld daran? Die Schweizer!



Oder genauer gesagt: der Genfer Tickethändler «viagogo». Das Ticketportal verkauft im Internet Tickets aus zweiter Hand für Konzerte und Sportevents und sorgt mit seinen undurchsichtigen Geschäftspraktiken seit mehr als zwei Jahren europaweit für negative Schlagzeilen: Engländer erhalten ihre Konzerttickets zu spät, Franzosen ärgern sich über zu hohe Gebühren, Holländer beschwerten sich über ungültige Tickets, Deutsche bezahlen den dreifachen Preis usw.

Auch in der Schweiz gab es viele unzufriedene Kunden, die auf den dubiosen Tickethändler reingefallen sind. Entsprechend sieht die Statistik des Konsumentenforums aus: Knapp 46% aller behandelten Online-Rechtsfälle gehen auf das Konto von viagogo!

Dass dem Tickethändler nicht so einfach beizukommen ist, liegt am Gesetz: Solange es erlaubt bleibt, «second hand»-Tickets weiterzuverkaufen, solange bleibt es schwierig, «viagogo» zur Verantwortung zu ziehen. Immerhin gibt es einen Lichtblick: Schweizer fallen immer weniger auf «viagogo» rein. 2016 waren unter den Geschädigten 50% Eidgenossen, 2017 nur noch 20%. Sicher

auch ein Verdienst aller, die seit über einem Jahr regelmässig vor dem Tickethändler warnen.

«viagogo»-Fälle 2017: 140

- Schweiz 28 (20%)
- Deutschland 70 (50%)
- Rest-Europa 42 (30%)



Rechtsberatung

Unsere Rechtsberatung bietet Hilfestellung in Haushalt-, Konsum- und Umweltfragen. Für Mitglieder des Forums ist die Rechtsberatung kostenlos. Zudem können kf-Mitglieder direkt mit der Beratungsstelle telefonischen Kontakt aufnehmen. Nicht-Mitglieder müssen ihre Anfragen per e-Mail einreichen. Die Erstberatung per Mail ist kostenlos, jede weiterführende Beratung kostet Fr. 1.- / Minute Arbeit.

Beratungszeiten:
Mo – Mi: 10:30 bis 13:30
Do – Fr: 12:30 bis 15:30
Tel: 031 380 50 34
(Festnetzтариф)

Insgesamt haben die kf-Rechtsberaterinnen Rahel Nyffenegger und Rosina Ueltschi letztes Jahr 474 Fälle bearbeitet, davon 301 aufgrund betrügerischem Online-Handels und 173 «nicht-digitale» Fälle wie Vertragsbrüche oder Raubkopien.

Der kf-Kommunikationsleiter Dominique Roten fasst für Konsument die Statistik der Rechtsberatung 2017 wie folgt zusammen:

Behandelte Fälle 2017: 474

- Online-Fälle: 335
- «Nicht-digitale» Fälle: 173

Online-Fälle:

- Produkte nicht oder zu spät geliefert
- Nicht angegebene Gebühren
- Raubkopien erhalten
- Produkte unbrauchbar
- Nicht-bestellte Produkte erhalten

«Nicht-digitale» Fälle:

- Vertragsbrüche und -unklarheiten
- Betrügerische Rechnungen erhalten
- Defekte Waren nicht zurückgenommen

Besuchen Sie das kf online unter www.konsum.ch

Die Digitalisierung des Telefonbuchs

Die erste offizielle Telefonverbindung der Schweizer Geschichte stand am 13. Dezember 1877 zwischen Bern und Thun. Drei Jahre später erschien das erste gedruckte Telefonverzeichnis mit genau 96 Eintragungen. Lange Zeit blieb das Telefonbuch eine der beliebtesten Publikationen. Erst um das Jahr 2000 ging die Nutzung langsam zurück. Gleichzeitig gewannen elektronische Verzeichnisse wie local.ch und search.ch an Bedeutung. Sie bieten nebst den Einträgen zahlreiche Zusatzinformationen und praktische Dienstleistungen, die dank Smartphones und Tablets heute jederzeit und überall verfügbar sind.

Im Jahr 1880 erhielt Zürich auf private Initiative hin das erste öffentliche Stadtnetz und verzeichnete im Telefonbuch 96 Eintragungen. Es war nicht nur die Zeit der Genese der modernen technischen Kommunikationsmittel, es war auch die Epoche der Industrialisierung und der stürmischen Entwicklung des Verkehrs – unter anderem mit dem Bau des Gotthard-Tunnels. Wie schnell sich das Telefon durchsetzen würde, zeigte sich anhand des jährlich dicker werdenden Telefonverzeichnisses. Eine Eintragspflicht gab es keine, aber alle wollten im Telefonverzeichnis aufgeführt sein. Schon 100 Jahre nach der Erstveröffentlichung umfasste das Verzeichnis der Stadt Bern bereits 600 hauchdünne A4-Seiten.

Bereits zu jener Zeit waren die Einträge mit einem Stern versehen. Damals signalisierte der Stern, dass die Appareate eingeschaltet und somit in Funktion waren. Heute hingegen zeigt der Stern an, dass keine Werbung (Werbestern) erwünscht ist.

Wendepunkt

Erst mit der Verbreitung des Internets und dem Siegeszug der Mobiltelefonie begann die Nutzung der gedruckten Telefonverzeichnisse langsam zurück zu gehen. Aber auch heute nutzen immer noch rund 54 Prozent der Schweizer Bevölkerung den Local Guide, wie das Telefonbuch heute heisst. local-

search – die Herausgeberin des Local Guides – publizierte im Jahr 2017 fast 3 Millionen Exemplare des gedruckten Telefonbuches für die Schweiz. Für die verschiedenen Regionen gibt es je einen eigenen Local Guide. Er erscheint heute in 93 verschiedene Ausgaben – von Genf bis Romanshorn, von La Chaux-de-Fonds bis ins Engadin, vom Fricktal bis ins Oberwallis und von Lugano bis Schaffhausen.

Der Local Guide beinhaltet die Gelben und Weissen Seiten mit Telefonnummern und Adressen von Unternehmen und Privatpersonen. Zudem finden sich weitere hilfreiche Informationen zur Region oder zur Stadt wie beispielsweise Notfallnummern oder Kontaktadressen der Gemeinden sowie Ferien- und Abfallkalender. Darüber hinaus enthält der Local Guide redaktionelle Beiträge mit Tipps und Empfehlungen für unterschiedliche Lebenslagen.

Trotz dieser nützlichen Angebote im Local Guides nutzen immer mehr Menschen die praktischen und jederzeit verfügbaren Online-Verzeichnisse.

Digitale Alltagshelfer

Seit 1995 respektive 2005 bieten search.ch und local.ch Adressverzeichnisse in digitaler Form an. Im Laufe der Jahre wurden die Online-Verzeichnisse laufend mit zusätzlichen Dienstleistungen und Informationsangeboten

erweitert. So bieten die beiden Plattformen heute für verschiedenste Alltagssituationen Hilfestellungen. local.ch und search.ch gibt es natürlich auch als App für Smartphones und Tablets. So sind die Informationen auch unterwegs jederzeit abrufbar.

search.ch ist der nützliche Assistent für den Alltag: Nutzerinnen und Nutzer finden auf search.ch nebst den Adressangaben aktuelle Wetterinformationen und -prognosen, können das TV- und Kinoprogramm abrufen und erhalten vom ÖV-übergreifenden Fahrplan den schnellsten Weg nach

Hause angezeigt; direkt vom aktuellen Standort aus bis zur nächstgelegenen Haltestelle und dann zum Zielort.

Die «Live Search» – eine Zusatzfunktion der App – führt noch weiter und zeigt den Nutzerinnen und Nutzern standortbezogene Informationen an. Abhängig davon, wo man sich gerade befindet, zeigt die Live Search neben dem aktuellen Wetter und einer Wetterprognose auch an, wo sich die nächstgelegene Haltestelle, Postfiliale oder Tankstelle befindet und sogar wo in der Umgebung eine Wohnung frei wäre.

local.ch hilft den Konsumentinnen und Konsumenten dabei, bei der Wahl eines Dienstleisters die beste Entscheidung zu treffen. Dank den Bewertungen zu den Unternehmen, die von Nutzerinnen und Nutzern abgegeben werden, kann man sich von der Qualität des Restaurants oder dem Service des Handwerkes überzeugen. local.ch zeigt aber auch Ideen für Freizeitangebote in der Nähe an oder wo ein freier Tisch im Restaurant zu finden ist. Der Tisch lässt sich dann auch gleich auf local.ch reservieren. local.ch und search.ch sind nicht nur

nützlich, sondern auch spielend leicht zu bedienen und gehören deshalb mit rund 7 Millionen Besuchern pro Monat zu den meistbesuchten Websites der Schweiz. local.ch verzeichnet zudem rund 42 Millionen Suchanfragen pro Monat.

www.local.ch, www.search.ch



In den Niederlanden wird es künftig kein gedrucktes Telefonbuch mehr geben. Auch in anderen Ländern macht man sich Gedanken darüber.

In den Niederlanden wird das gedruckte Telefonbuch im Februar zum letzten Mal in die Haushaltungen verteilt. Danach sollen – vor allem für Senioren – Online-Schulungen angeboten werden. Das Internet mache das gedruckte Exemplar überflüssig.

Auch in Deutschland stellt man sich die Frage, ob das Telefonbuch noch zeitgemäss sei. Insgesamt 100 Millionen solcher Bücher werden in Deutschland gedruckt – und das Jahr für Jahr. Doch benutzt wird das gedruckte Telefonbuch zumindest von Internetnutzern – die laut Weltbank 84 Prozent

der Gesamtbevölkerung ausmachen – nur selten. Viele von ihnen haben noch nicht einmal eins zu Hause. Das ist das Ergebnis einer aktuellen YouGov-Umfrage. Demnach suchen diese wesentlich häufiger im Internet nach Telefonnummern. So schaut lediglich jeder fünfte Befragte häufig oder sehr häufig in das gedruckte Telefonbuch, wenn er eine ihm unbekannte Telefonnummer sucht. Weitere 18 Prozent tun dies manchmal, jeder Vierte selten und gut jeder Dritte nie. Ganz abschaffen würde das gedruckte Telefonbuch allerdings nur knapp jeder vierte Befragte.

Konsument hat ebenfalls eine kleine Umfrage zu diesem Thema bei vier Personen zwischen 57 und 91 Jahren gemacht. «Wir haben bewusst zwei alte Telefonbücher – den Ost- und Westteil des Aargaus – behalten», sagt Anita Rudin aus Würenlos. Etwas Nostalgie schwingt in ihrer Stimme mit. «Mittlerweile habe ich jedoch völlig umgestellt, suche mir Telefonnummern nur noch online heraus», sagt die 57-Jährige. «Früher hingegen, da war das Telefonbuch das spannendste Buch überhaupt», sagt sie lachend. «Man konnte wunderbar diskret darin schmökern, schauen, wer wohl mit wem verheiratet ist, wer wohl noch am gleichen Ort wohnt und anderes mehr.» Auch bei der Arbeit sei das Telefonbuch nicht wegzudenken gewesen. Zur Kontrolle von Kundendaten

war es unverzichtbar. «Über das Telefonbuch kam ich sogar auf die Idee, einen Sprachaufenthalt in den USA zu machen, als ich beim Arbeiten auf einen solchen Telefoneintrag stiess», erinnert sich die Würenloserin.

Früher sei eben alles noch ein bisschen anders gewesen. Dem stimmt ihr Mann zu. «Wir hatten lange kein Telefon, meine Eltern nutzten, wenn überhaupt, dasjenige der Nachbarn», sagt Hans Rudin. Der 74-Jährige hat auch später nie gross vom Telefonbuch Gebrauch gemacht. «Falls die gedruckte Version ganz abgeschafft wird, würde ich es nicht einmal merken. Für mich ist das Telefonbuch <Tempi passati>, ich suche die Nummern schon lange online heraus», betont er. Für Maria Frei aus Wettlingen und Peter Schneyter aus Zürich ist dieses Buch jedoch alles andere als «Tempi passati». Maria Frei, 91 Jahre alt: «Ich brauche ein Telefonbuch, ich muss doch die Nummern meiner Bekannten herausfinden können. Ich würde es vermissen, wenn es abgeschafft würde.» Genau gleich sieht es der 80-jährige Peter Schneyter aus Zürich, der sich auch nicht vorstellen kann, dass es die gedruckte Variante irgendwann nicht mehr geben könnte.

Carolin Frei



Fair-Preis-Initiative

Alles andere als fair

Ein Kommentar von Jannis Strauss. Wenn auf einmal die viel beschworene Transparenz fehlt: Die Stiftung Konsumentenschutz SKS gaukelt den Konsumentinnen und Konsumenten mit einer von ihnen lancierten so genannten Fair-Preis-Initiative vor, etwas gegen die Hochpreisinsel in der Schweiz unternehmen zu können. Dies ist nicht nur verwirrend, sondern eine klare Täuschung der Stimmbürger.

Am 12. Dezember 2017 wurde die Volksinitiative «Stopp der Hochpreisinsel – für faire Preise» gemäss Bundeskanzlei mit 107 889 gültigen Stimmen eingereicht. Diese Initiative ist auch bekannt unter dem Namen «Fair-Preis-Initiative». Aktuell läuft die Frist des Bundesrats dem Parlament einen Vorschlag für eine Stellungnahme vorzubereiten. Für das Dossier zuständig ist das Eidgenössische Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF. Die Forderung stammt von Seite der Stiftung für Konsumentenschutz SKS. Zu den weiteren bekennenden Köpfen hinter der Initiative stehen Gastro Schweiz, der Wirtschaftsverband Swisshome, sowie eine Gruppe von Politikern querbeet durch die ganze Politlandschaft.

Die tatsächliche Absicht der Unterstützer ist ein wenig schwammig. Sie möchten zwar das Problem der Hochpreisinsel Schweiz angehen, es stellt sich jedoch die Frage zu wessen Vorteil? Das angestrebte Ziel der Initianten soll es zwar sein, mit einer Verfassungsänderung und dadurch neu definierten Gesetzen, eine wirksame Grundlage gegen die horrenden «Schweiz-Zuschläge» vorgehen zu können. Als berühmtes Beispiel werden da öffentlich immer wieder Nivea Produkte genannt, die angeblich aufgrund des Herstellers zu überhöhten Preisen in der Schweiz verkauft werden müssen. Laut Initiativkomitee sind diese Zuschläge gärrmissbräuchlich. Dass wir hier in der Schweiz viel teurer einkaufen als im

Ausland ist Herr und Frau Schweizer schon längst aufgefallen. Kein Wunder also frönen so viele Konsumentinnen und Konsumenten dem Einkaufstourismus. Die Schuld an diesem «Schweiz-Zuschlag» hat aber kaum der Hersteller im Ausland. Hierfür muss man sich einmal klar werden, wer eigentlich die so genannte Marktmacht in der Schweiz hat. Oder anders ausgedrückt: Wer eigentlich die Preise in der Schweiz festlegen kann. So hat das Duo Migros und Coop um die 80 Prozent des gesamten Schweizer Detailhandelsmarktes unter ihrer Kontrolle gebracht. Die beiden Genossenschaften haben praktisch alles aufgekauft, was neben ihnen existiert hat. Und zwar nicht nur Detailhändler, sondern auch Produzenten und Distributoren.

Dies nicht zuletzt, weil sie als Genossenschafter keine Gewinne verbuchen dürfen und daher zu ständigem Investieren gezwungen sind. Profitieren von der Initiative würde deshalb vor allem Migros und Coop, die ihre Marktmacht nur noch stärken könnten, wenn diese der Markenhersteller geschwächt würden. Am Ende bleibt da wenig für die Konsumenten übrig, da Migros und Coop schlicht ihre Margen erhöhen könnten, wenn die Initiative funktioniert. Spannend ist übrigens, dass nur Migros sich für die Initiative ausgesprochen hat, Coop allerdings nicht. Weshalb eine Konsumentenorganisation wie die SKS nun ausgerechnet auf die Markenhersteller losgeht und nicht etwa auf das Duo Migros und Coop ist

völlig unverständlich. Auf den ersten Blick mag es zwar noch einleuchtend erscheinen, wenn man Preise im Regal vergleicht und sich über den Markenhersteller ärgert. Aber von einer Konsumentenorganisation wäre eigentlich mehr zu erwarten als diese simple Betrachtungsweise. Vielmehr müsste eine Konsumentenorganisation eigentlich die Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz über das komplexe System im Detailhandel aufklären. Dafür würden sie notabene sogar Bundesgelder erhalten und ihrem Auftrag nachkommen. Lieder tut die SKS dies aber in keine Art und Weise. Lassen sie sich also nicht von dieser Initiative ins Bockhorn jagen, sondern bleiben sie kritisch. Und noch gleich ein Tipp: Kaufen sie doch einfach beim lokalen unabhängigen Gemüsehändler und Metzger ein, das ist zumeist ökologischer und hilft die Marktmacht der orangenen Riesen Coop und Migros in Schach zu halten.

Jannis Strauss

Der Autor Jannis Strauss ist redaktioneller Mitarbeiter vom Konsument mit dem Themenschwerpunkt Politik und Gesellschaft. Er ist Mitgründer und Teil des Jugendparlaments des Kantons Bern. Politisch engagiert er sich mit vollem Elan in erster Linie bei den Jungen Grünliberalen sowie im Vorstand des Jugendparlaments der Stadt Bern.

My Service

WER HILFT MIR BEI TECHNISCHEN PROBLEMEN?



In Zeiten zunehmender Digitalisierung und der rasanten Entwicklung fühlen sich viele Menschen überfordert. Manche trauen sich bei technischen Problemen nicht nach Hilfe zu fragen. Aber auch Fachkundige stossen an ihre Grenzen. Dabei wäre Hilfe da: unkompliziert, effizient und geduldig – mit den Experten von Swisscom My Service.

Dieser Beitrag wird präsentiert von Swisscom.

Wer kennt das nicht? Der PC macht nicht, was er soll, der Drucker spinnt oder der Umgang mit dem neuen Handy gestaltet sich schwieriger als erwartet. Wer nicht allzu vertraut mit Technik ist, kommt meist nicht weiter. My Service von Swisscom hilft genau hier: bei allen Problemen mit Computer, Drucker, Internet, Smartphone oder anderen technischen Geräten.

Den praktischen Support gibt's einfach über die Hotline 0800 822 830, in Swisscom Shops oder persönlich vor Ort. My Service kann im günstigen Abo oder punktuell gebucht werden – auch von nicht Swisscom Nichtkunden.

Wir haben den My Service-Experten Daniel Shapiro gefragt, welche Probleme ihm täglich begegnen und wie er sie löst.

Gibt es Kunden, die panisch sind, wenn sie anrufen?

Ja, das gibt es tatsächlich, aber zum Glück nicht oft. Unsere Aufgabe ist es dann, zu beruhigen und mit Geduld das Problem zu lösen. Dies gelingt uns eigentlich immer. Die Kunden merken gleich, da ist jemand, der ihnen kompetent helfen kann.

Ich habe Ärger mit meinem PC und rufe die My Service-Hotline 0800 822 830 an. Was erwartet mich?

Bei einem Computer beginnen wir mit dem Fernzugriff aufs Gerät. Das geht übrigens auch mit dem Drucker oder Handy. Wenn wir das Problem so nicht lösen können, bieten wir einen Techniker auf, der zu Ihnen kommt.

Das heisst, My Service-Techniker machen auch Hausbesuche?

Richtig. Das passiert meistens, wenn wir keinen Zugriff aufs Gerät bekommen, z.B. bei einem Heimnetzproblem oder wenn die Internetverbindung nicht funktioniert. Dann lösen wir das Problem direkt beim Kunden zu Hause oder im Büro.

Wie lange dauert im Schnitt die telefonische Unterstützung und wie viel kostet sie?

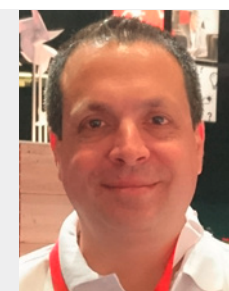
Das kann von 10 Minuten bis zwei Stunden dauern, je nach Problem. Der Support kostet CHF 40.– pro 15 Minuten. Wenn jemand häufiger Unterstützung benötigt, empfehle ich das My Service-Abo, welches wir ab 19.– CHF/Monat anbieten. Hier ist die Unterstützung an der Hotline und im Shop inbegriffen.

Haben Sie einen ultimativen Ratschlag für die Leser zu technischen Problemen?

Viele kommen erst, wenn etwas passiert, anstatt präventiv etwas zu unternehmen. Ein Computer verhält sich ähnlich wie der menschliche Körper oder ein Auto. Auch technische Geräte brauchen regelmässige Wartung, damit man Störungen vorbeugen kann.

Mit welchen Fragen werden Sie am meisten konfrontiert?

Hauptsächlich sind es Probleme mit E-Mail-Programmen oder Druckern sowie Fragen zur Leistung und Sicherheit von Computern.



Daniel Shapiro,
My Service Support Agent
Alter: 51 Jahre

Seit 8 Jahren bei Swisscom und
3½ Jahren in dieser Funktion.

Mag besonders an diesem Job: die Abwechslung. Bei uns ist jeder Anruf, jedes Problem anders und sehr individuell. Auch Menschen helfen zu können, ist eine Leidenschaft von mir und bereitet mir viel Freude.

Digitalisierung ist in aller Munde – Interview mit Prof. Ruedi Alexander Müller-Beyeler

Die digitale Welt ist unaufhaltsam: Wir kaufen online ein oder suchen Informationen im Internet. Zu diesem Thema hat Konsumer einen Experten, Professor Ruedi Alexander Müller-Beyeler, interviewt. Er leitet den Studiengang Multimedia Production an der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Chur und in Bern. Herr Müller-Beyeler hat an der ETH Zürich Ingenieurwesen studiert und ist Kommunikationsexperte mit Schwerpunkt Crossmedia und strategische Markenführung. 2016 erschien im Hauptverlag sein Buch «Das Unternehmen, die Marke und ich – Unternehmen durch Marken führen».

Herr Müller-Beyeler, Sie sind Studienleiter in Medien und Kommunikation. Mit welchen Themen beschäftigen sich die Studierenden in diesem Gebiet? Unsere Studierenden befassen sich mit Fragen zu den ganz grossen gesellschaftlichen, politischen und ökologischen Herausforderungen. Ich stelle fest, dass sich die heutige Jugend durchaus für Gesellschaftsfragen interessiert. Wir stellen uns aber die Frage: Wie müssen Themen aufbereitet sein, damit die Generation, die mit dem Gameboy aufgewachsen ist, sie aufnimmt? Unsere Studierenden verbinden Sprache, Visualisierung und Computertechnik zu einer multimedialen Produktionskompetenz.

Wir haben schon lange digitale Möglichkeiten. Zum Beispiel kamen bereits 1970 die ersten digitalen Uhren auf den Markt. Doch was hat sich seit dann verändert?

Da haben Sie schon recht, auch der Zählrahmen an meinem Laufgitter war so gesehen schon digital. Bei den ersten elektronischen Uhren der 1970er Jahre hat man noch geglaubt, es sei praktisch, die Zeit als Zahl ablesen zu können. Das war eine falsche Annahme, denn unser Gehirn scheint eine analoge Uhr müheloser zu lesen als eine digitale Zahl. Deshalb greift die Zeit-App auf meinem Smartphone heute längst wieder die analoge Uhr als visuelle Metapher auf, auch wenn dahinter ein digitaler Antrieb steht. Die Digitalisierung durchdringt heute alles, auch wenn uns das vielleicht nicht immer bewusst ist.

In welche Richtung geht die Digitalisierung künftig? Laut Comparis hat heute 78 Prozent der Schweizer Bevölkerung im Alter zwischen 15 und 74 Jahren ein Smartphone. Hätten Sie das vor zehn Jahren gewagt vorzusagen? Wahrscheinlich ist dies immer noch nur der Anfang der Digitalisierung, weshalb ich mit Prognosen für die Zukunft vorsichtig bin. Was derzeit sicher und wahrnehmbar läuft, ist die Verbreitung des Internets der Dinge oder neudeutsch: Internet of Things (IoT). Alles, was uns umgibt und alles, was wir tragen, wird gerade immer mehr mit dem Internet verbunden. Ich denke, dass mit

der beschleunigten digitalen Entwicklung gleichzeitig die Analogisierung an Bedeutung gewinnen könnte. Schauen Sie sich nur einmal einen dieser Co-Working-Spaces an, in dem die Startups und Tech-Unternehmen sitzen. Dort wird in grösseren, offenen Räumen gearbeitet und voneinander profitiert. Wir Menschen bleiben eben doch auch analoge Wesen.

Müssen wir uns trotzdem davor fürchten, dass unsere Jobs ersetzt werden?

Ich verstehe die Ängste vieler Menschen. Selbst fürchte ich mich aber nicht davor, sondern bin neugierig, wie sich unsere Kultur wandeln wird. Wir arbeiten doch jetzt seit dreihundert Jahren daran, wie uns die Maschinen die Arbeit abnehmen können. Wozu denn? Wahrscheinlich, damit wir nicht mehr arbeiten müssen! Ja, es werden viele Jobs verloren gehen, wenn die Entwicklung so weiterläuft. Und nein, ich glaube nicht, dass wie im Zeitalter der Industrialisierung dann einfach ganz viele neue Jobs entstehen werden. Vielleicht mögen einige neu entstehen. Im Moment denken wir, dass kreative Berufe überleben werden. Aber wer garantiert, dass die heute schon intelligenten Maschinen nicht auch kreativ werden? Ich glaube eher, dass wir davon wegkommen müssen, Arbeit als Sinn des Lebens zu verstehen. Wenn künstliche Intelligenz in Zukunft alle Arbeit verrichten, dann müssen wir Menschen den Sinn des Lebens woanders suchen und die Ökonomie anders organisieren.

Worin sehen Sie die Chancen der Digitalisierung? Zum Beispiel die Förderung der Autonomie des Kunden durch Self-Checkout-Kassen?

Sie mögen es vielleicht altmodisch finden, aber ich mag den Kontakt mit dem Menschen an der Kasse. Aber Sie haben recht, diese Berufsgruppe wird wohl rasch verschwinden. Also werde ich vielleicht beginnen, öfters mal mit anderen Kunden zu plaudern, die durch das digital organisierte Kaufhaus schlendern. Mit der Zeit wird mich das Unternehmen durch die digitale Verrechnung so gut kennen, dass ich direkt zu den potentiellen Angeboten geführt werde.

Das klingt verlockend, leitet mich aber in eine Blase hinein, die eher kleiner als grösser wird. Ich werde also die Fähigkeit entwickeln müssen, meine Trampelpfade im Denken und im Handeln immer wieder zu verlassen.

Welche Gefahren bringt die Digitalisierung Ihrer Meinung nach mit sich?

Wir können jeden Tag über irgendwelche Hacks und Lecks lesen. Fahrlässige oder gezielt kriminelle Handlungen können die Integrität von Individuen, Unternehmen und ganzen Ländern gefährden. Das demokratisch gedachte Internet droht heute die Demokratien zu unterwandern, weil einzelne wenige Unternehmen, darunter Apple, Amazon, Google und Facebook, alle Datenströme zu sich lenken und damit grosse Macht bekommen. Dies bietet jedoch, wie bereits erwähnt, auch grosse Chancen.

Stellen Sie fest, dass sich auch die ältere Generation zunehmend auf die heutige digitale Welt einlässt?

Ich bin jetzt 64 Jahre alt, also ein älterer Mensch. Meine Generation der digitalen Immigranten ist nicht mehr jung, aber viele von uns halten durchaus mit. Wir müssen nur den Mut haben, einfach mal auszuprobieren, zu scheitern und wieder auszuprobieren, ohne immer alles genau verstehen zu wollen. Heute versteht kein einzelner Mensch mehr alles, was in der digitalen Welt geschieht und was wir nutzen können. Also müssen wir einfach versuchen. Wir sollten uns zum Beispiel nicht scheuen, auf Google mit Stichworten und Sätzen nach Dingen zu suchen, die wir noch nicht kennen. Dabei jedoch nur den Quellen trauen, die wir doppelt und dreifach überprüfen können. Wir sollten kritisch neugierig bleiben.

Christina Horber



Vom online shoppen zur grenzüberschreitenden Bestellung

Der Onlinehandel boomt mehr denn je, Herr und Frau Schweizer lieben es online zu shoppen. In der Schweiz wächst der Versand- und Onlinehandel weiter stärker als der Einzelhandel, das Wachstum beträgt bis zu 8%. Im Jahr 2017 wurden geschätzte Waren im Wert von 8,5 Milliarden Franken in Onlineshops bestellt.

Laut einer Erhebung des Bundesamts für Statistik ist die Schweiz im europäischen Vergleich knapp hinter den Briten auf Platz zwei beim Onlineeinkauf. 64% der 16-74 jährigen hätten im Erhebungszeitraum einen Onlineeinkauf getätigt. Der immer noch ansteigende Trend ist gut verständlich, da es unbestritten praktisch ist, unsere Einkäufe bequem von zuhause aus zu tätigen. Der Einfluss auf den Detailhandel durch die Digitalisierung ist denn auch immens. Laut Bfs brach der Schweizer Detailhandel 2016 um fast sieben Prozent ein. Oft hat das Shoppen aber noch ein Markt hinderndes Nachspiel für uns Besteller: Die Zollgebühren.

Längst nicht alle Onlinhändler haben ein Abkommen mit den hier operierenden Distributionsanbietern. Die Post CH AG beispielsweise hat mit Zalando ein Abkommen dank welchem die Zollgebühren entfallen. Der zollfreie Versand aus Deutschland und die kostenlose Rücksendemöglichkeit setzen enorme Kaufanreize. So fanden im



Jahr 2017 alleine, 7.5 Millionen Zalando Pakete ihr Ziel in Schweizer Briefkästen. Täglich sind das bis zu 30w000 Sendungen die zugestellt werden. Das grösste Stück vom Onlinehandelkuchen hat allerdings der Elektronik-Gadget Handel inne. Und genau hier können horrende Zoll Aufpreise für rote Köpfe sorgen. Es braucht deshalb dringend eine Liberalisierung im Onlinehandel. Insbesondere die oft beklagte Schweizer Hochpreisinsel, ausgelöst durch das Duopol Migros und Coop, würden dadurch stark unter Druck kommen. Wenn wir Konsumentinnen

und Konsumenten im Ausland, etwa in der EU, zollfrei einkaufen könnten, so würde das enorme Preissenkungen in der Schweiz bedeuten und zwar im Onlinehandel wie auch im stationären Handel. In der kommenden Frühjahrssession berät das Schweizer Parlament über diverse Vorstösse zur Lockerung des Grenzüberschreitenden Einkaufens. Wie das Parlament entscheidet und ob wir alle davon profitieren werden, kann ich ihnen im nächsten Heft darlegen.

Jannis Strauss

Unsere neue Website locator.ch hat es sich zur Aufgabe gemacht, den fairen, seriösen und rechtschaffenen Firmen in der Schweiz eine Plattform zu bieten, auf dem ihre Arbeitsweise geschätzt, gesucht und bevorzugt wird. Publiziert werden ausschliesslich Firmen, die sich für Fairness und Qualität auf dem einheimischen Markt einsetzen, gemäss dem Ehrenkodex KMU vom Schweizerischen Konsumentendienst.



Liebe Konsumenten



Auf unserer Beratungsstelle erhalten wir regelmässig viele Anfragen von Konsumentinnen und Konsumenten zu bestimmten Produkten oder Firmen. Daher macht es in unseren Augen Sinn, wenn sich Unternehmen von vornherein als servicefreundlich präsentieren können. Wir freuen uns sehr, Ihnen unseren neuen Internetdienst locator.ch vorstellen zu dürfen. Das locator.ch-Verzeichnis ist kein Verzeichnis im eigentlichen Sinne. Es handelt sich um eine erweiterte Datenbank, die durch den Konsumentendienst betrieben wird: Firmen, die auf unserer Plattform aufgeschaltet werden, empfehlen sich als solide Schweizer Unternehmen, für die Fairness und Transparenz eine Selbstverständlichkeit sind.

Um Ihnen, liebe Leserin, lieber Leser, die besten Voraussetzungen für die Suche nach zuverlässigen und vertrauenswürdigen Firmen zu bieten, führen wir laufend Gespräche für die Auswahl von geeigneten Anbietern aus allen Branchen. Sobald jeweils unsere Qualifizierung abgeschlossen ist, bekommt das ausgewählte Unternehmen unser Gütersiegel für Fairness und Qualität. Das Unternehmen verspricht damit dem Kunden eine faire Dienstleistung und die bestmögliche Qualität.

Verleger: Konmedia GmbH
Trägerschaft: Konsumentendienst Schweiz
Geschäftsleiter: Patrick Dütschler
Redaktion: Jannis Strauss, Marco Targa, Natalie Sidler-Vrticka, Carolin Frei, Christina Horber
Nachrichtenagenturen: Schweizerische Depeschagentur
Bilder: Keystone, Fotolia
Verlag und Redaktion: Seebacherstrasse 4, 8052 Zürich
 044 545 02 20 (Verlag)
 041 541 60 00 (Redaktion)
 041 541 15 01 (Fax Verlag & Redaktion)
 abo@konsumer.ch (Aboservice)
 service@konsumer.ch (Inserate)
 redaktion@konsumer.ch (Redaktion)
Rechtsberatung: Konsumentenforum (kf), 3007 Bern
 031 380 50 34 (Festnetzstarif)
 kfberatung@konsum.ch
Druck: Bruhin AG, 8807 Freienbach
Erscheinungsweise: 6 x jährlich

KONSUMER

Ergänzung zu bestehenden Angeboten

Das Dienstleistungszentrum des Konsumentendienstes ergänzt das Angebot von

den bewährten Swisscom-Verzeichnissen search.ch und local.ch mit dem Ziel der Förderung von Schweizer KMU-Betrieben und der Berücksichtigung der Konsumenteninteressen. Wir leisten damit einen wichtigen Beitrag an einen funktionierenden Wettbewerb im besten Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten.

Zahlreiche Vorteile für Unternehmen

Firmen gehen eine privilegierte Partnerschaft mit dem Konsumentendienst Schweiz ein, die nur auf Antrag genehmigt wird. Partner-Unternehmen dürfen das exklusive Gütersiegel auf ihrer Webseite zeigen und überall damit werben. Konsumentinnen und Konsumenten erhalten dadurch Gewissheit, dass es sich beim besagten Unternehmen um einen seriösen Anbieter handelt, der kundenfreundlich arbeitet und ein hohes Mass an Serviceleistung bietet.

Ein schöner Nebeneffekt dieser Partnerschaft besteht für Firmen darin, dass es zu einem erhöhten Auftragsvolumen kommen kann. Wie erfreuliche Erfahrungsberichte aus Deutschland zeigen, hat die Partnerschaft mit einer Konsumentenorganisation sich für viele Unternehmen als extrem geschäftsfördernd erwiesen, so dass in manchen Fällen zusätzliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen eingestellt werden mussten, um mit dem erhöhten Auftragsvolumen klarzukommen. Das höhere Auftragsvolumen kann zu Engpässen führen und dementsprechend auch zu längeren Auslieferzeiten. Wir informieren die Konsumentinnen und Konsumenten auf locator.ch laufend über die aktuelle Situation.

Marco Targa,
Berater Konsumentendienst



Achten Sie bei Ihrem nächsten Einkauf auf dieses Gütersiegel.

ÜBER'S OHR GEHAUEN WORDEN?

Die günstigste
Rechtsberatung
hilft!



Mit einem **Jahresbeitrag von Fr. 50.-** sichern Sie sich unsere **Rechtsberatung zum Nulltarif** und erhalten vier Mal jährlich unser Magazin «**konsum.ch**».

So werden Sie Mitglied:

[www.konsum.ch/shop/
mitglied-konsumentenforum-kf](http://www.konsum.ch/shop/mitglied-konsumentenforum-kf)



Schweiz. Konsumentenforum kf
Belpstrasse 11
CH-3007 Bern
031 380 50 30

Beratungshotline

zum Festnetztarif:

031 380 50 34

kfberatung@konsum.ch

Öffnungszeiten:

Mo – Mi: 10:30 – 13:30 Uhr

Do – Fr: 12:30 – 15:30 Uhr

SCHWEIZERISCHES
KONSUMENTENFORUM kf

