KONSUMER

KONSUMER.CH | DAS SCHWEIZER KONSUMENTENMAGAZIN

Nr. 6/7 · Juni / Juli / August 2018 · www.konsumer.ch · www.kundenversprechen.ch

Information Beratung Engagement

Werbeanrufe
Umfrage bekräftigt Relevanz der Sperrliste
Artikel auf Seite 34

Mecker-Portal
Firmen wollen Website von K-Tipp nicht nutzen
Artikel auf Seite 36

Digitalisierung
So bleiben auch Senioren fit
Artikel auf Seite 38

Renzo Blumentahl
Markenbotschafter 2018

Wie die Digitalsierung unser Leben verändert.

Freude wächst,
wenn man sie teilt.
Im besten
Mobilfunknetz
der Schweiz.
Swisscom
Jana Berger hat ein Foto geteilt.
connect
TESTSIEGER
Swisscom
Mobilfunknetztest Heft 1/2018
DAS BESTE
NETZ
DER SCHWEIZ
swisscom

Editorial

Geschätzte Leserinnen und Leser

Konsumenten mit konsumentenfreundlichen Unternehmen zusammenführen. Dieses Ziel verfolgt der Konsumentendienst Schweiz nicht nur als Herausgeber des Konsumers, sondern auch mit dem Betrieb von locator.ch, der ersten digitalen Empfehlungskartei für konsumentenfreundliche Firmen in der Schweiz.

Es freut uns, dass sich locator.ch in Kooperation mit Medien und Verbänden zunehmend zum führenden Schweizer Informations- und Verzeichnisdienst entwickelt und profiliert, zum einfachen Nachschlagen der Kundenfreundlichkeit und Seriosität von Firmen. Denn mit einer sogenannten «Fairness Card», d.h. einem Eintrag auf locator.ch, präsentieren sich qualifizierte Firmen als überdurchschnittlich kundenfreundliche Unternehmen. Hier dürfen Konsumentinnen und Konsumenten vertrauen und beruhigt einkaufen…

…und werden nicht über den Tisch gezogen! Denn immer wieder erhalten wir Reklamationen und Meldungen über unseriöse Anbieter, so dass unseren Rechtsberatern auch schon manchmal die Haare zu Berg stehen. Als Fürsprecher eines glaubwürdigen, auf den Kerngehalt fokussierten Konsumentenschutzes hat unser Verband daher unter www.kundenversprechen.ch den «Ehrenkodex für KMU» lanciert, der nicht nur der Plattform locator.ch zugrunde liegt, sondern einer universalen Initiative für Schweizer Gewerbetreibende entspricht mit dem Ziel, die unternehmerische Eigenverantwortung zu stärken und so der Tendenz zur staatlichen Überregulierung entgegenzuwirken.

Auf diesem Wege bringen wir hoffentlich möglichst viele Konsumenten mit konsumentenfreundlichen Unternehmen zusammen.

Mit schützenden Grüssen
Ihr Konsumer-Team

Inhalt Konsumer

Editorial 33
Impressum 33
Werbeanrufe 34
Fake News 35
Mecker Portal 36/37
Senioren & Technik 38
Konsumer-Tipp 40
Unsere Partner 41
Digitaler Wandel 42

Impressum Konsumer

Verleger Konmedia GmbH
Trägeschaft Konsumentendienst Schweiz
Geschäftsleiter Patrick Dütschler
Redaktion Jannis Strauss, Marco Targa, Natalie Sidler-Vrticka, Carolin Frei, Christina Horber
Nachrichtenagenturen
Schweizerische Depeschenagentur
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)
Aboservice abo@konsumer.ch
Inserate service@konsumer.ch
Redaktion redaktion@konsumer.ch

Rechtsberatung
Konsumentenforum (kf), 3007 Bern
031 380 50 34 (Festnetztarif)
kfberatung@konsum.ch
Erscheinungsweise 5 x jährlich
Produktion Lichtpunkt Design
info@licht-punkt.ch · www.licht-punkt.ch
www.konsumer.ch

«Wie stehen Sie zu Werbeanrufen?» Konsumentendienst-Umfrage bekräftigt Relevanz der KDS-Sperrliste

Werbeanrufe sind wie Schmeissfliegen: Sie nerven, kommen immer wieder und man weiss nicht so recht, wie man sie loswerden soll. In Zusammenarbeit mit dem Konsumer hat der Konsumentendienst Schweiz erforscht, wie Schweizerinnen und Schweizer persönlich mit Werbeanrufen umgehen und ob es sich bei diesem Thema tatsächlich um das grösste Konsumentenärgernis unserer Zeit handelt wie immer wieder behauptet wird. Bei der Umfrage wurden über 10'000 Personen mit Wohnsitz in der Schweiz befragt, wobei auch die Frage zur Diskussion stand, ob Werbeanrufe ganz verboten werden sollen.

Man kennt es vom eigenen Familienznacht her. Die Kinder haben Platz genommen und man freut sich schon auf seine Fischstäbchen. Kaum aber sitzt man bequem im Stuhl, klingelt auch schon das Telefon und ein überfreundlicher Callcenter-Mitarbeiter, dessen Redeschwall sich gar nicht so leicht stoppen lässt, will einem ein unnötiges Produkt zum überteuerten Preis andrehen. So oder ähnlich passiert es rund 600'000 mal in der Schweiz – jeden Tag! Der Konsumentendienst Schweiz wollte daher von den Konsumentinnen und Konsumenten wissen, wie sie selber zum Thema Werbeanrufe stehen. Sind Werbeanrufe tatsächlich so nervig? Was bewirkt der Sterneintrag? Was ist von selbstregulatorischen Initiativen wie z.B. der Robinsonliste zu halten? Sollte man Werbeanrufe in der Schweiz ganz verbieten?

Die Resultate lassen aufhorchen: Fast 80% der befragten Personen befürworten ein nationales Verbot von Werbeanrufen. Es ist der mit Abstand unbeliebteste Kontaktkanal für Werbeinhalte, vor dem Fax (69 % Ablehnung) und dem E-Mail (57 % Ablehnung). Einzig der traditionelle Postweg kann sich einer Zustimmung von 66 % erfreuen. Spannend ist auch, dass der im Zuge der Gesetzesverschärfung von 2012 vielgepriesene Sterneintrag im Telefonbuch kein allzu grosses Vertrauen geniesst: Lediglich ein Viertel der Befragten glaubt, dass mit dem Sterneintrag unerwünschte Werbeanrufe abgewendet werden.

Prinzip Selbstregulierung hoch im Kurs

Überdurchschnittlichen Zuspruch finden selbstregulatorische Bemühungen aus der Werbebranche selber. So sind drei von vier Personen der Meinung, dass es sinnvoll ist, wenn ein Unternehmen sich freiwillig an gewisse Minimalstandarts wie z.B. einen Ehrenkodex oder eine Robinsonliste hält. Dies deckt sich mit dem Engagement des Vereins Konsumentendienst Schweiz im Rahmen der Übernahme der Werbesperrliste vom ehemaligen IT-Unternehmen Datacom (Schweiz) GmbH.

Bei der Werbesperrliste (heute: KDS-Sperrliste) handelt es sich um eine selbstregulatorische Initiative für die nationale Werbebranche nach dem Vorbild der bekannten Robinsonlisten des Schweizer Dialogmarketing-Verbandes (SDV). Das Ziel der KDS-Sperrliste besteht darin, unerwüschte Werbung zu unterbinden mittels eines individuellen Werbefilters, mit dem Konsumenten (von ihren persönlichen Interessen abhängig) für sich selber festlegen können, welche Werbung auf welche Weise sie künftig noch erreichen soll. Denn wie sich aus der Umfrage ebenfalls ergeben hat, ist nicht einfach jede Werbung für jedermann gleich unerwünscht. Aktuell umfasst die KDS-Sperrliste knapp über 35'000 Einträge von Konsumentinnen und Konsumenten aus der Schweiz.

Weitere Informationen zur Funktionsweise der KDS-Sperrliste sowie diverse Eintragsmöglichkeiten finden sich auf **www.sperrliste.ch.**

Über Fake News in Schweizer Medien
Warum Andreas Glarner kein «Wischi-Waschi» duldet

Andreas Glarner, Nationalrat und Gemeindeammann von Oberwil-Lieli, ist ein Mann der deutlichen Worte. Was Glarner über Fake News denkt? Lesen Sie hier seine Kolumne, die er exklusiv für den Konsumer verfasst hat.

Die Medien in der Schweiz sind – Gott sei's geklagt – mehrheitlich links einzuordnen. Und so kommt es, dass man die SVP und deren Vertreter viel lieber in die Pfanne haut, als sich ernsthaft mit deren Anliegen auseinander zu setzen. Die Ungleichbehandlung ist oft frappant – wird aber vom Durchschnittskonsumenten nicht immer auf Anhieb als solche wahrgenommen.

Im ersten Amtsjahr als Nationalrat habe ich die verschiedensten Medienvertreter kennengelernt und deren Ergüsse über mich ergehen lassen müssen. Weil ich jeden Journalisten, der eine Unwahrheit über mich schreibt, zur Richtigstellung auffordere, hören die Fake-News langsam auf. Die meisten Vertreter dieser Zunft sind dankbar, wenn man ihnen auch am Wochenende zur Verfügung steht und klare Aussagen statt «Wischi-Waschi» zu Protokoll gibt.

Es gibt Journalisten, bei denen ich jedes Wort genau prüfen muss – und andere, denen ich voll vertrauen kann. In der Regel sieht man ja nicht den ganzen Artikel, sondern nur die Zitate. Diese wirken – wenn sie in einen falschen Zusammenhang gestellt werden – oft ganz anders, als sie gedacht waren… Anders ist es bei den TV-Anstalten. Hier sind die privaten Sender sehr fair und ausgewogen. Gerade Sendungen wie «SonnTalk» oder «Talktäglich» erlauben es, die Meinung klar und ungefiltert äussern zu können. SRF hingegen ist für mich die Abkürzung für «Sehr rotes Fernsehen»…

Zur Illustration des Wohlwollens gewisser Journalisten gegenüber der SVP soll folgende Episode dienen: Als kürzlich ein SVP-ler mit seinem Sohn in den Zoo ging, kam er etwas nahe am Zaun des Löwengeheges vorbei.

Ein Löwe schnappte sich einen Arm des kleinen Jungen und es entbrannte ein erbitterter Kampf, bis zu guter Letzt der SVP-Vater seinen Sohn dem Löwen entreissen und erleichtert in die Arme schliessen konnte. Dies sah ein zufällig anwesender Blick-Reporter, worauf dessen Boulevard-Blatt am nächsten Tag titelte: «SVP-Politiker verweigerte Afrikaner die Nahrung.»

Überflüssiges Mecker-Portal
Firmen wollen K-Tipp-Website nicht nutzen

Die Konsumentenzeitschrift K-Tipp betreibt eine Website, die es Konsumenten erleichtern soll, bei Unternehmen Reklamationen hervorzubringen. Was nicht gesagt wird: Viele Firmen verweigern die Nutzung. Dies offenbar aus gutem Grund, wie Recherchen vom Konsumer zeigen.

Die Ankündigung sorgte für Aufsehen: Vor einiger Zeit versandte der K-Tipp einen Werbebrief an tausende Unternehmen in der Schweiz, worin sich das Magazin für die «Mithilfe» bedankte, «das Reklamations-Management für die Schweizer Konsumenten zu verbessern». Mithelfen könne jedes Unternehmen, das sich auf reklamation.ch ein Konto erstelle, hiess es im zweiseitigen Schreiben. Und: Mit der neulancierten Plattform würde der K-Tipp fortan dafür sorgen, dass Reklamationen künftig einfacher werden.

Mecker-Portale gibt es schon lange

Reklamation.ch ist eine typische Beschwerde-Plattform: Die Leistung besteht vornehmlich darin, eine platzierte Reklamation an ein Unternehmen weiterzuleiten. Wenn das Unternehmen antwortet, was nicht sehr oft der Fall ist, wird die Antwort zugestellt. Die Verbraucherzentralen in Deutschland stellten die Leistung solcher Plattformen schon vor Jahren in Frage. Ihrer Meinung nach handle es sich dabei um nichts anderes als einen «Weiterleiten»-Button im E-Mail-Konto, was dem Konsumenten keinen wirklichen Nutzen biete.

Auch Reto Puma, der Initiator der ersten Beschwerde-Plattform der Schweiz, zweifelt mittlerweile stark am Konzept der simplen Weiterleitung: «Als ich im 2012 meine Plattform online stellte, merkte ich relativ rasch, dass es so nicht funktionieren kann.» Pumas «Reklamationszentrale Schweiz» hat sich seither deutlich gewandelt und weiterentwickelt: «Nun bieten wir richtiges Beschwerde-Management, wobei Kunden auch ein Resultat erhalten», so Puma.

«Die Plattform vom K-Tipp wird auf lange Zeit nicht funktionieren.»

Bevor Puma seine Beschwerde-Plattform im 2012 online stellte, trat er auch mit dem K-Tipp in Kontakt. Puma: «Ich wollte das Interesse prüfen, ob die Verantwortlichen das Anliegen einer Beschwerde-Plattform im Internet unterstützen würden. Leider war dies damals nicht der Fall und ich hatte das Gefühl, belächelt zu werden.» Offensichtlich hinterliess seine Anfrage aber dennoch einen bleibenden Eindruck, denn 3 Jahre später kopierte der K-Tipp schlichterhand sein Konzept und stellte die Website reklamation.ch ins Internet. Besonders dreist: Sogar die Begrifflichkeit wurde vom K-Tipp einfach übernommen. So tauchte das von Puma etablierte «Reklamationsbarometer» nicht mehr länger nur auf seinem Portal auf, sondern neu auch auf der K-Tipp-Kopie. Puma sagt, es freue ihn zwar, dass der K-Tipp, den Nutzen einer Beschwerde-Management-Plattform mittlerweile erkannt habe. Er ist sich aber auch sicher, dass die K-Tipp-Plattform mit dem simplen Konzept der Weiterleitung auf lange Sicht nicht funktionieren werde.

Auf die Frage, warum der K-Tipp damals nicht mit Reto Puma zusammenarbeiten wollte und auch noch heute seine mittlerweile mehrjährigen Markterfahrungen zurückweist, antwortet Peter Salvisberg, Mitglied der K-Tipp-Geschäftsleitung: «Wir haben kein Interesse an einer Zusammenarbeit mit Reto Puma, weil dessen Arbeit gewinngetrieben ist.» Wer sich aber die Mail-Korrespondenz zwischen Peter Salvisberg und Reto Puma aus der damaligen Zeit genauer anschaut, stellt fest: Reto Puma hat dem K-Tipp von Anfang an verdeutlicht, dass sein Ansatz keineswegs gewinngetrieben ist, sondern gemeinnützig. Auch heute beteuert er: «Wir werden für unsere Arbeit nicht profitabel vergütet. Überdies stecken sehr viele unbezahlte Arbeitsstunden in dem Projekt.» Beim K-Tipp will man

sich an die frühere Mail-Korrespondenz nicht mehr erinnern können. «Die Konsumenteninfo AG (K-Tipp-Verlag, Anm. d. Red.) hat den Gemeinnutz sogar in den Statuten», prahlt Salvisberg und behauptet: «Auch unsere Rechtsberatung ist gratis.» Dabei verschweigt der Marketingprofi Salvisberg allerdings, dass die Rechtsberatung des K-Tipp nur für zahlende Abonnenten gratis ist.

Firmen wollen K-Tipp-Plattform nicht nutzen

Wie schon in einem früheren Test der Sendung «Espresso» vom Schweizer Radio und Fernsehen SRF, reagierte auch im Test vom Konsumer kaum eine Firma auf der K-Tipp-Beschwerdeplattform: Von 5 verfassten Beschwerden an die Schweizer Unternehmen Swisscom, Salt, Interdiscount, Swisscard und Coop, hat lediglich 1 Unternehmen (Swisscom) auf die Anfrage reagiert. Der K-Tipp begründet das schlechte Ergebnis damit, dass im Test eine unglückliche Stichprobe gewählt wurde, die nicht dem richtigen Bild entsprechen würde. Ausserdem befinde sich die Plattform noch im Aufbau und Transparenz im Kundendienst sei halt für viele Unternehmen ein schwieriges Thema. Peter Salvisberg vom K-Tipp: «Die Schweizer Unternehmen sind es nicht gewöhnt, dass man über ihre Fehler spricht. Es braucht eine gewisse Zeit, bis sie die Plattform als Chance begreifen.» Dem widerspricht Reto Puma: «Der Test vom Konsumer beweist einmal mehr, dass die simple Weiterleitung von Reklamationen keinen Sinn macht. Der K-Tipp müsste sein Konzept komplett überarbeiten, wenn die Plattform wirklich funktionieren soll.» Aber warum verweigern eigentlich so viele Firmen die Nutzung von reklamation.ch? Haben Salt, Interdiscount und Coop etwa kein Interesse daran, «das Reklamations-Management für die Schweizer Konsumenten zu verbessern»?

Heikel auch wegen Datenschutz

Coop-Sprecher Ramon Gander erklärt die Schwierigkeit, welche die Behandlung von Kundenanliegen über eine externe Beschwerde-Plattform mit sich bringt: «Für die Bearbeitung von Reklamationen benötigen wir in der Regel eine direkte Rücksprache mit dem Kunden, damit wir die Details zum Problem genau kennen, um dann auch kompetent antworten und gegebenenfalls interne Massnahmen einleiten zu können. Aus diesem Grund wollen wir Kundenanliegen nicht via reklamation.ch beantworten.» Die schlechten Testergebnisse der Plattform kommentiert Coop nicht, erwähnt aber: «Es gibt nebst reklamation.ch diverse ähnliche externe Beschwerde-Plattformen in der Schweiz, die wir nicht ständig nach Kundenmeldungen absuchen wollen und können.» Laut Gander ist es zudem aus Sicht des Datenschutzes «heikel, kundenspezifische Informationen auf öffentlichen Fremdplattformen zu beantworten».

Die Frage nach ausreichendem Datenschutz bei Beschwerdeplattformen wie reklamation.ch beschäftigt auch den Eidgenössischen Datenschutzbeauftragten. Sprecher Francis Meier stellt klar, dass die Publikation von Beschwerden im Internet bestimmten Kriterien unterliege: Heikel sei dabei primär die Information der in der Beschwerde erwähnten Personen. Auch brauche es in der Regel deren Einwilligung. Francis Meier: «Wenn eine Firma oder ihre Mitarbeiter nicht möchten, dass sie auf dem Portal erwähnt werden, können sie vom Betreiber verlangen, dass der vom Nutzer veröffentlichte Eintrag anonymisiert oder entfernt wird. Sollte sich dieser weigern, kann man die Löschung per Zivilklage verlangen.» Bei ehrverletzenden Äusserungen sei auch eine Strafanzeige möglich. Gut möglich also, dass Firmen bald auch rechtlich gegen die K-Tipp-Plattform vorgehen werden.
Infos zur Reklamationszentrale Schweiz finden Sie online unter **www.reklamationszentrale.ch**

Reklamationszentrale Schweiz

Anzeigen

Keine Angst vor moderner Technik
Technikbegeisterte Senioren bleiben länger fit

Kinder und Jugendliche lernen den Umgang mit moderner Technik sozusagen spielend. Für ältere Semester ist das Erlernen der heutigen Smartphone-Technik gar nicht so einfach, trägt aber viel zur geistigen Fitness bei. In speziellen Kursen wird Senioren erklärt, was die Geräte von heute alles können.

«Das Problem ist, wir Älteren trauen uns oft nicht, mit der neuen Technik umzugehen. Die Jungen machen es einfach ohne Ängste», erzählt Rita Güntensperger. Sie ist Stammgast bei den Smartphone-Kursen von Swisscom Academy. Und sie ist auch sonst sehr aktiv. Frau Güntensperger und ihr Mann Bruno reisen ausserordentlich gerne und verbringen viel Freizeit beim Tanzen und der Schauspielerei. Meist nehmen an den Smartphone-Kursen Senioren wie Rita Güntensperger teil, denen es wichtig ist, nicht stehen zu bleiben. Physisch nicht und auch geistig nicht.

Technik hält geistig fit

Gemäss einer Studie des Internationalen Instituts für angewandte Systemanalyse (IIASA) von 2012 senkt die Nutzung von Computern und Smartphones das geistige Alter von Senioren um vier bis acht Jahre. IIASA untersuchte 3000 Menschen, die über 50 Jahre alt waren, auf ihre geistigen Fähigkeiten und verglichen die Daten mit denen von 2006. In sämtlichen Tests schnitten die Probanden 2012 besser ab als die Getesteten vor sechs Jahren. In vielen Fällen waren die 60-Jährigen von 2012 so geistig fit wie die 52-Jährigen im Jahr 2006.

Die Gründe für die besseren Ergebnisse lagen nicht nur beim Gebrauch Computer und Smartphones – aber auch. Auch ein besseres Gesundheitssystem, mehr Bildung, und gesündere Ernährung hatten dazu beigetragen. Doch Menschen, die sich im Alter vermehrt mit Technik beschäftigten, waren fitter als solche, die dies nicht taten.

Angebote gibt es genug

Hier können Verwandte, Bekannte und auch Altersresidenzen vermehrt tätig werden; die Senioren werden es ihnen danken. Vom SMS schreiben über das Bedienen der Kamera und dem Installieren von Apps bis hin zum Datenschutz: Kompetente Trainer zeigen Schritt für Schritt die nützlichsten Funktionen, damit die Teilnehmer im Alltag noch besser von ihrem Gerät profitieren und das Gelernte selbstständig anwenden können.

Keine Angst vor moderner Technik

Die umtriebige Aargauerin Rita Güntensperger hat eine Vielzahl von Kursen absolviert. Der Fotokurs zum Beispiel hat Eindruck hinterlassen: «Dadurch kam ich während einer Wanderung auf die Idee, aus meinem Wanderstock einen Selfie-Stick zu machen.» Dem technischen Fortschritt verschliesst sie sich auch in anderen Belangen nicht. Im Gegenteil: «Irgendwann habe ich gemerkt, dass ich etwas tun muss, damit ich nicht stehen bleibe.» Deshalb absolvierte Rita Güntensperger mehrere iPhone-Kurse von Swisscom Academy, um ihr aktuelles iPhone 6 richtig kennenzulernen

Dürfen wir bald auch Sie begleiten?

Swisscom Academy ist das Bildungsangebot der Swisscom und begleitet jährlich 18'000 Einsteiger und erfahrene Nutzer rund um Themen in der digitalen Welt. In den Grundkursen zeigen kompetente Trainer alles, was Sie zu Ihrem iPhone oder Android Phone wissen müssen.

Infos, Termine und Anmeldung finden Sie unter www.swisscom.ch/grundkurse oder telefonisch unter der Gratisnummer: Telefon 0800 33 55 77

Was Sie auch suchen: locator.ch liefert Treffer vertrauenswürdiger Firmen.

locator.ch

Die Gelben Seiten
der rechtschaffenen Unternehmen.

Reden vor Publikum – Traum oder Albtraum?
4 Tipps mit denen garantiert jede Rede klappt

Firmenfeier. Die Rede des Chefs zieht sich mal wieder endlos hin. Die ersten Mitarbeitenden widmen sich dem Handy und der Chef hat erst 10 seiner 55 vorbereiteten Stichwortzettel vorgelesen. Lang und breit erzählt er gerade, wie viel im letzten Jahr geleistet wurde… Im Saal schlafen die ersten Zuhörer ein. Als er endlich zum Schluss kommt atmen alle im Saal hörbar auf.

So oder ähnlich verlaufen viele Präsentationen und Reden. Egal, ob Sie dabei der Chef sind, welcher die Rede hält oder einer der Mitarbeitenden im Publikum: Ein Genuss ist eine derartige Rede für niemanden. Dabei ist es gar nicht so schwierig, die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen. Der Konsumer hat vier wesentliche Tipps für die gelingende Rede für Sie zusammengestellt:

1. Planen Sie Anfang und Schluss
Im besten Fall ist ihr Publikum interessiert an dem, was Sie zu berichten haben. Vielleicht aber auch nicht… Interesse hin oder her: Niemand kann während Ihrem ganzen Vortrag zu 100% aufmerksam sein. Darum ist der Aufbau sehr wichtig. Der erste Satz entscheidet, ob Sie die Leute abholen können. Ein prägnanter Schlusssatz bleibt dem Publikum in Erinnerung.

2. Erzählen Sie eine Geschichte
Nein, nicht das Märchen vom bösen Wolf, sondern eine Geschichte, die Sie persönlich erlebt haben. Oder zumindest erlebt haben könnten. Selbstverständlich sollte die Geschichte etwas mit dem Thema zu tun haben und idealerweise haben viele in Ihrem Publikum schon mal was Ähnliches erlebt.

3. Halten Sie sich kurz
Nein, nicht das Märchen vom bösen Wolf, sondern eine Geschichte, die Sie persönlich erlebt haben. Oder zumindest erlebt haben könnten. Selbstverständlich sollte die Geschichte etwas mit dem Thema zu tun haben und idealerweise haben viele in Ihrem Publikum schon mal was Ähnliches erlebt.

4. Sie sind die Botschaft
Halten Sie nur Präsentationen, hinter welchen Sie stehen können. Erinnern Sie sich an die Rede von Johann Schneider-Ammann zum Tag der Kranken aus dem Jahr 2016? Mit einem derart ernsten, sogar traurigen Gesicht zum Thema Lachen eine Rede zu halten, das geht gar nicht! Die ganze Medienwelt lachte über Schneider-Ammann. Zum Glück sind die meisten von uns keine Bundesräte. Der Fehler von Herrn Schneider-Ammann (oder seiner Kommunikationsabteilung) zeigt uns aber auf: Wer vom Lachen redet, sollte dabei zumindest ab und zu lächeln. Wer das nicht kann, sollte eine andere Rede halten.

Natürlich gibt es die geborenen Redner, denken Sie zum Beispiel an Barack Obama. Aber auch Sie können aber Ihre Präsentationen lebendiger gestalten. Probieren Sie die oben genannten Tipps aus, dann besteht zumindest die Chance, dass ihr Publikum nicht schon bei Ihrem Erscheinen am Rednerpult die Augen verdreht.

Text von MT

Bestätigte Partner
Diese Firmen stehen für Fairness und Qualität

Der Schweizerische Konsumentendienst bestätigt die Partnerschaft mit den hier gelisteten Unternehmen.

Region Bern		
Ueberland Garage M. Meyer AG	Bielstrasse 21	2545 Selzach
DM Facility Services	Hofwilstrasse 114	3053 Münchenbuchsee
Kämpf Service	Bellevuestrasse 19e	3073 Gümligen
Keiser & Piccioni GmbH	Weyerstrasse 26	3084 Wabern
Carrosserie Jaberg AG	Hühnerhubelstr. 84	3123 Belp
Garage Nussbaum	Feldmoosstrasse 21	3150 Schwarzenburg
DR Reinigung KLG	Austrasse 112	3176 Neuenegg
Kuqi Reinigung	Mühlematte 1	3184 Wünnewil
Gerber Maler- & Gipsergeschäft	Heimenhausenstr. 24	3372 Wanzwil
Fernandez / Farkas GmbH	Weissensteinweg 5	3422 Kirchberg
Garage Schwendimann	Stegmattstrasse 40	3628 Uttigen
Garage & Auto Trachsel AG	Parallelstrasse 62	3714 Frutigen
Off-Road Garage-Carrosserie AG	Mittelweg 17	3812 Wilderswil
Basel und Umgebung		
Arrangement Tika Sabedin	Hüningerstrasse 14	4056 Basel
Garage G. Nocera GmbH	Lörracherstrasse 107	4125 Riehen
Aller «ART» Gebäudeunterhalt	Ergolzstrasse 12	4133 Pratteln
Raffael Büchlin Gartengestaltungen	Im Steinenmüller 7	4142 Münchenstein
GASS Dienstleistungen GmbH	Rötiweg 2	4494 Oltingen BL
ABC Keramik Renovationen	Ribimattweg 8	4562 Biberist
Kay Spenglerei & Flachdach GmbH	Stationsstrasse 52	4600 Olten
Brügger Bauservice	Wolfwilerstrasse 84	4626 Niederbuchsiten
Putz Spezialisten Nyffeler KLG	Josefstrasse 21	4658 Däniken
Mittelland		
ImUmReinigung Susanne Kaufmann	Siebenmatten 69	5032 Aarau Rohr
Bea's Reinigungsteam GmbH	Hängele 85	5057 Reitnau
Malergeschäft Roland Mathys	Römerstrasse 1	5502 Hunzenschwil
DEDE PLATTENBELÄGE	Hauptgasse 17	5507 Mellingen
Zentralschweiz		
Schmidlin Autoservice	Cheerstrasse 16	6014 Luzern
Affentranger & Jost AG	Unterdorf 47	6018 Buttisholz
Auto-Center-Bühler GmbH	Trutigen 8	6203 Sempach-Station
Maler Mathis	Kottenmatte 20	6210 Sursee
Schuler & Co. Gebäudetechnik GmbH	Dorfstrasse 2A	6331 Hünenberg
Plattenlegermeister Norbert Bauer	Bergstrasse 67	6414 Oberarth
Kempf Umzüge Transporte GmbH	Studenstrasse 14	6462 Seedorf
Graubünden		
R. Cathomas Reinigungen AG	Via Zups 1	7013 Domat/Ems
BC Garage GmbH	Via Lieptgas 2b	7031 Laax
Garage Riedi	Via Gravas 2	7166 Trun/Zignau
Region Zürich		
Absolut Reinigungen	Albulastrasse 39	8048 Zürich
Gebr. Tobler Transporte	Birchstrasse 269	8052 Zürich
Invest Profibau GmbH	Birmensdorferstr. 394	8055 Zürich
Blumenhaus Nordheim	Wehntalerstr.98	8057 Zürich
Hans Wiener Automobile	Löwenstrasse 1	8133 Esslingen
F. Chiappetta Malergeschäft	Soodstrasse 43	8134 Adliswil
Gartensymphonie GmbH	Langackerweg 29	8155 Niederhasli
Miguel's Dienstleistungen GmbH	Hintergasse 23	8268 Salenstein TG
Malergeschäft P. & G. Fischer	Lochäckerstrasse 5	8302 Kloten
5 Sterne Maler Vogel	Im Lindenhof 2	8307 Illnau-Effretikon
All-in-One Renovationen	Dürstelenstrasse 20a	8335 Hittnau
A Plus Reinigungen AG	Zürichstrasse 66A	8340 Hinwil
Carrosserie Rolf Fröhlich	Industriestrasse 1	8404 Winterthur
Carrosserie Steig	Steigstrasse 4	8406 Winterthur
Morf Gärten	Diessenhoferstr. 38	8466 Trüllikon
Carrosserie Rösch AG	Mettlenstrasse 3	8472 Seuzach
MALER TEAM Wyss & Schrepfer GmbH	Aathalstrasse 65	8610 Uster
Garage MPD-Racing M. Piacquadio	Industriestrasse 6	8627 Grüningen
Carrosserie Hunziker	Brunnenbühlstr. 26	8632 Tann ZH
carXpert, Garage & Pneuhaus GB	Engelhölzlistrasse 9b	8645 Jona
Stiel GmbH	Holzwiesstrasse 11	8704 Herrliberg
Mischo Transport GmbH	Zugerstrasse 58	8820 Wädenswil
Müller's Putzengel	Talstrasse 65	8852 Altendorf
Vetschs-Erben GmbH, Malergeschäft	Riedtstrasse 43	8903 Birmensdorf
Carrosserie F. Arnet GmbH	Luzernstrasse 28	8903 Birmensdorf
Purrer Dach & Wand GmbH	Industriestrasse 18	8910 Affoltern am Albis
Maltzahn`s driving school	Rickenbach 4	8913 Ottenbach
Garage Türlersee	Reppischtalstrasse 7	8914 Aeugstertal
Umzugsservice Zürich GmbH	Im Werd 6	8952 Schlieren
Malergeschäft Ivan Batur	Langäckerstrasse 32	8957 Spreitenbach
Ostschweiz		
Treuhandbüro Benno Jud	St. Jakob-Strasse 37	9000 St. Gallen
Garagen Guido Casutt AG	Bischofszellerstr. 45	9200 Gossau SG
HappyHomes Babic	Hauptstrasse 59	9434 Au SG
Svilsts Fenestra Suisse	Merzenäckerstr. 3	9463 Oberriet
Huser Oldiwerkstatt GmbH	Schwägalpstr. 1583	9651 Ennetbühl

«Und jedes Jahr kommen wieder neue Geräte!» Wie die Digitalisierung unser Leben verändert

Digitalisierung ist in aller Munde und verändert unser Leben immer eindrücklicher. Was genau dies für uns Schweizerinnen und Schweizer bedeutet, ist für viele noch schwer vorstellbar und macht teilweise Angst. An der Swisscom Academy lernen Konsumentinnen und Konsumenten, wie es einem gelingt, mit der fortschreitenden Digitalisierung besser Schritt zu halten und davon zu profitieren. Malik Hashim, Trainer bei Swisscom Academy, zeigt Kursteilnehmern in Bern was die digitale Welt mit Smartphones und Co. zu bieten hat. Wir haben mit ihm gesprochen:

Konsumer: Was sind die häufigsten Ängste, die Ihre Kunden beschäftigen?
Malik Hashim: Sehr viele Kunden plagen Ängste, dass sie möglicherweise den Anschluss verpassen. Gefühlt gestern erst kamen die ersten Handys auf den Markt. Heute gibt es diese Handys kaum mehr, sondern nur noch Smartphones. Und jedes Jahr kommen wieder neue Geräte auf den Markt, die noch mehr können. Die Hemmschwelle einmal etwas Neues mit dem Smartphone auszuprobieren, ist oft sehr gross. Die Angst etwas könnte versehentlich gelöscht oder eine ungewollte Nachricht an jemanden verschickt werden, steckt in vielen Kunden. Begleitung in digitalen Themen wird sehr gewünscht. Gemeinsam die digitale Welt erkunden und darin Sicherheit gewinnen und so die Freude an neuen Möglichkeiten entdecken.

Was bietet Swisscom, damit sich Kunden in der digitalen Welt besser zurechtfinden?
Wir bieten regelmässig Kurse an, in denen Themen rund um die Digitalisierung Schritt für Schritt erklärt werden. In einem Smartphone Kurs lernen Kunden vom einfachen SMS schreiben, über Fotografieren und Filmen zahlreiche praktische Anwendungen aus dem Alltag. Die Nutzung des Smartphones im Ausland oder der Gebrauch von neuen Onlinespeicherlösungen sind ebenfalls sehr aktuelle Themen, die wir den Kunden leicht verständlich vermitteln. Die ungezwungene Atmosphäre wird sehr geschätzt. In diesen Kursen lernt man jeweils Dinge, die unmittelbar danach im Alltag umgesetzt werden können. Selbstverständlich gehen wir auch immer auf individuelle Fragen ein. Zudem stellt Swisscom den Kunden wertvolle online- Instrumente zur Verfügung. Besonders beliebt sind die My Swisscom App oder das Swisscom Kundencenter. Hier können die Kunden ihre Kosten und Produkte jederzeit Überblicken und ihre Anliegen schnell und auf einfachste Weise selbständig lösen. Das ist praktisch und erspart allfällige Wartezeiten an der Hotline oder den Gang in einen Swisscom Shop.

Was ist dein persönlicher Swisscom Service Tipp?
Im Swisscom Kundencenter kann ich einen so genannten «Callfilter» aktivieren, um so unerwünschte Anrufe bspw. von Callcentern sperren. Das ist einzigartig und erspart viel Ärger.

Du triffst jeden Tag in den Kursen viele verschiedene Menschen mit spannenden Geschichten. Erzähl uns doch mal ein bisschen aus dem Nähkästchen?
Ein Kunde hat in einem unserer Smartphone Fotoworkshops teilgenommen. Ein paar Tage später habe ich via Postcard Creator eine Postkarte zugeschickt erhalten, als Dankeschön. Das hat mich sehr gefreut und war eine schöne Überraschung. Ein gutes Gefühl war auch, als ich einer älteren Dame im WhatsApp Kurs Videotelefonie zeigen konnte. Als sie so entdeckte, dass sie nun kostenlos mit ihrer Enkelin, die am anderen Ende der Welt wohnt per Videotelefonie kostenlos kommunizieren kann, war sie völlig aus dem Häuschen.

Welchen konkreten Tipp kannst du Menschen geben, die sich abgehängt fühlen?
Den Schritt wagen und sich trauen etwas auszuprobieren. Mut haben, in einen Kurs zu kommen und die Online Vorteile von Swisscom zu nutzen.

Text von PD

Über's Ohr gehauen worden?

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

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