Foto: Urs Jaudas

«In der SUV-Diskussion sollte beachtet werden, dass nicht der Besitz eines Fahrzeuges die Umwelt belastet, sondern dessen Gebrauch»

Jost Wirz, Zürich

Das heisst, die normalen Preise sind viel zu hoch
SBB-Sparbillette: Viele Passagiere sind benachteiligt
SonntagsZeitung vom 1. 12. 2019

In diesem Jahr sollen sieben Millionen vergünstigte Fahrten verkauft werden, was einem Rabatt von 120 Millionen Franken entspricht. Mit anderen Worten heisst das, dass hauptsächlich diejenigen, die oft mit dem Zug reisen, allein 2019 120 Millionen Franken zu viel bezahlt haben für ihre Tickets beziehungsweise Abonnemente. Nutzer dieser Spartarife sind Leute, die wegen des günstigen Tarifs auch mal die Bahn nehmen, also eher sporadisch und nicht regelmässig mit den ÖV unterwegs sind. Wenn solche riesigen Summen über Sparbillette umverteilt werden können, bedeutet das doch im Klartext, dass die normalen Abo- und Einzelticketpreise viel zu hoch sind. Seit Jahren kennt die Preisentwicklung der GA und anderer Abonnemente nur eine Richtung, nämlich nach oben. Aber genau dieses treueste Kundensegment der SBB geht bei dieser Rückerstattung zu grosser Gewinne aus dem Personenverkehr leer aus. Diese Umverteilung finde ich mehr als stossend, und ich frage mich, ob die SBB überhaupt noch daran interessiert sind, GA-Kundinnen und -Kunden respektive Leute mit Verbundabonnementen zu haben, zu pflegen und mit ihnen sichere, kalkulierbare und jährlich wiederkehrende Einnahmen zu generieren. Die SBB täten gut daran, sich ernsthafte Gedanken zum Thema überstrapazierte Erwartungen an die Kundentreue zu machen.

Pascale Poulin, Romanshorn TG

Die SonntagsZeitung und der stellvertretende Preisüberwacher sprechen von «Passagieren», also konkret SBB-Kunden, die benachteiligt seien. Und von «überschwemmen den Markt mit Sparbilletten» würde ich sowieso gar nicht ausgehen. Gemeint sind die Benachteiligungen aus geografischen Gründen; allerdings gehe ich davon aus, dass auch andere Menschen respektive Personenkreise quasi diskriminiert werden. Es gibt doch mehrere Bedingungen, um an sogenannte Sparbillette zu kommen, mal abgesehen von der Verfügbarkeit, oder? «Spartickets werden lediglich über die digitalen Verkaufskanäle abgesetzt» steht im Artikel. Man braucht also einen Computer mit Internetverbindung oder ein Smartphone, dazu kommt allenfalls noch ein Drucker, um das Ticket auszudrucken. Und bezahlt wird es mit einer Kreditkarte. Nun gibt es Leute, die weder Internet noch eine entsprechende Karte haben. Und selbst wenn solche Sparbillette an einem Bahnhof erhältlich wären, so gibt es dort immer weniger offene Schalter, oder dann sind die Öffnungszeiten sehr eingeschränkt. Zu all dem braucht es auch noch ein Halbtaxabo. Zudem: Wenn jemand an einem Schweizer Bahnhof eine Bahnreise ins Ausland bucht, dann kann diese Person nicht gleichzeitig ein Anschlussticket zum Sparpreis erwerben. Das sind doch ein paar Punkte, die gewisse Personenkreise diskriminieren – darunter sind durchaus auch «gute» ÖV-Benutzer, die sogar ein bestimmtes Verbundabo haben.

André Müller, Basel

Ein böses Erwachen und eine arge Ernüchterung
Den Elektroantrieb durchzusetzen, ist die einzige realistische Chance
SonntagsZeitung vom 1. 12. 2019

Von einem sehr zutreffenden Editorial ausgehend, das die widersprüchlichen bis offenen Aussagen von Regula Rytz zur Politik der Grünen erwähnt, sieht sich der Leser heute auf den ersten drei Seiten der SonntagsZeitung fast ausschliesslich mit den Themen Elektroautos, Offroader und der Demo-Flut in den Städten konfrontiert. Das zitierte, meines Erachtens orakelartige Interview mit Regula Rytz in der NZZ hat denkenden Menschen wohl ein wenig die Augen geöffnet. Dies besonders mit den Gründen und Argumenten, die heute in der SonntagsZeitung bezüglich der geforderten Umweltpolitik sehr gut dargestellt werden, wenn man denn als Leser bereit ist, diese Artikel in einen Zusammenhang zu stellen. Diese Politik will unter anderem Elektroautos «à tout prix», Offroader per Gesetz verbieten und wird solange Demos unterstützen, bis es kaum noch Geschäfte in den Citys gibt – und noch mehr im Internet bestellt wird. Aber entscheidende sinnvolle und praktikable Antworten oder gar Lösungen zu den bestehenden Problemen hat diese Politik in der Praxis nicht. Über die vielfältigen, unweigerlich folgenden sozialen Probleme wird tunlichst geschwiegen. Und was mich am meisten dabei stört, ist die Tatsache, dass niemand, weder die Demonstranten noch die Autoverkäufer, die Fragen der Kostenfolge für den Alltag der meisten Menschen stellt. Und eben, auch die engagiertesten Politikerinnen und Politiker haben bis anhin keine überzeugenden Antworten parat. Es wird wohl nach einiger Zeit ein böses Erwachen und eine arge Ernüchterung für uns alle geben, wenn die tatsächlichen Folgekosten offenbart werden müssen.

Norbert Stoller, Kilchberg ZH

Vielleicht steht SUV doch eher für «Super unnötiges Vehikel»
Schweizer SUV-Atlas: Wo Offroader die Strassen dominieren
SonntagsZeitung vom 1. 12. 2019

Ist es ein Zufall, dass nicht selten kleine, unscheinbare Männer einen Offroader fahren? Wachstum mit Benzinantrieb quasi. Es ist natürlich einfach, sich mit einer Dreckschleuder zu profilieren. Diese Tötungsmaschinen sollten rigoros verboten werden.

Hanspeter Schmutz, Basel

In der SUV-Diskussion sollte beachtet werden, dass nicht der Besitz eines Fahrzeuges die Umwelt belastet, sondern dessen Gebrauch. Im Übrigen müsste man fairerweise und der Wahrheit zuliebe erwähnen, dass der schwere Unfall in Berlin die Folge eines epileptischen Anfalls des SUV-Lenkers war.

Jost Wirz, Zürich

Die auch Offroader genannten SUV treiben sich also vornehmlich in Gegenden wohlbetuchter Steueroptimierer herum. Die oft gehörte Begründung: Auf Schnee (Ferienhaus in den Bergen) sind diese Gefährte sicherer. Eine kleine Randbemerkung: Heutzutage verfügen auch praktisch alle normal dimensionierten Autos über Allradantrieb. Ausserdem: Wenn es bergab geht, laufen diese Monstren viel eher Gefahr, ausser Kontrolle zu geraten. Interessanterweise fordern die Besitzer dieser Fahrzeuge angesichts der Abmessungen ihrer Vehikel breitere Parkplätze. Das würde logischerweise zu einer Reduktion der Parkplätze führen, was wiederum ein Protestgeheul aus derselben Ecke zur Folge hätte. Vielleicht steht SUV doch eher für «Super unnötiges Vehikel».

Dieter Brunner, Zürich

Erstens: «Hoch, breit, schwer» gilt auch für Vans, «breit und schwer» auch für Kombis. «Hoch» ist bei den laufend reduzierten Geschwindigkeiten kaum noch ein Thema: Ich erziele im Schnitt ein Tempo von 55 Kilometer pro Stunde – egal ob Sportwagen oder SUV. Zweitens: SUV sind beliebt, weil man hoch und bequem sitzt, und weil man viel Federweg hat. All die Geschwindigkeit reduzierenden Aufpflasterungen und gelb-schwarzen Verkehrsberuhiger sind in einem SUV mit grossen Reifen viel bequemer zu ertragen. Drittens: Wer Geld hat, ersetzt Technik schneller. Und da SUV beliebt sind, wächst halt dieses Segment gerade dort auch schneller, wo Geld ist, ganz einfach. Auch der Verkehrspsychologe sollte bei der Psychologie bleiben: Lieber ein moderner SUV als ein ebenso schwerer Kombi. Mein aktueller SUV (X3) fährt problemlos mit 7,5 Litern pro 100 Kilometer, mein – gleich grosser und gleich schwerer – E-Kombi brauchte dafür deutlich über 10 Liter.

Dani Stettler, Oberrohrdorf AG

850 000 SUV gibt es bereits in der Schweiz, ein Ende dieses Trends ist nicht abzusehen – und das ausgerechnet in der wohl schwersten Klimakrise der Menschheit. Früher hing man sich Schmuck um, hielt sich Pferde (umweltfreundlicher als ein SUV), um seinen Reichtum und Wohlstand zu zeigen. Heutzutage hängt man sich den teuren Schmuck kaum mehr um, schon nur wegen der Gefahr, ausgeraubt zu werden. Unverschämte Steuern kann man von seinen Untertanen heute auch nicht mehr erheben. All dies ist u.a. dank der Französischen Revolution Geschichte. Dafür hält man sich heutzutage, sofern das nötige Kleingeld vorhanden ist, völlig unnötig einen SUV und foutiert sich (wieder) in unverschämter Weise um das Allgemeinwohl, denn der Klimawandel trifft schlussendlich alle. Auch wenn die finanziellen Mittel vieler SUV-Besitzer unbegrenzt zu sein scheinen, sind Regulationsmechanismen über das Portemonnaie dringend nötig. Höhere Parkgebühren: So ein Ungetüm braucht 1,5-mal so viel Parkfläche wie ein Normalauto. Höhere Steuern, höhere Versicherungen, da SUV eine permanente Gefahr sind, vor allem für Fussgänger und Radfahrer. Ein SUV-Werbeverbot wie bei der Zigarettenwerbung. So könnte dieser unsägliche SUV-Boom wenigstens gebremst werden. Mit Freiwilligkeit funktioniert das leider nicht, wie wir in der Vergangenheit zur Genüge schmerzlich erfahren haben. Ebenfalls müsste man die Autoindustrie in die Pflicht nehmen, diese Fehlentwicklung endlich zu stoppen und das Geld stattdessen in schlauere Projekte zu investieren. Es ist nicht zuletzt auch zum Wohle der SUV-Fahrer selbst, auch wenn deren Einsicht in die Gefahren des Klimawandels fehlt. Denn sonst könnte es gerade in den Bergregionen passieren, wo diese Modelle besonders beliebt zu sein scheinen, dass der infolge des auftauenden Permafrosts immer mehr bröckelnde Berg unabsichtlich noch einen solchen teuren Panzerwagen unter sich begräbt und zerdrückt. Die Natur ist immer stärker.

Thomas Beck, Bern

Die meisten dieser Johlenden sind lediglich Mitläufer
Städte ächzen unter Demo-Flut
SonntagsZeitung vom 1. 12. 2019

Wenn das Klima zu kippen droht, solche Leute wie Trump, Bolsonaro, Babiš, Orban, Johnson oder Maurer die Welt regieren, Ölindustrie, Autoindustrie, Energiekonzerne und Airlines derart viel Macht haben, solange pro Minute mehrere Menschen an Hunger sterben, obwohl es weltweit mehr als 2100 Milliardäre gibt, solange 1 Prozent die Hälfte des Volksvermögens der Schweiz besitzt, und solange die Preise für ÖV-Billette zu teuer sind, muss man doch dagegen Widerstand leisten. Die Klimajugend wurde so oft verleumdet in Leserbriefen und sogenannten sozialen Medien, dass man denen, die sie hassen, einfach gar nichts mehr glauben darf. Ich sehe, wie Konzerne unsere Erde ausbeuten, nur um Geld zu machen, und verlange, dass diese Konzerne dafür geradestehen sollen.

Michael Hofer, Winterthur

Ist das die neue Spassgesellschaft? Im Alleingang würde sich niemand von diesen Demonstrierenden für eine Sache einsetzen, für Freiwilligenarbeit zum Beispiel. Es ist bequem und einfach, in der Masse auf einem Banner eine Forderung kundzutun, schön anonym, aber möglichst laut und quer. Diese Demos erreichen nichts ausser Zorn und Unverständnis bei den meisten. Wer denkt, handelt anders. Die meisten dieser Johlenden sind lediglich Mitläufer und wissen gar nicht, was sie anrichten.

Beatrice Landert, Zollikerberg ZH

Schreiben Sie uns

Leserbriefe werden nur mit vollständiger Absenderadresse (auch via E-Mail) akzeptiert.
Bitte an folgende Adressen:
SonntagsZeitung,
Leserseite, Postfach, 8021 Zürich
(Fax 044 248 47 48) oder
leserseite@sonntagszeitung.ch.
Aus Platzgründen erlauben wir uns, eingehende Leserbriefe online zu veröffentlichen.
Die Redaktion entscheidet über Auswahl und Kürzungen.
Korrespondenz darüber wird keine geführt.
Redaktionsschluss ist jeweils am Mittwoch, 12 Uhr. Leserbriefe müssen sich auf Artikel beziehen.
Folgen Sie uns:

facebook.com/sonntagszeitung
instagram.com/sonntagszeitung.ch
twitter.com/sonntagszeitung

Minderwertiges Material oder offensichtliche Fehldesigns

Reparieren soll sich wieder lohnen
SonntagsZeitung vom 1. 12. 2019

Als Techniker sind mir die Missstände beim Reparieren von Produkten seit 25 Jahren bekannt. Geräte können vielfach nicht zerstörungsfrei geöffnet werden. Und wenn doch, werden sie von weiteren 15 Schrauben zusammengehalten, obwohl vier reichen würden. Meist sind Messungen und Funktionstests bei geöffneten Geräten nur mit Kompromissen oder gar nicht möglich. Manchmal benötigt man teures Spezialwerkzeug. Vielfach werden keine Standardteile, sondern bewusst Proprietäres und Teures eingebaut, Ersatzteile dafür zu bekommen, ist schwierig. Manchmal ist das Produkt auch so gemacht, dass man im Ausschlussverfahren zuerst das eine oder andere erfolglos ersetzen muss. Und der Produkt-Support des Herstellers ist auch für den Techniker nicht mehr gratis. Manchmal findet man Sollbruchstellen, minderwertiges Material oder offensichtliche Fehldesigns – nur damit das Produkt schneller altert. Solches kann man nicht mehr als Anfängerfehler von Ingenieuren und Designern ansehen, das ist beinahe Nötigung. So wird eine Reparatur logischerweise unrentabel. Daher kostet eine Reparatur, egal ob diese erfolgreich war oder nicht. Der Kunde achtet leider beim Kauf nicht darauf, ob der DVD-Player eine abnehmbare Bodenplatte hat oder ob unter der Motorhaube des Autos alles bis zum letzten Quadratzentimeter vollgestopft ist. Er sieht einzig den Lifestyle-Faktor des Produkts, die teure Reparatur danach, und zelebriert die Geiz-ist-geil-Mentalität weiter. Reparieren, erhalten, aufrüsten: Dieses Konzept ist die Antwort auf eine gesättigte Wirtschaft und brächte ausgelagerte Arbeitsplätze zurück. Weniger ist mehr.

Markus Zimmermann, Horw LU

Der Blick auf die Smartphoneindustrie ist sehr interessant. Die Produktion für unseren täglichen Begleiter generiert durchschnittlich 47 kg CO_2. Bis Ende 2019 soll es weltweit drei Milliarden davon geben. Wenn wir unsere Smartphones alle sechs statt alle drei Jahre austauschen würden, könnten pro Jahr eine Milliarde Geräte und 47 Millionen Tonnen CO_2 eingespart werden. Und dabei ist der Verbrauch des mehr oder weniger sauberen Stroms noch nicht einmal eingerechnet. Auch nicht die problematische Entsorgung von Kupfer, Aluminium, Zinn, Kobalt, Platin, Wolfram, Niob und Gallium. Es liegt nun an den Umweltschutzorganisationen, dies vor allem der jüngeren Generation zu vermitteln.

Peter Feller, Oberflachs AG

Ein Volk wird in Sippenhaft genommen

«China wird im Westen missverstanden»
SonntagsZeitung vom 1. 12. 2019

Basile Zimmermann ist meines Erachtens durch teilweise finanzielle Abhängigkeit vom chinesischen Staat auf beiden Augen blind. Mit der Aussage «Die Umerziehungslager sind ganz offensichtlich ein Irrtum» übersieht doch der Direktor wissentlich, dass die Uiguren seit 2017 systematisch in Lager gesteckt werden. Ein Volk wird in Sippenhaft genommen. Das Verständnis von Direktor Zimmermann für die chinesische Regierung ist einfach peinlich.

Ludwig Altenburger, Buchs ZH

Eine epochale politische Schubkraft

Die Demonstranten erweisen ihren Anliegen einen Bärendienst
SonntagsZeitung vom 1. 12. 2019

Herr Kunz wirkt wie ein Kleinbürger oder Stammtischler, wenn er alle Demonstrationen für wirkungslos erklärt. Denn er hat die Übersicht verloren und das Wichtigste vergessen: Gerade die «Fridays for Future»-Demonstrationen entwickelten ja eine epochale politische Schubkraft.

Peter Süsstrunk, Seewis GR

Foto: Keystone

«Der Mensch, der Kranke, ist doch nur Mittel zum Zweck. So viel bedeutet das Menschenleben der Pharmaindustrie: eigentlich nichts»

Susanna Geser, Biel

Ich habe gehofft, dass beide ausgestrahlt werden

SRF und das Geknorze mit dem Humor
SonntagsZeitung vom 1. 12. 2019

Eine Nachfolge der Satiresendung «Giacobbo/Müller» zu finden, war sicher nicht einfach, weil die beiden kaum zu ersetzen sind. Meine Favoriten waren gleichermassen «Deville» und «Late update». Ich habe gehofft, dass beide Sendungen alternierend ausgestrahlt werden. Dass gewisse Politiker und Politikerinnen Satire nicht verstehen, ist schade, aber bringt sicher nicht mehr Stimmen der Mitbürger. Ich wünsche jedenfalls Michael Elsener weiterhin viel Erfolg und hoffe auf weitere Veranstaltungen in der einen oder anderen Form.

Hans-Ulrich Wanzenried, Zürich

Ausser Spesen und heisser Luft nichts gemacht

Notfall bei Arzneimitteln
SonntagsZeitung vom 1. 12. 2019

Wenn jetzt Apotheker und Ärzte wegen fehlender Arzneimittel Alarm schlagen, so ist dies einmal mehr lediglich die Folge dessen, wie unsere Bundesämter nicht lösungsorientiert dahindämmern. Bei einer Fachtagung zur Medikamentenknappheit in Bern am 23. 8. 2012 verkündete der Chef Bereich Heilmittel des Bundesamts für wirtschaftliche Landesversorgung (BWL), Stefan Mühlebach, sein Interesse, durch gezielte Massnahmen seines Amtes solche Knappheiten prioritär zu bekämpfen. Geschehen ist also seit 2012, das sind satte sieben Jahre, nichts, das Abhilfe geschaffen hätte. Im Gegenteil: Die Zahl der fehlenden und zum Teil lebenswichtigen Medikamente ist noch wesentlich gestiegen. Jetzt soll aufgrund der Dringlichkeit eine interdepartementale Arbeitsgruppe einen weiteren Bericht ausarbeiten, wonach dann Massnahmen vorgeschlagen werden können. Da kann man einmal mehr festhalten, dass ausser Spesen und heisser Luft beim gemütlichen Tagen der gut besoldeten Beamten rein gar nichts gemacht wurde. Braucht es denn noch Tote, bevor hier jemand aus dem trägen Beamtenschlaf erwacht?

Hanspeter Schreier, Kerzers FR

Es geht wie immer nur um das Geld. Der Mensch, der Kranke, ist doch nur Mittel zum Zweck. So viel bedeutet das Menschenleben der Pharmaindustrie: eigentlich nichts. Hauptsache, die Aktionäre machen das grosse Geld.

Susanna Geser, Biel

Gewinner Monatsquiz Dezember

Wer am vergangenen Sonntag die 18 Fragen zum Thema «Advent» richtig beantwortete, der konnte mit etwas Glück einen Retro-Kühlschrank Gorenje VW-Bulli gewinnen.
Die richtige Lösung lautet:
MIR GEHT EIN LICHT AUF
Gewonnen hat Susanna Schläfli, Arlesheim.
Herzliche Gratulation!

Impressum

www.sonntagszeitung.ch
Auflage: 158 924 Ex. verbreitete Auflage, davon 151 417 verkauft (WEMF 2017)
Leser: 581 000
Reichweite: 12,2 Prozent, D-CH (MACH Basic 2017-2)
Herausgeberin: Tamedia AG, Zürich
Verleger: Pietro Supino
Adresse Redaktion:
Werdstrasse 21,
Postfach, 8021 Zürich
Telefon 044 248 40 40
Fax 044 242 47 48
E-Mail: redaktion@sonntagszeitung.ch
Twitter: @sonntagszeitung
Facebook:
facebook.com/sonntagszeitung
ISSN: 1420-7222
Bundeshausredaktion:
Postfach 7923, 3001 Bern
Telefon 031 311 80 54
Fax 031 311 48 50

Redaktion

Chefredaktor: Arthur Rutishauser
Mitglied der Chefredaktion:
Armin Müller
Redaktionsleitung: Andreas Kunz, Thomas Speich
Textchef: Rico Bandle
Leitung der Tamedia Editorial Services: Viviane Joyce
Ressortleitende Tamedia Editorial Services:
Textproduktion: Raphael Diethelm
Layout: Andrea Müller,
Tobias Gaberthuel (Stv.)
Bildredaktion: Olaf Hille,
Jost Fetzer (Stv.)
Infografik: Michael Rüegg
Korrektorat: Rita Frommenwiler,
Erika Tschannen (Stv.)
Publishing Services:
Dominic Geisseler (Leitung)
Nachrichten/Fokus: Andreas Kunz, Thomas Speich (Co-Leitung), Dominik Balmer, Nadja Pastega, Fabienne Riklin, Martin Stoll, Pia Wertheimer
Reporterin: Chris Winteler
Daten-Journalismus: Barnaby Skinner (Leitung), Mathias Born, Sven Cornehls, Simone Luchetta, Patrick Meier
Recherche-Desk (SonntagsZeitung, «Le Matin Dimanche»):
Thomas Knellwolf, Oliver Zihlmann (Co-Leitung), Sylvain Besson, Catherine Boss, Dominique Botti, Christian Brönnimann, Roland Gamp, Bernhard Odehnal, Kurt Pelda, Titus Plattner, Simone Rau
Bundeshaus: Denis von Burg (Leitung), Mischa Aebi, Adrian Schmid
Wirtschaft: Peter Burkhardt (Leitung), Holger Alich, Jorgos Brouzos, Erich Bürgler, Markus Diem Meier, Dominik Feusi, Philipp Felber-Eisele, Andrea Fischer, Andreas Flütsch, Laura Frommberg, Bernhard Kislig, Karin Kofler, Robert Mayer, Jon Mettler, Maren Meyer, Walter Niederberger, Beat Schmid, Martin Spieler (Geldberater)
Kultur: Guido Kalberer (Leitung), Matthias Lerf, Andreas Tobler, Benedikt Sartorius
Wissen: Nik Walter (Leitung), Alexandra Bröhm, Anke Fossgreen, Joachim Laukenmann, Martina Frei, Martin Läubli
Gesellschaft: Bettina Weber (Leitung), Tina Huber, Lucie Machac, Denise Jeitziner
Services: Giuseppe Wüest (Leitung), Christoph Ammann (Leitung Reisen), Kurt Tschan, Daniel Böniger, Nina Kobelt (Kulinarik), Dieter Liechti (Auto)
Produktion: Jörg Dietziker, Andreas Englbrecht, Silvana Iannetta
Layout: Andrea Müller (Leitung), Tobias Gaberthuel (Art Director), Werner Gämperli, Natalie Seitz, Marius Vogelmann
Infografik: Jürg Candrian
Fotoredaktion: Olaf Hille (Leitung), Julian Rüthi, Monica Foresti
Korrektur: Rita Frommenwiler (Leitung)
Sekretariat: Judith Imlig Oswald
Autoren/Kolumnisten: Tamara Funiciello, Milo Rau, Peter Schneider, Markus Somm
Ständige Mitarbeiter:
Martin Kilchmann, Peter Schibler, Karl Wild
Auslandkorrespondenten:
Martin Suter (New York)
Sekretariat: Claudia Bianchi, Sarah Renfer-Freudiger
Sportredaktion: Ueli Kägi (Leitung), Adrian Ruch (Leitung), Alexandra Stäuble (Leitung), Marcel Allemann, Anna Baumgartner, Peter M. Birrer, Christian Brüngger, Thierry Dick, Dominic Duss, Simon Graf, René Hauri, Jan Hirschi, Adrian Hunziker, Roland Jauch, Kristian Kapp, Reto Kirchhofer, Philipp Muschg, Kai Müller, Marco Oppliger, Florian Raz, Philipp Rindlisbacher, Fabian Ruch, Thomas Schifferle, Monica Schneider, René Stauffer, Eva Tedesco, Alex Trunz, Daniel Wehrle, David Wiederkehr, Dominic Wuillemin
Fotografen: Sabina Bobst, Urs Jaudas, Dominique Meienberg, Reto Oeschger, Sophie Stieger
Redaktions-Service:
Nachrichtenagenturen: Associated Press (AP), Sportinformation (SI)
Bildagenturen: Agence France Presse (AFP), Associated Press (AP), European Press Photo Agencies (EPA), Keystone, Reuters
Wiedergabe von Artikeln und Bildern nur mit der ausdrücklichen Genehmigung der Redaktion.
Redaktion und Verlag lehnen für unverlangte Zusendungen jede Haftung ab.
Wir drucken auf Recyclingpapier.

Verlag

SonntagsZeitung, Verlag,
Werdstrasse 21, 8021 Zürich,
Telefon 044 248 41 11
Fax 044 248 42 72,
verlag@sonntagszeitung.ch
Leitung Verlag: Marcel Tappeiner
Verkaufsleitung: Adriano Valeri
Anzeigen
SonntagsZeitung,
Anzeigenadministration,
Werdstrasse 21, 8021 Zürich
Telefon 044 248 40 11,
Fax 044 248 42 52,
anzeigen@sonntagszeitung.ch

Rubrikenanzeigen:
Telefon 044 248 48 07
Fax 044 248 42 52
rubriken@sonntagszeitung.ch
www.adbox.ch
Beilagen:
Telefon 044 248 53 93,
Fax 044 248 42 52,
beilagen@sonntagszeitung.ch
Online/iPad:
SonntagsZeitung online,
Telefon 044 248 52 15,
online@sonntagszeitung.ch
ipad@sonntagszeitung.ch
Abo-Service:
Tamedia AG, Abo-Service
SonntagsZeitung, Postfach,
8021 Zürich
Telefon 044 404 64 40,
Fax 044 404 69 06,
abo-service@sonntagszeitung.ch
(Mo–Fr 8.00–12.00 und 13.15–17.00)
Zustellprobleme:
Sonntags Gratistelefon
0800 80 80 14 (8.00–11.00)
Basel: Hotline für die Sonntags-Zeitung der «Basler Zeitung»:
Telefon 061 639 13 13
Umleitungen, Unterbrüche:
Kostenlose Umleitungen und Unterbrüche via sonntagszeitung.ch/service, sonst Bearbeitungsgebühr Fr. 7.–.
Abonnemente:
Einzelnummer Fr. 5.–
1 Jahr Fr. 224.– (52 Ausgaben),
Weitere Abo-Angebote auf abo.sonntagszeitung.ch
Digital-Einzelnummer Fr. 3.–
Digital 1 Jahr Fr. 120.– (52 Ausgaben)
Zustellung:
Presto Presse-Vertriebs AG

Technische Herstellung:
DZZ Druckzentrum, Zürich AG

Ombudsmann von Tamedia:
Ignaz Staub, Postfach 837
CH-6330 Cham 1
ombudsmann.tamedia@bluewin.ch
Die in dieser Zeitung publizierten Anzeigen dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder anderweitig verwertet werden. Ausgeschlossen ist insbesondere auch eine Einspeisung auf Onlinedienste, unabhängig davon, ob die Anzeigen zu diesem Zweck bearbeitet werden oder nicht. Der Verleger und die Inserenten untersagen ausdrücklich die Übernahme auf Onlinedienste durch Dritte. Jeder Verstoss gegen dieses Verbot wird vom Verlag rechtlich verfolgt.
Neben den klassischen Formen von Werbung erscheinen in den Medien von Tamedia zwei Formen von Inhaltswerbung:
Paid Post: Im Zentrum steht in der Regel das Produkt oder die Dienstleistung des Werbekunden. Die Erscheinungsform hebt sich vom Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet.
Sponsored: Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses sogenannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet.
Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbeformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia AG i.S.v. Art. 322 StGB: Actua Immobilier SA, Adagent AG, autoricardo AG, 20 minuti Ticino SA, Adextra AG, Basler Zeitung AG, Berner Oberland Medien AG BOM, BOOK A TIGER Switzerland AG, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Switzerland) AG, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience (Switzerland) AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach Digital Services AG, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Management AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Homegate AG, ImmoStreet.ch S.A., Jaduda GmbH, JobCloud AG, Jobsuchmaschine AG, Jointvision E-Services GmbH, LC Lausannecités S.A., Meekan Solutions Ltd., MetroXpress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Olmero AG, ricardo.ch AG, ricardo France Sàrl, Schaer Thun AG, Société de Publications Nouvelles SPN SA, Starticket AG, swiss radioworld AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Publications romandes SA, Trendsales ApS, Verlag Finanz und Wirtschaft AG, Zürcher Oberland Medien AG, Zürcher Regionalzeitungen AG

Eine Marke von Tamedia