



Bild: fotolia

Produktvielfalt im Einkaufszentrum: Was heute für uns normal ist, überforderte vor einem halben Jahrhundert viele Kunden. Die SKS und andere Konsumentenorganisationen sorgten für Transparenz.

# Und niemand ass mehr Büchsen-Ravioli

Die Stiftung für Konsumentenschutz (SKS) feiert am heutigen Tag ihr 50jähriges Bestehen. Sie darf für sich in Anspruch nehmen, vieles erreicht zu haben zum Wohle der Konsumenten. Insbesondere am Anfang geschah dies mit aufsehenerregenden Tests.

RICHARD CLAVADETSCHER

«Blickt man zurück auf die Anfänge, kann man kaum glauben, wie klein die Kinderschuhe der SKS waren und wie gross das brachliegende Feld, welches zu bearbeiten war», schreibt Stiftungspräsidentin Prisca Birrer-Heimo, Luzerner SP-Nationalrätin, aus Anlass des SKS-Jubiläums. Noch Anfang der Siebzigerjahre hätten Konsumenten nicht erfahren, wie hoch der Grundpreis eines Produktes sei oder welche Zutaten in welcher Menge darin enthalten waren. Die Konsumenten seien damals eben von der Wirtschaft nicht als ernstzunehmende Grösse anerkannt gewesen.

Das hat sich inzwischen geändert – auch dank der Arbeit der SKS.

Die SKS war vor 50 Jahren nicht die erste Konsumentenorganisation im Land. Bereits 1959 wurde nämlich in der welschen Schweiz die Konsumentinnenorganisation Commission romande des consommatrices gegründet. Und zwei Jahre später riefen Frauenverbände der deutschen und italienischen Schweiz nach diesem Vorbild das Konsumentinnenforum, das heutige Konsumentenforum (kf), ins Leben.

## Vergleichende Warentests

Die SKS kam erst Mitte Juni 1964 dazu. Sie trat jedoch – insbesondere im Verständnis der damaligen Zeit – einig aggressiver auf als die bestehenden Organisationen. Es ging ihr auch nicht einfach um Kundeninformation wie dies bei den Konkurrenzorganisationen der Fall war. Die SKS machte die Prüfung von Qualität und Preis der Waren und Dienstleistungen mittels vergleichender Warentests zu einem ihrer Anliegen. Das war neu. Ein Beispiel dafür war der «Seifen-Test» vom Oktober 1964: Erstmals in der Schweiz nannte ein solcher Test Hersteller und Marke im Zusammenhang mit dem Testergebnis.

Im kollektiven Gedächtnis der älteren Konsumenten haften geblieben sind aus jenen Zeiten etwa der «Töffli-Test» und insbesondere der von den Medien aufgegriffene «Büchsen-Ravioli-Test» (1978), dessen unappetitliches Ergebnis den Ravioli-Konsum einbrechen liess.

Gerade weil solche Tests damals noch ungewohnt waren, reagierten die Hersteller ungünstig beurteilter Produkte entsprechend unwirsch und drohten oft mit Klagen. Doch die Testergebnisse

waren fundiert; es blieb deshalb stets bei Drohungen.

Sekretär der SKS in jener Anfangszeit war Alfred Neukomm. Der spätere SP-Nationalrat mit Schaffhauser Wurzeln erinnert sich an sein «kleines Büröli» an der Monbijoustrasse 61 in Bern – wo die SKS auch heute noch ihr Domizil hat.

Dort also war Neukomm in den Anfängen der SKS mit den Prozessandrohungen und Schadenersatzforderungen von Herstellern konfrontiert – aber auch mit deren faulen Ausreden: Ein Verfallsdatum könne auf Medikamenten-Packungen unmöglich aufgedruckt werden, hiess es damals zum Beispiel. Denn der Kunde könne das Präparat ja etwa im feuchten Badezimmer aufbewahren, was Einfluss auf die Haltbarkeit habe.

Die Arbeit als Sekretär machte Neukomm, der ab Mitte der Achtzigerjahre ins SKS-Stiftungspräsidium wechselte, schnell in der ganzen Deutschschweiz bekannt. Auch den Nachfolgern hat diese Tätigkeit nicht geschadet: Bundesrätin Simonetta Sommaruga etwa war lange Jahre als Sekretärin und Stiftungspräsidentin der SKS tätig.

## Marktvelfalt überforderte

Gründung und Arbeit der SKS muss im Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Entwicklung nach dem Krieg gesehen werden. In jener Zeit konnten die Konsumenten bei Produkten und Dienstleistungen in zunehmendem Masse zwischen verschiedenen Anbietern auswählen. Diese rührten für ihr Produkt zwar kräftig die Werbetrommel,

aber es fehlte eine neutrale Beurteilung des Angebots. Die Kunden waren angesichts der neuen Markenvielfalt schlicht überfordert. Den Konsumentenorganisationen gelang es nun, hier nach und nach Transparenz zu schaffen.

Dafür war jedoch ein langer Atem nötig: In den Siebzigerjahren gelang es dem SKS, einzelne Branchenverbände von einer Warendecklaration zu überzeugen, und mit Realisierung der Preisbekanntgabeverordnung mussten die Produktpreise schliesslich verbindlich angegeben werden. Seit den Achtzigerjahren sind bei Lebensmitteln Zutaten, Preis und Gewicht zu deklarieren. Auch in jenem Jahrzehnt gelang es zudem, einen Konsumentenschutzartikel in der Bundesverfassung zu installieren: Das Volk nahm die entsprechende Initiative mit 65 Prozent Ja-Stimmen an. Dass es heute einen Preisüberwacher gibt, geht unter anderem ebenfalls auf Anstrengungen der SKS zurück. Weitere Erfolge, etwa das Verbandsklagerecht, wären anzufügen.

## Neue Herausforderungen

Seit dem ersten Test, dem «Seifen-Test» ist inzwischen also ein halbes Jahrhundert vergangen. Und vieles, was die SKS durch die Zeit erreichte, ist heute selbstverständlich. Man könne deswegen nun aber nicht die Hände in den Schoss legen, schreibt Stiftungspräsidentin Birrer-Heimo aus Anlass des Jubiläums. Die Wirtschaft und damit die Produktion seien heute global, die Warenflussströme kaum mehr nachvollziehbar. Die ökologischen Folgen des Konsums würden mehr und mehr sichtbar. «Gentechnologie und Nanotechnologie beschäftigen uns, die Lebensmittelkandale und steigende Gesundheitskosten, ungerechtfertigt hohe Preise, wachsende Mobilität und die Energieversorgung sind Themen von heute.» Aller dieser Themen nimmt sich die SKS heute denn auch an. Und wie in den letzten 50 Jahren stösst die SKS auch heute damit auf Kritik und auf Gegnerschaft.

Michel Rudin vom Konsumentenforum etwa würdigt zwar das Engagement und die Leidenschaft der SKS-Konkurrenz. Gerade dies führe aber hin und wieder dazu, dass die SKS kommunikativ übers Ziel hinausschiesse. Sein Wunsch für die Zukunft der SKS lautet denn auch: «Mehr Dialogbereitschaft,

weniger Bedienen von Feindbildern.» Deziidierter äussert sich Gewerbeverbanddirektor Hans-Ulrich Bigler: Die SKS sei eine politische Organisation – auch wenn sie dies bestreite. Der Bund unterstütze mit der SKS und ihren Alliierten somit einseitig eine linke Organisation mit fast einer Million Franken pro Jahr, was nicht im Sinne der Konsumenteninformation sei und gegen das Konsumenteninformationsgesetz verstosse. Die SKS fordere zudem häufig Regulierungen – Regulierungen, die nicht selten von zweifelhaftem Nutzen für den Konsumenten seien oder ihm gar schaden.

## Kritik von Handel und Gewerbe

Dass der Gewerbeverband (SGV) das Heu nicht auf derselben Bühne hat wie die SKS, zeigt sich nicht zuletzt am «Positionspapier Konsumentenpolitik», das der SGV zusammen mit Swiss Retail, Handel Schweiz und dem Verband des schweizerischen Versandhandels vor einigen Tagen veröffentlichte. Auslöser für dieses 19seitige Papier war mitunter das umstrittene Preisbarometer, wie im Umfeld dieser Verbände zu hören ist. Weil ihr Tätigkeitsfeld aufgrund der heute vielfältigen Verbraucherinformationen kleiner geworden sei, hätten «einige Konsumentenorganisationen» dieses in den politischen Bereich verlagert. Sie führten ideologische Kampagnen, betrieben Lobbying und forderten immer neue gesetzliche Auflagen. Dies aber sehe die gesetzliche Grundlage nicht vor, kritisiert das Papier.

Darauf angesprochen, bestreitet Stiftungspräsidentin Birrer-Heimo eine ideologische Ausrichtung des SKS: «Das ist Quatsch! Konsumentenangelegenheiten sind weder links noch rechts.» Zwar sei sie SP-Nationalrätin und setze sich als solche für die Konsumenten ein, aber im Parlament werde sie bei entsprechenden Vorstössen regelmässig auch von Vertretern bürgerlicher Parteien unterstützt. Wichtig sei einfach, dass die Interessen der Konsumenten wirksam und unabhängig von Wirtschaftslobbies vertreten würden.

Kritik hin oder her, am heutigen Freitag feiert die SKS nun ihr Jubiläum – und sie tut dies angesichts des Erreichten nicht ohne Stolz. Im Herbst dann soll noch eine Ausstellung im Berner Käfigturm die Geschichte der Stiftung der Öffentlichkeit näherbringen.



Bild: zvg

«Töffli-Test»: Die SKS pflegte von Anfang an den vergleichenden Warentest.