

Zeitschrift: Schweizer Spiegel
Herausgeber: Guggenbühl und Huber
Band: 40 (1964-1965)
Heft: 11

Artikel: Noch fern vom Warentest
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1074445>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 16.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Erst kürzlich haben wir uns zum Entschluß durchgerungen, eine Waschmaschine für unser Einfamilienhaus anzuschaffen. Ringsum in der Nachbarschaft waschen schon alle vollautomatisch. Dafür konnten wir nun von den Erfahrungen unserer Bekannten profitieren, und wir schwelgten einige Wochen lang in der Qual der Wahl. Zur Ehre der Fabrikanten sei es gesagt: Jede Besitzerin lobte ihren Apparat. Nur ausnahmsweise räumte eine ein, sie habe gehört, das neueste Modell eines Konkurrenzproduktes besitze noch diesen oder jenen zusätzlichen Vorteil.

Wir ließen Prospekte kommen; wir besuchten Ausstellungen; denn wir wünschten das Beste vom Guten für das zu diesem Zwecke gesparte Geld. «Wenn es doch eine wirklich unabhängige Beratungsstelle gäbe wie in Amerika!» seufzte ich einmal und erhielt von irgend jemandem die Auskunft, so etwas existiere.

Ich wandte mich an die Adresse und wurde enttäuscht: Man nannte mir hier zwar ein paar Namen bekannter Marken, die ihre Maschinen zur Prüfung vorgeführt und dafür ein Gütezeichen bekommen hatten. Ich könne mich darauf verlassen: diese seien wirklich vorzüglich. Gern hätte ich mehr gewußt und erwähnte weitere Namen. Aber auch über andere Maschinen wollte und konnte man mir auch nichts sagen, weil sich deren Hersteller nicht um das Gütezeichen beworben hätten. Unter den empfohlenen schließlich hätte ich selbst auswählen sollen, weil eben, wie gesagt, jenes Gütezeichen allen zukomme. Ebenso gut hätte ich zum Installateur gehen können.

Amerika, du hast es besser ...

Es geht mit den meisten Dingen so: Bei übergroßer Auswahl fällt der Entscheid uns schwer. Nur spielt das Risiko der falschen Wahl bei einem billigen Kugelschreiber nicht dieselbe Rolle wie bei einer Waschmaschine. Wenn dann und wann laut nach «Konsumentenschutz» gerufen wird, tönt das übertrieben. Man braucht den Kunden, der im Laden vor überhäuftten Regalen verweilt, nicht zu schützen wie eine seltene Pflanzenart, wie hilflose Haustiere oder allein reisende schüchterne Mädchen. Die meisten Konsumenten würden sich vermutlich auch für eine straff organisierte Schutzorganisation bedanken. Wenigstens in dieser Hinsicht möchte man ein freier Mensch sein! Aber eine Beratungsstelle,

Noch

fern

vom

Warentest

Von ***

die alles kennt, die Bluff entlarvt und vor getarntem Ramsch warnt, die wäre herrlich!

In den Vereinigten Staaten bestehen seit mehr als dreißig Jahren Konsumenten-Vereinigungen. Die Leitung der bedeutendsten wird brieflich von den Abonnenten ihrer Monatsschrift gewählt. Mit einem Jahresbudget von etwa 17 Millionen Franken prüft dieses Institut die Qualität bestimmter Produkte: Dauerhaftigkeit, Unterhaltskosten, Sicherheit, Bequemlichkeit im Gebrauch, Wirtschaftlichkeit und natürlich Preiswürdigkeit.

Die Tests werden im Großen durchgeführt: In sechzig verschiedenen Städten kaufen als Privatleute auftretende Agenten anscheinend zum Selbstgebrauch die zu prüfende Ware, die dann von über zweihundert Fachleuten untersucht wird.

Einzig diese Methode führt zum Erfolg. Vielleicht hat sich die Stelle, die ich wegen unserer Waschmaschine um Rat fragte, Amerika zum Vorbild genommen, und ganz sicher fehlte es nicht am guten Willen, Ähnliches aufzubauen, aber an den Geldmitteln. Die Kantonsregierungen, denen das Anliegen vorgebracht wurde, bestritten die Zweckmäßigkeit eines solchen Institutes nicht und sicherten – winzigste Beiträge zu. Etwas großzügiger half die Industrie, das heißt: einige Firmen. Aber mit der Annahme ihrer Spenden war die Objektivität bereits in Frage gestellt. Nicht daß irgend eine Firmenleitung Reklame erwartet hätte – aber ob unsere schweizerische Test-Unternehmung im Dienste des allgemeinen Wohles beispielsweise die Suppe einer unterstützenden Firma als mäßig bezeichnen könnte?

Bestrafte Zivilcourage

Hinzu kommt als schlimmste Hemmung, Testergeb-

nisse bekannt zu geben, unser Gesetz. Man frage auf einer Zeitungsredaktion; man erkundige sich bei einer Journalistin, die zu Beginn ihrer Karriere in idealistischem Elan zur Freude der Leserinnen ausgeplaudert hat, was sie mit diesen und jenen Haushaltsapparaten für gute oder weniger gute Erfahrungen gesammelt hat, und erfährt: Nennt hierzulande eine Zeitschrift im Textteil lobend ein bestimmtes Fabrikat beim Namen, dann reklamiert die Konkurrenz, und gleichzeitig vermuten die Leser, die betreffende Firma habe für die Erwähnung zahlen müssen.

Bemängelt die mutige Volksaufklärerin dagegen ein konkretes Ding, dann ist ihre Karriere in der journalistischen Branche bereits gefährdet, wenn nicht schon abgebrochen. Alle bösen Geister scheinen losgelassen: Der Verleger hat durch eingeschriebenen Brief erfahren, daß er nie mehr auf ein Inserat hoffen dürfe, nicht bloß für das kritisierte Produkt, sondern für sämtliche Waren, die unter dem gleichen Dach, ja in befreundeten Firmen hergestellt werden; es treffen Zeugnisse von unbekannten Leuten ein, welche just jenes verflixte Produkt über den Klee rühmen, und wenn sich die trotzig Schreiberin nicht «freiwillig» herbeiläßt, ihre «irrig» Meinung zu korrigieren und öffentlich zu Kreuz zu kriechen, dann folgt das Schreiben eines Anwaltes, der den Paragraphen des unlauteren Wettbewerbs zitiert. Dieser Paragraph ist eine Barriere, die nicht leicht überwunden werden wird.

Gegen Testmethoden, wie sie in Amerika üblich sind, wehren sich die Fabrikanten. Sie berufen sich darauf, daß sie bei der Herstellung an genaue Regeln gebunden seien, an strenge Lebensmittelgesetze zum Beispiel oder an Sicherheitsvorschriften bei elektrischen Apparaten, und daß die freie Konkurrenz sie ohnehin zwingt, nur Bestes auf den Markt

Ich rauche jetzt Pfeife... und natürlich **Java**



65/JA-2

40 g Fr. **1.-**



Er wählte ihn der Mischung wegen – Sie liebt das feine Aroma

zu bringen. Das genüge, finden sie, und mehr wäre Schikane.

Auch in Amerika reagierten die Fabrikanten zuerst sauer und versuchten, die Konsumentenvereinigung durch eine Flut von Prozessen zu überschwemmen. Aber im Unterschied zur schweizerischen Gepflogenheit – die Klagen auf Kreditschädigung wurden von Gerichten immer abgewiesen. Die gewonnenen Güte-Prozesse stärkten den Ruf der Verbraucher-Union so, daß sich nun viele Fabrikanten zum vornherein so absichern, indem sie ihre Waren freiwillig prüfen lassen, bevor sie sie zum Verkauf anbieten. Damit wären wir wieder beim «Gütezeichen». Aber dieses hat seinen vollen Wert erst dann, wenn die Stelle, die es verleiht, im Publikum allgemein bekannt und anerkannt ist. Wenn jedermann schon auf den ersten Blick bei einem ungeprüften Artikel abwinken würde: «Vorsicht, da fehlt das Zeichen!», dann hätte die Institution ihren Sinn. Aber davon sind wir weit entfernt!

Die «Charta der Verbraucherrechte»

Durch das amerikanische Beispiel ermuntert, entstanden in England, Westdeutschland und Frankreich ähnliche Organisationen. In den drei skandinavischen Ländern hat sogar der Staat die Leitung der Prüf- und Auswertungsstellen inne, in der Erkenntnis, daß es ihm nicht gleichgültig sein kann, auf welche Weise das Volkseinkommen wieder ausgegeben wird. Das schwedische Institut zum Beispiel teilt bei seinem Waschmaschinentest die Eigenheiten jedes Modells ausführlich mit, samt Waschmittel- und Stromverbrauch, Textilverschleiß und Wascheffekt. Es werden Gesamtnoten «sehr gut», «gut» oder «we-

niger gut» erteilt und die Gründe der Taxation am Schlusse noch einmal zusammengefaßt.

Liest man Präsident Kennedys «Charta der Verbraucherrechte» vom März 1962, dann ahnt man die Entfernung zwischen dem dortigen Rechtsschutz des Käufers und der bei uns noch gültigen Verbannung jedes abfälligen Urteils. Kennedy garantierte dem Konsumenten erstens Sicherheit (Schutz vor lebens- und gesundheitsgefährdenden Gütern), zweitens das Recht auf Information (Schutz gegen trügerische und irreführende Anpreisungen, gesetzlich vorgeschriebene «Wahrheit in der Reklame»), drittens das Recht auf freie Konsumwahl (in den Branchen, in welchen die freie Konkurrenz nicht spielt, greift die Regierung ein) und viertens das Recht des Verbrauchers, in der Regierungspolitik berücksichtigt zu werden.

Ansätze zu Anfängen

Auch davon sind wir noch weit entfernt! Bei Preis- und Lohnfestsetzungen werden hierzulande wohl die «Spitzenverbände» angehört; die Stimme der Industrie, der Gewerkschaften, der Landwirtschaft und des Gewerbes werden registriert – und die Konsumenten?

Bundesrat Schaffner hat kürzlich eine verblüffende Tatsache zur Kenntnis gegeben: Er würde bei schwierigen volkswirtschaftlichen Verhandlungen gern die Vertreter der Konsumenten zuziehen, aber es gebe ja gar keine Vertreter, die befugt seien, im Namen der Konsumenten ihre Forderungen zu stellen. «Beim Verdienen ist es zwar für den Schweizer eine Selbstverständlichkeit», sagte unser Wirtschaftsminister, «daß er sich mit seinen Mitbürgern in ähnlicher Lage zusammenschließt. Nicht so beim Geld-

Ich rauche jetzt Pfeife... und natürlich **Java**



65/JA-1

40 g Fr. **1.-**



Java, milde, feine Holländer-Mischung, aromatisch und leicht

Ausgeben. Da wird der Schweizer zum Individualisten, und trotz verschiedenen Bemühungen ist bis heute keine einzige Front der Kaufenden zustande gekommen.»

Eine «Käufer-Gewerkschaft» mit Einzelbeiträgen gibt es nicht. Der Schweizer drängt sich nicht zum Konsumentenschutz und vorläufig auch nicht zu einer irgendwie offiziellen Beratung; er leistet sich sozusagen keinen Fehlkauf, ohne sich denselben nicht gründlich überlegt zu haben.

Eine objektive Konsumentenberatung im amerikanischen oder skandinavischen Maß ist uns also – wohl noch auf lange Zeit – versagt. Die beiden bisherigen Testversuche in der Schweiz mit Toiletteseifen und Damenstrümpfen erwiesen sich nicht als überzeugend, weil sie mit ungenügenden Mitteln und auf zu schmaler Grundlage gestartet wurden. Sollen wir deswegen jede Hoffnung fahren lassen? Bundesrat Schaffner ist trotz allem optimistisch: Der Bundesrat, versprach er, wäre sogar zu Subventionen für Warentests bereit, wenn deren Basis hieb- und stichfest wäre.

Gewisse Ansätze sind bereits vorhanden: eine aus 31 Kommissions-Herren und -Damen zusammengesetzte Studiengruppe hat einen Bericht von 165 Schreibmaschinenseiten über allerhand Möglichen und Wünschbares abgefaßt, sehr theoretisch allerdings, aber doch mit ein paar handfesten Schlußfolgerungen: Verlangt wird zum Beispiel ein vom Bundesrat Beauftragter für Konsumentenfragen, so wie es einen Delegierten für Atomenergie oder für wirtschaftliche Kriegsvorsorge gibt, ferner die exaktere Bezeichnung für Lebensmittel, die Einführung des uneingeschränkten Klagerechtes für Konsumentenorganisationen und schließlich die endliche gesetzli-

che Regelung des Zugabewesens oder besser Unwesens. Mit der Überschwemmung unserer Briefkästen durch Waschmittel-Bons sollte es dann ein Ende nehmen.

Relative Sorgen

Die 31 Verfasser der Denkschrift über Konsumentenfragen sind ausdrücklich stolz darauf, daß in ihrem ganzen Bericht die auch bei uns viel gelesene deutsche Test-Zeitschrift nicht ein einziges Mal erwähnt sei, jenes Wochenheft, das Kochtöpfe und Fleischkonserven, Automobile und kosmetische Mittel untereinander vergleicht und seine Befunde in rüder Offenheit und in betont populärem Stil abzugeben pflegt und vor wüsten Prozessen nicht zurückschreckt. Ob es richtig ist, die Methoden der erfolgreichsten Publikationen einfach totzuschweigen, weil sie knallig und unsympathisch in der Aufmachung sind? Ihre Verbreitung im ganzen deutschen Sprachgebiet beweist doch eben, daß ein enormes Bedürfnis besteht nach minutiösen Prüfungen und schonungsloser Veröffentlichung der Resultate. Es ist nicht einzusehen, warum bei uns die Volkserziehungsversuche zum richtigen Einkaufen stets in professoral-langweiligem Ton vorgebracht werden müssen.

Übrigens wurde einem orientalischen Staatsmann, der sich über die Lebensverhältnisse bei uns erkundigte, offen zugestanden, hinsichtlich des Konsumentenschutzes hinke die Schweiz andern Ländern nach, und die Eidgenossen stünden oft ratlos mit ihrem Gelde vor dem Überangebot an verlockenden Waren. Der Mann aus dem Osten antwortete darauf bloß: «Eure Sorgen möchte ich haben!»

PETER MEYER

SCHWEIZERISCHE STILKUNDE

Von der Vorzeit bis zur Gegenwart. Mit 173 Abbildungen. Gebunden Fr. 16.10

Der Verfasser hat hier ein Buch geschrieben für Leser, die weder Kunstgeschichte studiert haben noch studieren wollen, die jedoch gern einen Leitfaden hätten, die Denkmäler der Vergangenheit

auch kunstgeschichtlich einzuordnen, ohne mit Einzelheiten allzu sehr belastet zu werden. — Ein Beitrag zur Heimatkunde und zur Selbstbesinnung unseres Landes.

SCHWEIZER SPIEGEL VERLAG ZÜRICH 1