



Gastkolumne
—

Wenn einer eine Reise tut ...

*Prisca Birrer-Heimo, Nationalrätin/LU,
Präsidentin Stiftung für Konsumentenschutz SKS*

... dann kann er oder sie etwas erzählen. Meine Reise nach Kanada brachte mir einige Erkenntnisse. Diese zeigen, dass die Verkaufsstrategien in der Schweiz und in Kanada weniger weit auseinanderliegen als es die beiden Länder tun. Ein Stück weit gilt das auch für die Vorlieben der Konsumentinnen und Konsumenten. «Local Food», kombiniert mit der kanadischen Fahne, steht auf verschiedensten Produkten, und auch in der Gastronomie wird damit geworben. Die Strategie, die eigene Produktion hervorzuheben, ist auch ennet dem Atlantik klar erkennbar. Eine weitere Parallele, die ich gefunden habe: Die Kosten für einen Restaurantbesuch sind oft so hoch wie in der Schweiz. Wobei das nicht von Anfang an ersichtlich ist, denn die Menükarten zeigen die Preise ohne Service, der am Schluss noch aufgerechnet wird. Als mit Kreditkarte zahlender Gast kann man dann in der Regel zwischen 15, 18 oder 20 Prozent auswählen, bei Barzahlung ist Kopfrechnen angesagt. So wird ein vermeintlich günstiges Angebot schnell um einiges teurer. Das gilt auch für Einkäufe, Beherbergungsleistungen oder Ausflüge. Dort wird zum publizierten Preis noch die Mehrwertsteuer – die je nach Provinz unterschiedlich hoch ist – dazugeschlagen. Das Ticket für die Seilbahnfahrt ist am Ende fünf Prozent teurer, das B&B-Angebot kostet insgesamt 16 Prozent mehr. Da bevorzuge ich unser Schweizer System, das – zumindest in den allermeisten Fällen – die effektiven Kosten transparent ausweist und mir mit der Rechnung keine Überraschung beschert.