

Einspruch

Die höheren Franchisen sind ein Risiko

Von Hans Göschke

In Zukunft will der Bundesrat die Franchise regelmässig an den Anstieg der Gesundheitskosten anpassen («Alle vier Jahre 50 Franken teurer»; BaZ 6. 3. 2019). Alle drei bis vier Jahre ist mit einer Erhöhung um 50 Franken zu rechnen. Die Gesundheitskommission des Nationalrats will noch weiter gehen und auf einen Schlag die ordentliche Franchise von 300 auf 500 Franken erhöhen. Ein Vorstoss im Nationalrat will auch die maximal mögliche Franchise von bisher 2500 Franken heraufsetzen, um gesunden Personen Prämieneinsparungen zu ermöglichen. Laut Nationalrat Eder (FDP, ZG) können Versicherte bis zu 40 Prozent Prämien sparen dank hoher Franchise und einem Wechsel zu den billigsten Kassen. Hohe Franchisen sind für Versicherte mit kleinem Einkommen verlockend, auch für ältere, weil sie damit gemessen an ihren Verhältnissen viel Geld einsparen.

Als Vertrauensarzt einer Krankenkasse und Mitglied einer Sozialhilfebehörde habe ich Personen mit kleinem Einkommen immer vor hohen Franchisen gewarnt. Bei ernsthafter Erkrankung gerieten manche an die Grenzen ihrer finanziellen Belastbarkeit. Einige konnten ihre Gesundheitskosten in Form von hoher Franchise, Selbstbehalt und weiteren Eigenleistungen nicht bezahlen und mussten sich Unterstützung bei der Sozialhilfe holen. Andere Patienten gingen zu spät zum Arzt, wodurch die Heilungschancen kleiner und die Behandlungskosten grösser wurden. Unser Gesundheitssystem wird deshalb durch höhere Franchisen nicht billiger. Auch der renommierte Gesundheitsökonom Heinz Locher zeigt sich skeptisch.

Eine Entsolidarisierung

Höhere Franchisen gehen zulasten der Alten und chronisch Kranken – eine Entsolidarisierung unserer Gesellschaft. Hinzu kommt, dass mehrere Kantone die Prämienverbilligungen gekürzt haben. Die Kampagne zur Erhöhung der Franchise läuft unter dem Titel «mehr Eigenverantwortung». Schon heute bezahlen jedoch schweizerische Patienten einen wesentlich grösseren Teil an ihre Krankheitskosten als ihre Leidensgenossen in den Nachbarländern.

Wo kann im Gesundheitswesen gespart werden? Etwas bei den Spitalaufenthalten, die in der Schweiz noch immer länger dauern als in vergleichbaren Ländern, und bei unnötigen Operationen. Eine Studie im Kanton Tessin hat gezeigt, dass bei Angehörigen von Ärzten und Anwälten nur halb so viele Mandel- und Gebärmutteroperationen durchgeführt wurden wie bei anderen Personen.

Studien zeigten ein Sparpotenzial bei den Gesundheitskosten von 20 Prozent auf, ohne Qualitätsverlust. Die vom Bundesrat vorgeschlagene Kostenbremse wird ohne unabhängige Kostenkontrolle kaum greifen. Vielleicht ist der Leidensdruck mit 80 Milliarden jährlichen Gesundheitskosten und jährlich steigenden Prämien noch nicht gross genug.

Hans Göschke wohnt in Binningen.

-minu

Grosse Liebe

Von -minu



«Max sitzt dort!»
Elke stupfte Susi an: «... er sieht immer noch heiss aus!»

Es war nach dem Morgenstrach.

Die kleine Frauen-Gruppe gönnte sich eine Verschnaufpause.

Seit einigen Jahren wurden es immer mehr solche Pausen.

«Er muss über 60 sein ...» hakte Elke bei Susi nach.

Diese rührte in ihrem heissen Tee: «... 62 – wenn du's genau wissen willst. DIE SUPPE IST GEGESSEN. ER INTERESSIERT MICH NICHT MEHR ...»

Elke grinste. «Aber du i h n. Er äugt stets hierher ...»

Susi knurrte verärgert.

«Blödsinn!»

Dann rief sie nach dem Kellner.

Zehn Jahre lang waren Max und Susi verheiratet gewesen.

Agenda

Parallelen zwischen EWR- und Rahmenabkommen

Von Silvio Borner



Die Diskussion um das Rahmenabkommen erinnert mich stark an den Anfang der 90er-Jahre, wo ich für den EWR war, weil es primär um den Binnenmarkt ging

und die Fehlentwicklungen der EU (Einführung des Euro, rasche Expansion der Mitglieder, starke Zentralisierung/Bürokratisierung) nicht voraussehbar waren. Gleichzeitig hatte ich wenig Vertrauen in die Fähigkeit der Schweiz, sich global und liberal dem möglichst freien Wettbewerb zu öffnen. Heute scheint die EU eher vor Zerfallserscheinungen zu stehen, während sich unsere Reformbereitschaft tendenziell verschlechtert hat: Also nach wie vor grosse Ungewissheit, was aus der EU wird und ob wir den mutigen Alleingang schaffen könnten.

Hinzu kommt, dass es damals wie heute eigentlich um drei Optionen geht, aber wir heute nur zum Rahmenabkommen und gestern nur zum EWR Ja oder Nein stimmen konnten. Ein Nein führt in den ungewissen Alleingang. Nicht zur Debatte steht der EU-Beitritt, der aber in den Köpfen einen wichtigen Platz einnimmt und beim EWR ausgerechnet von Bundesrat Ogi provokativ als «Trainingslager für die Mitgliedschaft» ins Spiel gebracht wurde. Auch der Bundesrat beschloss ohne Information des Chefdiplomaten Blankart ein Beitrittsgesuch mit vier zu drei Stimmen, wobei auch hier Ogi die entscheidende Ja-Stimme abgab. Warum hat ihn Blocher nicht zurückgepfiffen? Weil Blocher richtig darauf spekulierte, dass viele EWR-Anhänger jetzt genau deswegen ein Nein einlegen würden.

SUSI HATTE IM SIEBTEN HIMMEL GESCHWEBT.

Max war der erste Mann, mit dem sie geschlafen hatte.

Max war der Traummann gewesen: WALLENDE LOCKEN ... AUGEN WIE SPEIENDE VULKANE

Max war aber auch ein Arschloch: Er jagte Frauen wie der streunende Kater die Katzen.

Susi war nicht blöd gewesen. Man hatte sie gewarnt. Und sie hatte Augen im Kopf.

DOCH! – Sie w a r blöd gewesen: denn sie heiratete ihn. Und dachte: Ich werde ihn ändern.

Max machte sich nichts aus Fasnacht.

Nein, falsch. Er benutzte die drei Tage als Mittel zum Zweck.

Frisch geföhnt und stark deodoriert hockte er in den Beizen herum: Eine Larve brauchte er nicht – Hauptsache die Weiber bissen an!

Als Susi an einem Fasnachtsmittwoch unerwartet früh nach Hause kam, lag der Waggiskragen in der Küche – und der rammlige Kater im

Bett. Natürlich nicht alleine: «Ja, bist du schon da?!»

SUSI HATTE ZEHN JAHRE GELITTEN. JETZT WARF SIE ENDGÜLTIG DAS HANDTUCH!

Zuerst lebte sie alleine. Dann lernte sie Yves kennen.

Es war nicht die grosse Liebe. Aber sie schätzte seine Zuverlässigkeit. Seine Treue. Seine Augen.

DIESE SPRÜHTEN NICHT WIE EIN VULKAN. ABER SIE SCHENKTEN IHR WÄRME.

UND EIN ZUHAUSE.

Max fing Susi jetzt bei der Türe ab: «Es sind Jahre her ... du hast dich überhaupt nicht verändert ...»

SIE SAH SEINE PUPILLEN SPRÜHEN.

UND SIE FÜHLTE, WIE IHRE KNIE ZU PUDDING WURDEN.

Irgendjemand hatte ihr einmal gesagt: «Es gibt nur e i n e grosse Liebe, nur e i n e n Höhenflug ... deshalb ist der Absturz danach immer so tief!»

«Ich begleite dich ... wir haben viel zu reden, Susi ...»

Max machte eine Pause. Dann: «Ich habe dich nie vergessen können ...»

«Es ist das Schnurren des Katers – aber ich liebe ihn immer noch!», dachte Susi.

Drei Tage lief Max hinter der Frauengruppe her.

«Ich habe einen Freund ...», hatte Susi ihn abwimmeln wollen.

«... und ich habe niemanden», hatte Max geseufzt. «ICH WILL ENDLICH ETWAS BESTÄNDIGES ...»

Der Donnerstag war dann grau – so wie der Fasnachtsschluss eben ist.

Er begleitete Susi nach dem «Ändstrach» nach Hause: «Wo ist dein Yves?»

Sie lächelte: «In Wien. Er macht sich nichts aus Fasnacht ...» Und dann sehr bestimmt: «... er vertraut mir, Max.»

DANN KEHRTE SIE IHM DEN RÜCKEN. UND GING IN IHRE WOHNUNG.

Als sie Yves' Stimme am Handy hörte, überkam sie eine wunderbare Wärme.

Es war kein Höhenflug.

ABER EIN DAHEIMSEIN.

«... ich nehme den Abendflug nach Wien!», sagte sie.

Verrückte Welt

Die Ratten verlassen das sinkende Riff

Von Jochen Schmid



Die Launen der Natur bringen es mit sich, dass Tiere kommen und gehen. Sie machen sich auf unserem Planeten breit und dann wieder schmal, und

manchmal sterben sie auch aus.

92 Säugetierarten sind uns bekannt, die seit Mitte des vergangenen Jahrhunderts nicht mehr gesehen wurden. Oft tragen sie wunderliche Namen. Ausgestorben sind zum Beispiel der Hispaniola-Schlitzrüssler, De Wintons Goldmull oder der Berg-Affengesichtflughund. Wir ersparen uns den albernen Hinweis, dass der Telefominkuskus weder etwas mit modernen Kommunikationsmitteln zu tun hat noch mit den leckeren Griesskügelchen aus der arabischen Küche. Es handelt sich schlicht um einen Kletterbeutler aus Papua-Neuguinea, der erst 1985 entdeckt wurde und nur 15 Jahre durch den Urwald geklettert ist, bevor ihn die Tierwissenschaft zu Beginn des 20. Jahrhundert wieder aus den Augen verlor.

Unter Siedlern

Unter den Säugetieren, die verschwanden, sind nur wenige Raubtiere (8), aber viele Nager (41). Auffällig häufig trifft es Australien, für das die Rote Liste der neuzeitlich ausgestorbenen Tiere gleich 28 Arten vermerkt, vor allem Beutel- und Nagetiere. Das liegt vermutlich daran, dass die europäischen Kolonisatoren und Siedler des 18. Jahrhunderts den angestammten Lebensraum der Tiere verengten, sie mit der Jagd dezimierten oder auch Fuchs und Marder mit-

brachten, Beutetiere, deren Angriffslust die Fauna überforderte. Dieser Tage nun ist ein weiteres Tier in Australien aus den Annalen des Daseins getilgt worden, das allerdings aus ganz anderen Gründen sein Nischendasein aufgeben musste: Es gilt als das erste Säugetier, das der Klimawandel vertrieben hat. Es handelt sich um die putzige Bramble-Cay-Mosaikschwanzratte (Melomys rubicola).

Auf der Sandbank

Die Bramble-Cay-Mosaikschwanzratte lebte (einst, wie man nun wohl sagen muss) auf einer gerade einmal 300 mal 100 Meter grossen Sandinsel, der Bramble Cay, am nördlichen Ende des Great Barrier Reefs. Erstmals beschrieben wurde das Tier mit dem marken- und namenbildenden langen Schwanz zur Mitte des 19. Jahrhunderts, und vor zehn Jahren sollen noch 50 Exemplare auf der Insel herumgewuselt sein. Nun aber haben Wissenschaftler der Universität Queensland der Welt Mitteilung davon gemacht, dass es seit ein paar Jahren keine Spuren der Nager mehr gebe. Als mutmassliche Ursache gelten die Sturmfluten, die regelmässig über der Insel wüten und sie erodieren lassen, sowie der erhöhte Wellengang. Der Klimawandel, so heisst es, habe die Mosaikschwanzratte nachgerade hinweggeschwemmt. Auch verfügt kein Zoo und kein Zuchtlabor über lebende Exemplare mehr. Dieses Tier ist passé.

Das ist für Mutter Natur natürlich zu verkraften. Bedenklich aber scheint, dass dies am Rande des Great Barrier Reef passiert, jener farbenprächtigen Korallenlandschaft, die mehr und mehr vor den Folgen des Klimawandels erbleicht und schon jetzt schwere Schäden aufweist. Die Ratte, die nun fehlt, ist ein Zeichen.

Basler Zeitung

Basler Zeitung AG

Gegründet 1842 (National Zeitung) und 1844 (Basler Nachrichten)

Herausgeberin.

Tamedia AG, Werdstrasse 21, 8021 Zürich, Tel. 044 248 41 11
Leserschaft. 101 000 Personen inkl. Replica (MACH Basic 2018-2)
Verbreitete Auflage. 43 688 Exemplare (WEMF 2018)
Davon verkaufte Auflage inkl. Replica: 41 213 Exemplare

Jahresabonnement inkl. Sonntagszeitung für 12 Monate CHF 556.–

Weitere Abonnements-Angebote auf verlag.baz.ch/abo/

Verleger.

Pietro Supino
Chefredaktion Redaktion Tamedia. Arthur Rutishauser, Chefredaktor (ar), Adrian Zurbriggen, Stv. (azu), Armin Müller (arm), Iwan Städler (is), Michael Marti (MMA)

Redaktion. Aeschenplatz 7, Postfach 2250, 4002 Basel, Tel. 061 639 11 11, Fax 061 639 17 84, redaktion@baz.ch / vornamen.name@baz.ch

Chefredaktor.

Marcel Rohr (mr)

Chefredaktion. Markus Wüest, Stv. (mw), Laila Abdel'Al, Assistentin

Politik, Wirtschaft. Lukas Lampart (lam), Patrick Griesser (pg), Stephan Reuter (sr), Christoph Hirter (hic)

Basel-Stadt, Baselland, Region. Joël Hoffmann, Leitung (jho), Martin Furrer, Stv. (mfu), Dominik Heitz (he), Serkan Abrecht (sa), Jan Amisler (jam), Thomas Dähler (td), Denise Dollinger (dd), Lisa Groelly (lg), Thomas Gubler (Gu), Mischä Hauswirth (hws), Nina Jecker (nj), Franziska Laur (fl), Alessandra Paone (ale), Martin Regenass (mar), Alex Reichmuth (are), Alexander Müller (amu), Dina Sambar (dis), Kurt Tschan (kt), Daniel Wahl (wah)

Spezialseiten. Essen & Trinken: Roland Harisberger (rh)

Beilagen/Projekte. Roland Harisberger (rh)

Leitung Tamedia Editorial Services. Viviane Joyce-Laissue, Leitung (vj), Stefan Ryser, Stv., Martin Haslebachner

Produktion. Lukas Lampart, Leitung (lam), Peter de Marchi (pdm), Julia Gisi (jug), Tatiana Grusso (tgr), Roland Harisberger (rh), Stephan Reuter (sr), Kurt Tschan (kt)

Gestaltung. Nino Angiuli (Art Director), Stephan Havasi

Fotografen. Florian Bärtschiger, Pino Covino, Lucia Hunziker, Kostas Maros, Dominik Plüss, Nicole Pont

Korrektur. Anne-Sophie Heer, Lesley Paganetti, Sornedia

Peking, Thomas Roser (tro), Belgrad, Stefan Scholl (sch), Moskau, Reiner Wandler (rwa), Madrid

Kolumnisten. Manuel Battagay, Silvio Borner, Sebastian Briellmann, Christoph Eymann, Barbara Gutzwiller, Markus Häring, Hans-Peter Hammel (-minu), Martin Hicklin, Helmut Hubacher, Tino Krattiger, Markus Melzi, Linus Reichlin, Christine Richard, Eric Sarasin, Andreas W. Schmid, Jochen Schmid, Andreas Schwander, Roland Stark, Rudolf Strahm, Patrick Tschan

Spezialseiten. Essen & Trinken: Roland Harisberger (rh)

Beilagen/Projekte. Roland Harisberger (rh)

Leitung Tamedia Editorial Services. Viviane Joyce-Laissue, Leitung (vj), Stefan Ryser, Stv., Martin Haslebachner

Produktion. Lukas Lampart, Leitung (lam), Peter de Marchi (pdm), Julia Gisi (jug), Tatiana Grusso (tgr), Roland Harisberger (rh), Stephan Reuter (sr), Kurt Tschan (kt)

Gestaltung. Nino Angiuli (Art Director), Stephan Havasi

Fotografen. Florian Bärtschiger, Pino Covino, Lucia Hunziker, Kostas Maros, Dominik Plüss, Nicole Pont

Korrektur. Anne-Sophie Heer, Lesley Paganetti, Sornedia

Sachbearbeitung. Milena De Matteis, Michèle Gartenmann, Marcel Münch

Dokumentation/Archiv. Marcel Münch doku@baz.ch

Büro Laufentfall/Schwarzbubenland. Basler Zeitung AG, Postfach, 4245 Kleinlützel Tel. 061 639 11 11

Verlag Verlagsleitung. Marcel Tappeiner

Verlag. Aeschenplatz 7, Postfach, 4002 Basel, Tel. 061 639 11 11, verlag@baz.ch

Abonnements-, Zustell- und Reklamationsdienst. Montag bis Freitag von 7.30–12 Uhr und 13–17 Uhr, Samstag von 7.30–12 Uhr, Sonntag von 8–11 Uhr, Tel. 061 639 13 13, abo@baz.ch, www.baz.ch/abo

Abonnementspreise. Basler Zeitung (mit SonntagsZeitung, inkl. 2.5% MWST): 6 Monate Fr. 292.–, 12 Monate Fr. 556.– (Ausland auf Anfrage)

Leiter Werbekmarkt. Damian Fischer

Inserate. Basler Zeitung AG, Aeschenplatz 7, Postfach, 4002 Basel, Tel. 061 639 10 50, inserate@baz.ch, www.bzm.ch

Schalter für Inserate. Montag–Freitag von 8.00–12.00, 13.00–17.00 Uhr Tel. 061 639 12 18, schalter@baz.ch

Annoncenpreis. Basler Zeitung, s/w oder farbig Fr. 4.25, (mm-Basispreis, zzgl. MwSt.)

Ein Mitglied des metropol

Todesanzeigen. todesanzeigen@baz.ch, Tel. 061 639 12 18,

Druck. DZB Druckzentrum Bern AG, Zentweg 7, 3006 Bern

Basler Zeitung AG. Bekanntgabe namhafter Beteiligungen: Neue Fricktaler Zeitung AG, Presse TV

Geschützte Marken. Nordwestschweizer

Z E I T U N G

Basler Woche

Ombudsmann der Tamedia AG Ignaz Staub, Postfach 837, CH-6330 Cham 1, ombudsmann.tamedia@bluewin.ch

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia AG i.S.v. Art. 322 StGB:

Actua Immobilien SA, Adagent AG, autorizardo AG, 20 minuti Ticino SA, Adextra AG, Basler Zeitung AG, Berner Oberland Medien AG BOM, BOOK A TIGER Switzerland AG, OIL 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, DZJ 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, JoinVision E-Services GmbH, LZ Linth Zeitung AG, Meekan Solutions Ltd., MetroPress Denmark A/S, Neo Advertising AG, Olmero AG, ricardo.ch AG, ricardo France Sàrl, Schaefer Thun AG, Starticket AG, swiss radioworld AG, Tamedia Espace AG, Tamedia Publications romandes SA, Trendsales AG, Verlag Finanz und Wirtschaft AG, Zürcher Oberland Medien AG, Zürcher Regionalzeitungen AG

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 Trägermittels ab. Diese Werbemitel 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 Trägermittels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet.

Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Eine Marke von Tamedia

