KONSUMER

KONSUMER.CH | DAS SCHWEIZER KONSUMENTENMAGAZIN

Nr. 4/5 · April / Mai 2018 · www.konsumer.ch · www.kundenversprechen.ch

Information Beratung Engagement

Online
Grenzerfahrung
Onlineshopping
Artikel auf Seite 26

Politik
Fair-Preis-Initiative
ist alles andere als fair!
Artikel auf Seite 27

Digital
Ist das Telefonbuch
ein Auslaufmodell?
Artikel auf Seite 34

Renzo Blumentahl
Markenbotschafter 2018

Gemeinsam mehr erreichen: Wir danken dem Schweizerischen KMU Verband für die Partnerschaft!

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

Konmedia ist ein modernes Schweizer Verlagshaus und Tech-Unternehmen für Konsumenten- und KMU-Services. Mit unseren Publikationen und Sendungen engagieren wir uns primär für einen wirtschaftsfreundlichen Konsumentenschutz in der Schweiz.

Unser Flaggschiff ist der Konsumer, ein innovatives Konsumentenmagazin, das seine redaktionellen Inhalte multimedial verbreitet – online unter www.konsumer.ch, als traditionelle Abo-Zeitschrift sowie als gleichnamige TV-Sendung. Dabei widmet sich der Konsumer mit einer angeschlossenen Konsumentenschutzorganisation der folgenden Aufgabe: «Wahrung der Interessen von Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz durch Information, Beratung und Engagement.»

Renzo Blumenthal, beliebter Ex-Mister Schweiz und Biobauer aus Graubünden, unterstützt seit 2016 unsere Kampagnen als Markenbotschafter, weil er traditionelle Schweizer Werte ausstrahlt, die für Konmedia zentral sind, u.a. Bodenständigkeit, Vertrauen und die Begegnung auf Augenhöhe.

Mit schützenden Grüssen
Ihr Konsumer-Team

Inhalt Konsumer

Editorial 25
Onlineshopping 26
Politik 27
Multifunktional 28, 29
Smart ICT 30
Interview 31
Unsere Partner 33
Digital / Impressum 34

Grenzerfahrung Onlineshopping
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 einen 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 30 000 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 Frühjahrsession 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.

Text von Jannis Strauss

Fair-Preis-Initiative
Alles andere als fair!

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 verwirrlich, 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 Swissmechanic, sowie eine Gruppe von Politkern 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 überteuerten Preisen in der Schweiz verkauft werden müssen. Laut Initiativkomitee sind diese Zuschläge gär missbräuchlich. Dass wir hier in der Schweiz viel teurer einkaufen als im Ausland ist Herr und Frau Schweizer schon längt 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 los geht und nicht etwa auf das Duoplol 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 Wiese. 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 eh ökologischer und hilft die Marktmacht der orangen Riesen Coop und Migros in Schach zu halten.

Text von Jannis Strauss

Die Digitalisierung des Telefonbuchs
Vom schwergewichtigen Verzeichnis zum multifunktionalen Assistenten

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 Apparate 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. localsearch – 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 beispielswiese 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.

Quelle: NetMetrix Januar 2018
Quelle: WEMF 2017

localsearch
Swisscom Directories AG
Förrlibuckstrasse 62 · 8021 Zürich
www.local.ch · www.search.ch

Werbeanrufblocker

Der Sterneintrag, der schon zu Beginn des Telefonbuchs eingeführt wurde, heisst heute Werbestern: Er zeigt an, dass der Anschluss keine Werbung wünscht. Zusätzlich bieten die Apps local.ch und search.ch einen praktischen Werbeanrufblocker, der es den Nutzerinnen und Nutzer ermöglicht, unerwünschte Werbeanrufe anzuzeigen oder – falls gewünscht – gleich ganz zu unterdrücken. Er lässt sich ganz einfach aktivieren.

Details dazu finden Sie auf local.ch und search.ch.

Digitalisierung mit Kostensicherheit für KMU

Mit einem Komplettpaket für IT und Telekommunikation macht Swisscom den Schweizer KMU die Digitalisierung einfach. «Smart ICT» lockt mit umfassenden Services und kalkulierbaren Kosten.

Im Jahr 1880 erhielt Zürich auf private Initiative Hand aufs Herz: ICT gehört bei kaum einem Unternehmen zum Kerngeschäft – aber für den erfolgreichen Geschäftsgang sind perfekt funktionierende IT- und Kommunikationsdienste matchentscheidend. Es darf nicht vorkommen, dass man wegen eines ICT-Problems plötzlich nicht mehr mit Kunden und Partnern kommunizieren kann. Oder dass das Unternehmen im Blindflug arbeitet, weil das CRM-System stundenlang nicht zur Verfügung steht. Ganz zu schweigen von neuen Geschäftsmodellen, die ohne digitale Technologien gar nicht möglich wären: Wer jetzt digitalisiert, verpasst den Anschluss nicht und kann viele neue Chancen nutzen

Wunsch und Wirklichkeit

Dennoch können oder wollen sich manche kleine und mittlere Firmen keine eigene ICT-Crew leisten – oder um die Informatik und Telekommunikation kümmert sich ein Mitarbeitender nur nebenbei. Die Digitalisierung setzt zudem nicht nur Fachkompetenz, sondern auch Kapital voraus. Beides ist nicht immer leicht zu beschaffen. Am bequemsten wäre es, das Unternehmen könnte die ganze ICT komplett einem kompetenten Partner überlassen.

Dieser stellt die Hardware bereit, sorgt für den Betrieb der IT-Infrastruktur, kümmert sich um die Telefonie- und Zusammenarbeitsdienste und steht bei Problemen zeitgerecht mit Rat und Tat zur Seite.

Noch besser sollte all dies zu klar definierten Fixkosten möglich sein.

Smart ICT

Dieses Bedürfnis hat Swisscom erkannt. In Zusammenarbeit mit lokalen Fachpartnern lanciert der Telekommunikationsanbieter ein modular aufgebautes Komplettpaket für KMU jeder Grösse und Branche, vom kleinen Handwerksbetrieb bis zum mittelgrossen Unternehmen mit mehreren Standorten.

Es nennt sich «Smart ICT» und umfasst einen ausfallsicheren Internetanschluss mit Mobilfunk-Backup, modernste IP-Telefonie inklusive Zusammenarbeitsfunktionen wie Chat, Online-Besprechungen und Telefonkonferenzen (UCC), den Betrieb der gesamten IT aus der Cloud sowie die benötigte Hardware.

Dazu kommt ein virtuelles Firmennetzwerk zur sicheren Standortvernetzung und für den Zugriff auf Geschäftsdaten durch mobile Mitarbeitende oder vom Home-Office aus.

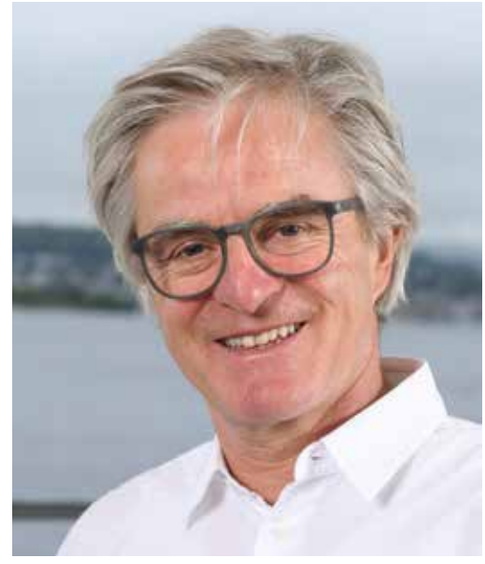
Digitalisierung ist in aller Munde
Interview mit Prof. Ruedi A. Müller-Beyeler

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 in Zukunft?
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 vorauszusagen? 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.


Professor Ruedi Alexander Müller-Beyeler

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.

Text von Christina Horber

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

locator.ch

Die Gelben Seiten
der rechtschaffenen Unternehmen.

Bestätigte Partner
Diese Firmen stehen für Fairness und Qualität

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

Region Basel		
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

Digitalisierung
Ist das Telefonbuch ein Auslaufmodell?

In den Niederlanden wird es künftig kein gedrucktes Telefonbuch mehr geben. Auch in anderen Ländern macht man sich Gedanken, ob ein solches Buch im Digital-Zeitalter noch sinnvoll sei. Gehts dem Schweizer Telefonbuch nächstens an den Kragen?

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. Droht dies auch dem Schweizer Telefonbuch? konsumer.ch hat beim local.ch nachgefragt. «Nein, das gedruckte Telefonbuch wird es noch für viele Jahre geben», sagt Christos Bräunle, Mediensprecher von local.ch. Gemäss der aktuellen WEMF-Studie würden 54 Prozent der Befragten das herkömmliche Telefonbuch nutzen. Es würden zwar jedes Jahr weniger, aber trotzdem sei die Einstellung des gedruckten Exemplars kein Thema, so Bräunle.

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.

Konsumer hat ebenfalls – wenn auch nur – eine Mini-Umfrage zu diesem Thema bei vier Menschen im Alter 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 Wettingen und Peter Schneiter 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 Schneiter aus Zürich, der sich auch nicht vorstellen kann, dass es die gedruckte Variante irgendwann nicht mehr geben könnte.

Es wird angenommen, dass es der Menschheit im Jahr 2002 das erste Mal möglich war, mehr Informationen digital als im Analogformat zu speichern, was deshalb als der Beginn des «Digitalen Zeitalters» gesehen werden kann. Die fast vollständige Digitalisierung der weltweit gespeicherten Informationsmenge vollzog sich in weniger als zehn Jahren, während des Jahrzehnts um die Millenniumswende. Es wird geschätzt, dass im Jahr 1993 lediglich 3 % der weltweiten Informationsspeicherkapazität digital war, während es 2007 bereits 94 % waren. Die weltweite Telekommunikationskapazität war bereits 1986 zu 20 %, 1993 zu zwei Dritteln (68 %), und im Jahr 2000 zu 98 % digitalisiert, kann auf Wikipedia nachgelesen werden.

Wie auch immer, die Digitalisierung ist nicht aufzuhalten. Bleibt jedoch zu hoffen, dass das gedruckte Telefonbuch noch so lange erhalten bleibt, bis wirklich alle Telefonnutzer nur noch online unterwegs sind.

Text von Carolin Frei

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

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