



Auch Verkaufszahlen für Gaming-Zubehör stiegen. AFP

Switch 2 wird zum Bestseller

ZÜRICH Seit dem 5. Juni ist die Nintendo-Konsole Switch 2 erhältlich. Der Start verlief fantastisch. Laut eigenen Angaben verkaufte der Hersteller im ersten Monat fünf Millionen Exemplare weltweit, das ist fast doppelt so viel wie beim ersten Monat der ursprünglichen Switch. Allein in Japan gab es laut Schätzungen von «VGChartz.com» mehr als 1,7 Millionen Verkäufe im Juni.

Auch in der Schweiz verkauft sich das Gerät blendend, wie eine Auswertung von Digitac Galaxus zeigt: Im Juni lieferte er sechsmal mehr Konsolen aus als 2024. Nintendo konnte damit den Marktanteil bei Digitac Galaxus mehr als verdoppeln. **MUR**

IMPRESSUM



Gesamte Gratisauflage 2023:
330 704 Exemplare D-CH
137 190 Exemplare F-CH
23 733 Exemplare I-CH
Total Audience CH 2.182 Mio.
Leserschaft gemäss
MACH Basic 2024-1:
900 000 Leser D-CH
353 000 Leser F-CH
65 000 Leser I-CH

Herausgeberin: TX Group AG
Verleger: Pietro Supino
CEO 20 Minuten Gruppe:
Bernhard Brechbühl

Chefredaktion:
Désirée Pomper, Chefredaktorin /
Gaudenz Looser, stv. Chefredaktor /
Basil Honegger / Daniel Waldmeier
Nachrichtengenturen: AFP, DPA,
Spot on News
Telefon Redaktion Basel: 061 269 80 20
Telefon Redaktion Luzern: 041 227 86 20
Telefon Redaktion St. Gallen: 071 226 88 20
Telefon Anzeigen: 044 248 42 30
E-Mail Redaktion: redaktion@20minuten.ch
E-Mail Inserate: verlag@20minuten.ch
Vertrieb: 20min.vertrieb@20minuten.ch
Druck: DZZ Druckzentrum Zürich AG;
Bubenbergrasse 1, Postfach; 8021 Zürich

Bekanntgabe von namhaften Beteiligten
der TX Group AG i.S.v. Art. 322 StGB:
Actua Immobilien SA, ARI AG, 20 minuti Ticino SA, CAC AG,
CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien
GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA
Inc., DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich
AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach
Audience AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach Doorf
(Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach
Group AG, Goldbach Manufaktur AG, Goldbach Media
Austria GmbH, Goldbach Media AG, Goldbach Neo OOH AG,
Goldbach Next AG, Goldbach Premium Publishing AG,
Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH,
Goldbach Video GmbH, Helping Switzerland AG, Infotrak
AG, Interpuli AG, Jaduda GmbH, JobCloud AG, JobCloud HR
Tech GmbH, LZ Linth Zeitung AG, OPEX AG, Plakanda
GmbH, Plakatron AG, swiss radioworld AG, Tamedia Abo
Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia Abo
AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia
Publications romandes SA, Tamedia Publications
Deutschschweiz AG, Tamedia ZRZ AG, TX Services d.o.o.,
Beograd-Novigrad, TX Services, Unipresso Ltd, Zattoo
Deutschland GmbH, Zattoo Inc., Zattoo AG, Zürcher
Oberland Medien AG

Tiktok dreht durch wegen Zweifel-Chips mit Aromat

ZÜRICH Aromat und Zweifel sind zwei Schweizer Traditionsmarken – und eine Kombination aus beiden würde laut Tiktok gut ankommen.

In einem Tiktok-Video mit über 360 000 Klicks sind zahlreiche Geschmacksvorschläge für neue KI-generierte Zweifel-Chips zu sehen. Für viele der klare Favorit: Aromat. «Ich würde so vor dem Laden stehen und die Zunge rausstrecken», sagt Tiktokker Logik_66 zu seinen fast 7000 Followern. Auch andere Kreationen, etwa mit Raclette, fände er klasse. Chips mit Bündnerfleisch? «Das würde die ganze Schweiz kaufen.»

Zahlreiche Kommentierende pflichten ihm bei. Ein User fragt: «Wieso gits das nid scho längstens?» Sogar der Schuhhändler Dosenbach meldet sich in den Kommentaren mit: «Ich bruch die Aromat-Chips.» Manche schrieben, man könne auch einfach Nature-Chips mit Aromat mischen, das schmecke fein. Andere meinen hingegen, dass dies zu salzig sei.

Die Chancen stehen gar nicht schlecht, schliesslich überrascht das Unternehmen immer wieder mit ausgefallenen Geschmacksrichtungen wie Poulet im Chörbli,

Pizza Margherita oder Bacon & Eggs.

Zweifel hats schon getestet

Denise Spirig von Zweifel sagte auf Anfrage, die Tiktok-Videos seien dem Unternehmen bekannt. «Wir prüfen laufend neue Geschmacksrichtungen, und auch Aromat war schon dabei.» Zweifel gebe aber keine genaueren Auskünfte über mögliche zukünftige Produkte.

Aromat-Hersteller:

«Wäre spannend»

Auskunftsfreudiger gibt sich der Aromat-Produzent Unilever Schweiz. «Wir stehen interessanten Produktideen und neuen Geschmacksvarianten – auch in Form von Kooperationen – immer sehr offen gegenüber. Aromat und Zweifel – das wäre sicherlich spannend», so eine Sprecherin. Es sei eine Freude für den Lebensmittelkonzern, dass die Fangemeinde sich eine Kombination dieser beiden Schweizer Ikonen wünsche. Konkret sei aber derzeit nichts geplant.

FABIAN PÖSCHL



Weiterer Top-3-Platz für die Schweiz

ZÜRICH In der Schweiz sind 4,876 Millionen Personen erwerbstätig. Mit einer Quote von 67,5 Prozent der Personen ab 15 Jahren nimmt die Schweiz einen europäischen Spitzenplatz ein, wie das Bundesamt für Statistik (BFS) in seiner Arbeitskräfteerhebung für das Jahr 2024 mitteilt. Nur Island mit 76,3 Prozent und die Niederlande mit 68,7 Prozent haben einen höheren Anteil an Erwerbspersonen in der Gesellschaft. Bei den Schweizer Nachbarländern sind es hingegen deutlich weniger: In Deutschland sind es 61,8 Prozent, in Österreich 61,5 Prozent, in Frankreich 56,6 Prozent und in Italien 49,8 Prozent.

221 000 Personen waren 2024 erwerbslos, 17 000 mehr als ein Jahr zuvor und so viele wie zuletzt vor 6 Jahren. **FPO**

Migros: Schilder erneut anbringen

ZÜRICH Bis vor kurzem hingen in zwei Zürcher Migros-Filialen Schilder mit der Aufschrift «Aus artgerechter Tierhaltung». In den Kühlvitriolen

darunter seien aber auch Produkte im Angebot gewesen, die diesen Anspruch nicht erfüllen, schreiben mehrere Tierschutzorganisationen

der Redaktion. Die Mitteilung kommt von Vier Pfoten, Tier im Fokus, Sentience, Animal Rights Switzerland und der Stiftung für das Tier im Recht. Sie bemängeln die «fragwürdige Werbung» in einem Schreiben an die Migros und haben damit offenbar Erfolg: Die Detailhändlerin habe reagiert und die Schilder in ihren Filialen in Zürich Seebach und am Rigiplatz im Juni entfernt.

Doch eine Anfrage bei der Migros zeigt, dass dies nicht den Tatsachen entspricht: «Dass diese Plakate vorübergehend aus diesen beiden Filialen entfernt wurden, hat nichts mit der Kritik der genannten Organisationen zu tun, sondern mit der erfolgten Renovierung dieser Verkaufsstellen.» Die Migros habe die vollständige Plakatierung noch nicht aufgenommen. **MUR**



Unten sind Produkte, die nicht artgerecht seien. Tier im Recht