

| | | | | | | | | | |
|---|------------------------------|--------------------------------------|--|--|------------------------------------|--|---|---|---|
| Kursverlauf Veränderungen seit Jahresbeginn | DAX 7143 +2,4 % | DOW JONES 11 854 +2,4 % | JAPAN-AKTIE NIKKEI: 10 519 +1,6 % | RUSSLAND-AKTIE RTS: 1902 +7,4 % | EURO 1,34 US\$ +0,0 % | ROHÖL 93 US\$/BARREL +3,6 % | GOLD 1370 US\$/FEINUNZE -3,6 % | MAIS 6,59 US\$/SCHEFFEL +5,1 % | ALUMINIUM 2463 US\$/TONNE -1,4 % |
|---|------------------------------|--------------------------------------|--|--|------------------------------------|--|---|---|---|

GELD UND LEBEN

Bloß nicht fremdgehen

Geldabheben am Bankautomaten wird transparenter, aber oft nicht billiger

Wer bisher Geld an einem fremden Bankautomaten abhob, erfuhr oft erst mit dem nächsten Kontoauszug, wie teuer das war – im Schnitt waren jeweils mehr als fünf Euro fällig. Das ändert sich jetzt. Seit dem vergangenen Wochenende müssen Nutzer direkt an der Maschine auf die Kosten hingewiesen werden. Billiger wird es aber nicht überall: Während private Banken künftig maximal 1,95 Euro je Fremdbhebung verlangen, nehmen Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken weiterhin sehr unterschiedliche Gebühren. Wer als Kunde der Sparkasse bei der Deutschen Bank abhebt, dürfte somit weit aus billiger davonkommen als umgekehrt der Deutsche-Bank-Kunde bei einer Sparkasse.

Diese Woche von Marcus Rohwetter



Verbraucherfreundlich ist das nicht. Die Sparkassen nutzen ihre starke Position, schließlich haben sie mit 27 500 Geräten das größte Netz von Geldautomaten in Deutschland. Die in der Cash Group vereinten privaten Banken verfügen über nur rund 9000 Au-

tomaten im Land. Warum sollte man der privaten Konkurrenz also einen Gefallen tun?

So lobenswert die neue Transparenz auch ist (obwohl es eigentlich selbstverständlich sein sollte, im Vorhinein über den Preis für eine Leistung informiert zu werden), bleibt es bedauerlich, dass sich die Finanzbranche zu einheitlichen Gebühren nicht durchringen konnte. Ebenso bedauerlich bleibt, dass man den Kunden verschweigt, dass Machtkämpfe und nicht etwa hohe Betriebskosten dafür verantwortlich sind. Zwar müssen auch Geldautomaten gekauft oder geleast werden. Zwar müssen sie mit Scheinen befüllt und die Buchungen zwischen den Banken abgerechnet werden. Das alles aber, so haben die Verbraucherzentralen ausgerechnet, kostet je Abhebung nicht einmal einen Euro. Und wenn man noch bedenkt, dass die Automaten seit den späten siebziger Jahren unter anderem auch deshalb flächendeckend eingeführt wurden, um Personalkosten am Kassenschalter zu senken, erscheinen selbst die gerade gesenkten Gebühren der Privatbanken noch als teuer.



Illustration: Karsten Perat für DIE ZEIT/www.pilimonone.com

Es gibt ihn noch, den Videotext. Auch wenn er zu Beginn des 21. Jahrhunderts wie ein Relikt aus den frühen Jahren der Medientechnik wirkt, ähnlich überholt wie die Musikkassette oder die Schallplatte. Neben dem Breitband-Internet kommt der Teletext fade, fehlerhaft und schwerfällig daher. Und dennoch: Mehr als 16 Millionen Menschen in Deutschland zappen sich täglich per Fernbedienung durch die Videotexttafeln. Darauf setzen Fernsehsender, die mit Videotext Geld verdienen wollen, und auch einige Unternehmen, die dort Anzeigen schalten. Entstanden ist ein Markt voller Merkwürdigkeiten, die an die Grenze des Unseriösen reichen.

Es gibt Tafeln, die kennt fast jeder. 200 – dort beginnen die Sportnachrichten. 300 – das aktuelle Programm des betreffenden Senders. Die ersten

300 Tafeln sind meist noch gut sortiert und werden von einer Redaktion betreut. Dahinter beginnt der Wildwuchs. Im Videotext von Privatsendern wie RTL, Sat.1 oder ProSieben finden sich auf den hinteren Seiten diverse Erotik-Angebote mit harten Sprüchen, nicht nur zu später Stunde, sondern rund um die Uhr: »Chantal, 39, verwöhnt sich selber! Lausche ihr!« Oder: »Heisse Nina 40+ mit riesigen Brüsten. Zuhören und Hand anlegen.« Chantal und Nina haben 0190er oder 0700er Telefonnummern, mit Tarifen ab 79 Cent pro Minute. Wer hier anruft, zahlt und weiß auch, was er bekommt, nämlich das Gesäusel der angewählten Dame. Dominant, devot, derb, dekadent, je nachdem, was die Videotexttafel verspricht.

Ganz anders verhält es sich mit Werbungen und Ratgeberseiten zu Finanzangelegenheiten. Die sind alles andere als transparent. Der Videotext von Privatsendern führt den Leser von Goldtopf zu Goldtopf – zumindest erwecken die Headlines einiger

»Jetzt bis 7000 Euro zurück«

Videotextanzeigen versprechen Kunden von Versicherungen schnelles Geld. Lukrativ ist das vor allem für die Anbieter VON TOBIAS ROMBERG

Seiten diesen Eindruck: »ALG II: Jetzt mehr raus-holen« (RTLtext), »Frührente: So klappt es doch noch« (RTLtext), »Schuldenstress: Diese Briefe helfen« (Sat.1), »Miete senken: Jetzt Geld zurück« (ProSieben), »Ohne Ausbildung bis 7500,- verdienen« (RTL II). Wer mehr wissen will, muss zahlen. Die verheißungsvollen Seiten verweisen auf einen kostenpflichtigen Abrufservice, einen sogenannten **On-Demand**-Dienst. Dahinter steckt meist die convisual AG aus Oberhausen.

Doch was ist dran an diesen Angeboten? Die Tafel 547 im Videotext von Sat.1 lässt aufhorchen: »Versicherung: Jetzt bis 7000,- zurück«. Weiter heißt es: »Ein neues höchst richtigerliches Urteil lehrt Versicherungen das Fürchten. Wegen eines Formfehlers in den Verträgen können sich Kunden jetzt mehrere Tausend Euro sichern – auch für viele Jahre rückwirkend.« Betroffen seien fast alle Policen. Zitiert wird dann noch Hans K., der in den vergangenen 20 Jahren angeblich 6200 Euro zu viel in seine Lebensversicherung eingezahlt habe und sich nun das Geld zurückhole. Mithilfe des Musterschreibens aus der »Info«, wie Hans K. weiter zitiert wird.

Die »Info« ist eine Broschüre der convisual AG, die aus gefalteten und beidseitig bedruckten DIN-A4-Seiten besteht. Bevor sie per Post zugestellt wird, muss man sie aber telefonisch bestellen. Das kostet 5,99 Euro. Teilt man per SMS seine E-Mail-Adresse mit, erhält man eine Datei selben Inhalts, für 4,99 Euro.

Convisual bezieht sich in dieser »Info« auf ein Urteil des Bundesgerichtshofes. Demnach müsse bei Versicherungsverträgen mit Ratenzahlung der effektive Jahreszins angegeben werden. »Ist das nicht der Fall, gilt der gesetzliche Effektivzins von vier Prozent. Haben Sie mehr gezahlt, können Sie die Differenz zurückverlangen und um eine Neuberechnung bitten – notfalls auch juristisch«, heißt es in dem Informationsschreiben.

Wer aufgrund der Videotextseite auf 7000 Euro hofft, wird enttäuscht, wenn er einen Versicherungsvertrag abgeschlossen hat, der nicht zu beanstanden ist. Er ist nun um einige Euro ärmer. Das ist vielleicht verschmerzbar. Doch die Verbraucherzentrale Hamburg kritisiert noch etwas anderes: Zwar sei es richtig, dass Millionen Versicherungskunden Anspruch auf Erstattung von Zinsen hätten oder gar ihren Vertrag widerrufen könnten, doch ganz so einfach sei die Sache dann doch nicht. Außergerichtlich würde kein Versicherer zahlen, die Kunden müssten also vor Gericht ziehen – mit wenig Aussicht auf Erfolg. Die Urteile, die der Verbraucherzentrale bisher vorliegen, seien überwiegend zugunsten der Versicherer ausgefallen. Davon ist in der Broschüre natürlich keine Rede.

Von den kostenpflichtigen Ratgebern aus dem Videotext halten die Verbraucherschützer ohnehin nicht viel. Vergleichbare und bessere Informationen gebe es auch auf der Webseite der Verbraucherzentrale Hamburg – und dort sind sie kostenlos.

Die convisual AG, ein »Full-Service-Anbieter für Mobile Marketing, Mobile Internet und interaktive Mehrwertdienste«, entgegnet, dass man über eine hausinterne Redaktion verfüge, die auf Ratgeber- und Verbrauchertemen spezialisiert sei. Das Angebot an Themen sei groß und facettenreich. Praktisch sieht das so aus: Wer die Info »Versicherung: Jetzt bis 7000,- zurück« erhält, wird im

Anschreiben auch gleich auf »Die Diät-Sensation – Abnehmen im Schlaf« hingewiesen. Weitere Informationen sind – natürlich – kostenpflichtig.

»Wenig Rente? Bis 10 000,- vom Staat«, verspricht eine andere Videotextseite auf Sat.1. Gegen eine Gebühr von 1,39 (Fax) bis 5,99 Euro (Telefon) erhält der Interessierte eine Zusammenstellung verschiedener Tipps vom Wohngeld bis zur GEZ-Befreiung, ebenfalls erstellt von der convisual AG. Diese greift nach eigenen Angaben bei einigen Infos wie denen zu den Versicherungen und der Rente auf das Know-how externer Fachautoren zurück. Namen der Autoren möchte man allerdings nicht nennen.

Auch die Privatsender halten sich bei Anfragen zu den entsprechenden Videotextseiten und der convisual AG bedeckt. Die ProSieben Sat.1 Media AG verweist zunächst auf die Antworten der convisual AG (»unser Partner«). Erst auf Nachfrage folgen dann eigene Angaben: Mit convisual arbeite man bereits seit mehr als zehn Jahren zusammen, »Publikationen und die dahinter liegenden Produkte« würden von einem Mitarbeiter vor der Ausstrahlung im Videotext überprüft, die Hauptverantwortlichkeit für die inhaltliche Richtigkeit liege jedoch beim Anbieter, also der convisual AG. Die ProSieben Sat.1 Media AG betont, der Ratgeberbereich sei eine wichtige Säule in den Teletextangeboten.

Nur warum sind die Verbraucherinformationen im Videotext dann nicht kostenlos zu haben? Weil das Geschäft lukrativ ist. Die ProSieben Sat.1 Media AG weist zum Beispiel auf die Erlöse aus den Abrufen mit der convisual AG. Auch an Werbung lässt sich verdienen. Eine ganzseitige Anzeige im Teletext von RTL kostet bei einer Laufzeit von sieben Tagen 1200 Euro, bei Vox 435 Euro.

Auch hier gibt es Wildwuchs. »Sofort-Kredite – auch ohne Schufa bis zu 250 000 EUR«, wirbt die Prestamo Financial Service GmbH im Videotext von RTL 2. Wer mehr erfahren will, muss zum Hörer greifen. 14 Cent pro Minute aus dem Festnetz, bis zu 42 Cent vom Handy. Es folgt eine automatische Ansage: »Wir sind 24 Stunden an 365 Tagen für Sie da.« Dann eine Musikschleife. Danach bricht die Verbindung ab. Beim zweiten Versuch erklingt nach einigen Minuten die Stimme einer jungen Frau. Sie nimmt die persönlichen Daten auf und verspricht, Unterlagen per Post zu senden. Tage später kommt ein Formular mit dem Titel »Express-Kreditabruf«. Eine Frau ist abgebildet, mit einem Fächer aus 100-Euro-Scheinen in der Hand. Daneben steht: »Neues Auto! Neue Einrichtung! Mehr Urlaub! Mehr Bargeld! Mehr Freiheit!« Wer nun Daten an Prestamo schickt, bekommt in den meisten Fällen aber keinen Kredit. Das zumindest ist mehreren Internetforen zu entnehmen. Stattdessen sollen Rechnungen über Bearbeitungsgebühren von 49,20 Euro ins Haus flattern mit der Empfehlung, bestimmte Versicherungen abzuschließen.

Prestamo selbst antwortet nicht auf schriftliche Anfragen. Die Presseabteilung hat eine 01805er Telefonnummer. 14 Cent pro Minute aus dem Festnetz. Maximal 42 Cent pro Minute vom Handy. Warteschleife.

On Demand

Info-On-Demand-Dienste bei Videotextanzeigen funktionieren stets nach dem gleichen Prinzip: Auf den hinteren Texttafeln der Privatsender werden Verbraucherthemen kurz angerissen, um die Neugier zu wecken. Wer mehr erfahren will, muss aktiv weitere Informationen per Telefon, SMS oder Fax anfordern. Das kostet meist satte Gebühren. Für eine Abfrage per SMS etwa können schon einmal fünf Euro fällig werden

Jetzt ZEIT WISSEN testen + 32% sparen!

Erleben Sie ZEIT WISSEN, das intelligente Wissensmagazin.

Lesen Sie Neues und Spannendes über Forschung, Gesundheit, Technik und Psychologie: faszinierend, lebendig, lebensnah.

Jetzt 3x ZEIT WISSEN testen und 32% sparen!

Ja, ich möchte 3x ZEIT WISSEN testen.

Senden Sie mir ZEIT WISSEN 3x frei Haus für nur €12,- statt €17,70 im Einzelverkauf. Ich erhalte den USB-Stick 4GB als Geschenk nach Eingang meiner ersten Zahlung. Wenn ich danach weiterlesen möchte, brauche ich nichts weiter zu tun. Ich erhalte ZEIT WISSEN dann alle 2 Monate für zzt. nur €5,30 pro Ausgabe und spare so 10%. Das Folgeabonnement kann jederzeit gekündigt werden, mit Geld-zurück-Garantie für zu viel bezahlte Hefte. Eine formlose Mitteilung an den Leser-Service genügt. Wenn ich ZEIT WISSEN nicht weiterbeziehen möchte, teile ich Ihnen das innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der 3. Ausgabe mit. Mein Geschenk darf ich in jedem Fall behalten. Angebot nur in Deutschland gültig. Auslandspreise auf Anfrage.

Name, Vorname _____
 Straße/Nr. _____
 PLZ/Wohnort _____
 Telefon _____
 E-Mail _____

Ja, ich möchte von weiteren Vorteilen profitieren. Ich bin daher einverstanden, dass mich der Zeitverlag per Post, Telefon oder E-Mail über interessante Medien-Angebote und kostenlose Veranstaltungen informiert.
 Ich zahle bequem per Bankeinzug. **770364 H3**

Geldinstitut _____
 Kontonummer _____ Bankleitzahl _____

Ich zahle per Rechnung. (Bitte keine Vorauszahlung leisten.)
 Datum _____ Unterschrift _____

ZEIT WISSEN, Leser-Service, 20080 Hamburg
 0180 / 52 52 908* 0180 / 52 52 909*
 www.zeit.de/zw-probeabo abo@zeit-wissen.de

* 14 Cent/Min. aus dem deutschen Festnetz, 42 Cent/Min. aus dem Mobilfunknetz. Bitte immer Bestellnummer angeben.

3 Ausgaben
Nur € 12,-



Ihre Vorteile:

- 3 x ZEIT WISSEN für nur €12,-!
- Sie sparen über 30%!
- Frei-Haus-Lieferung!
- Ihr Geschenk: USB-Stick 4 GB!

ZEIT WISSEN