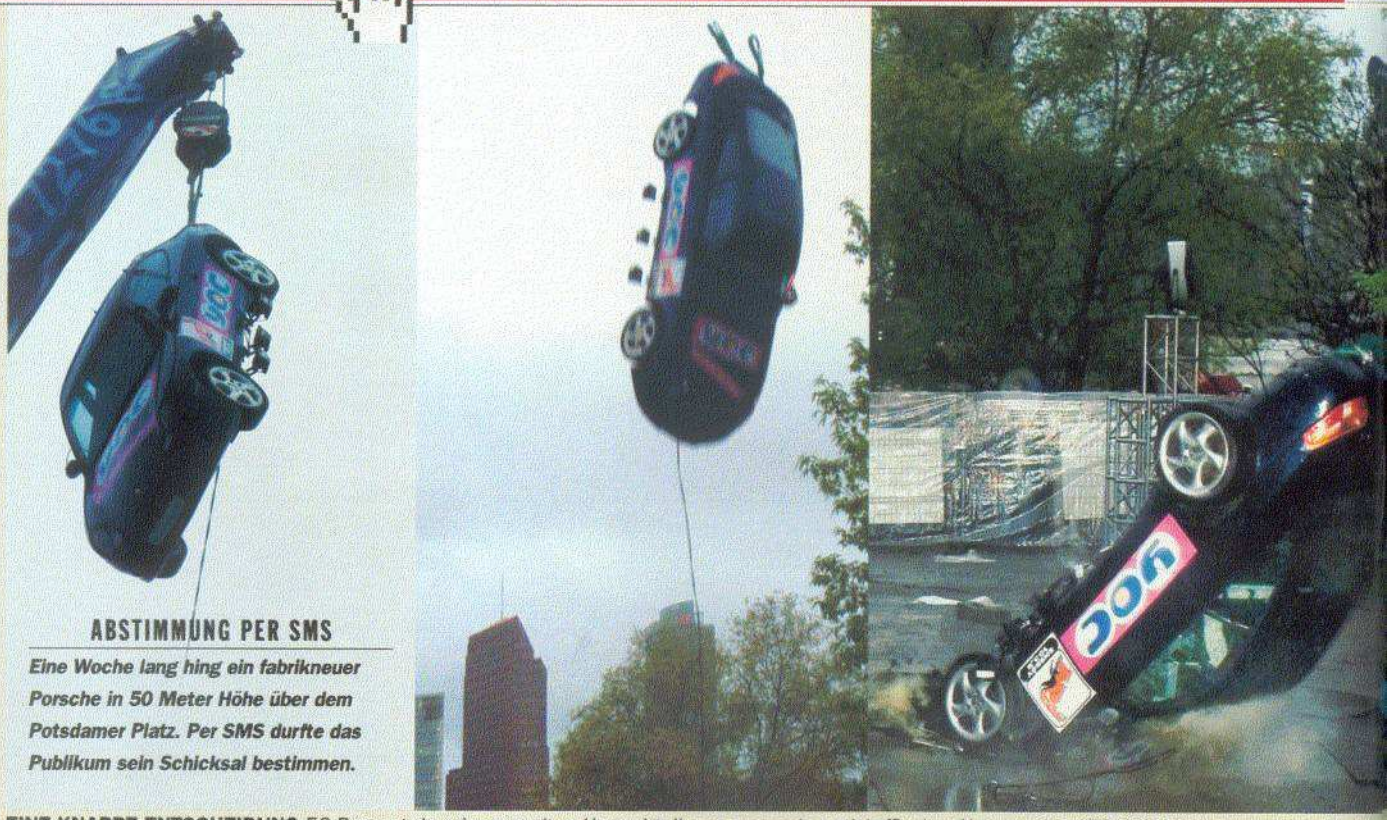


ABSTIMMUNG PER SMS

Eine Woche lang hing ein fabrikneuer Porsche in 50 Meter Höhe über dem Potsdamer Platz. Per SMS durfte das Publikum sein Schicksal bestimmen.

EINE KNAPPE ENTSCHEIDUNG 52 Prozent der eingesandten Kurzmitteilungen sprachen sich für den Absturz des 150 000 Mark teuren Sportwagens

SMS

Mode mit Fallstricken

AM EINSATZ MANGELTE ES NICHT
So mancher Motorsportfan teilte mit, sein Leben für den Wagen umzukrempeln

Mancher Passant dachte vermutlich, irgendein Künstler habe wieder einmal eine kuriose Aktion ersonnen. Kein Wunder, denn tagelang baumelte ein nagelneuer Porsche in 50 Meter Höhe über dem Potsdamer Platz in Berlin. Das Publikum sollte per SMS-Kurzmitteilung über das Schicksal des 300-PS-Gefährts entscheiden: verschenken oder runterfallen lassen und verschrotten.

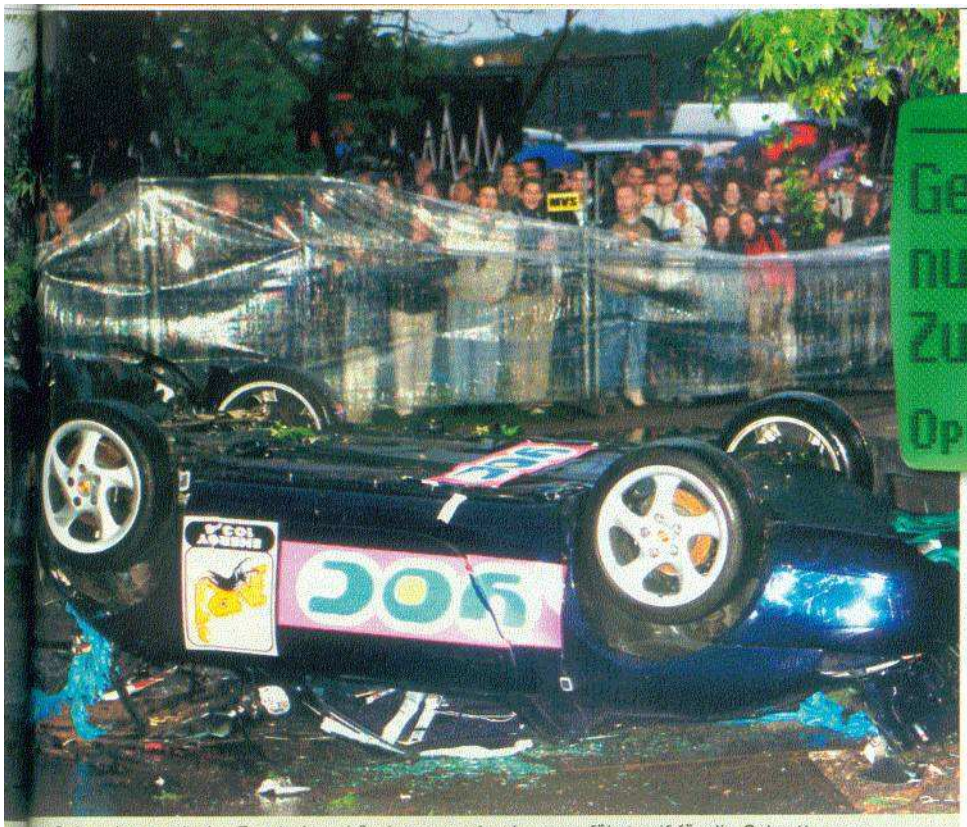
Tatsächlich steckte hinter der irren Idee kühle Kalkulation. Jungunternehmer Dirk Kraus, 28, und sein Geschäftspartner Patrick Chaillié, 34, sind die Verantwortlichen. „Wir veranstalten coole und zugleich polarisierende Events, bei denen das Publikum sekundenschnell den Ausgang mitbestimmen kann", so Kraus nüchtern. Dabei setzt YOC (Your opinion counts) – so der Name des gemeinsamen Unternehmens – neben dem Internet vor allem auf den Short Message Service (SMS), den Kurzmitteilungsdienst fürs Handy. „Leichter können wir mit unserem Publikum nicht in Kontakt treten."

Bei der Porsche-Verschrottung zeigte sich, dass diese Einschätzung keineswegs falsch ist. Während der Wagen am Haken hing, gingen im Rechenzentrum von YOC weit über 75 000 SMS-Nachrichten ein. Das Ergebnis der Abstimmung über „Cash oder Crash" – so das Motto der Veranstaltung – war knapp, aber eindeutig: 52 Prozent der Teilnehmer wollten den Wagen krachen sehen.

Dass sich mit derartigen Ereignissen Geld verdienen lässt, steht für YOC-Gründer Dirk Kraus außer Frage: „Wir haben den direkten Draht zum Kunden und sind deshalb für die werbetreibende Industrie ein guter Partner."

Die Marktentwicklung unterstützt seine Einschätzung durchaus. Waren es 1996 gerade mal 36 Millionen verschickte SMS, sendeten die deutschen Mobilfunkanbieter im vergangenen Jahr mehr als 15 Milliarden Mitteilungen durch ihre Netze.

Für die Mobilfunkbetreiber ein glänzendes Geschäft. Während sie sich bei



...s. Sekunden nach der Ergebnisverkündung war das Luxusgefährt reif für die Schrottpresse

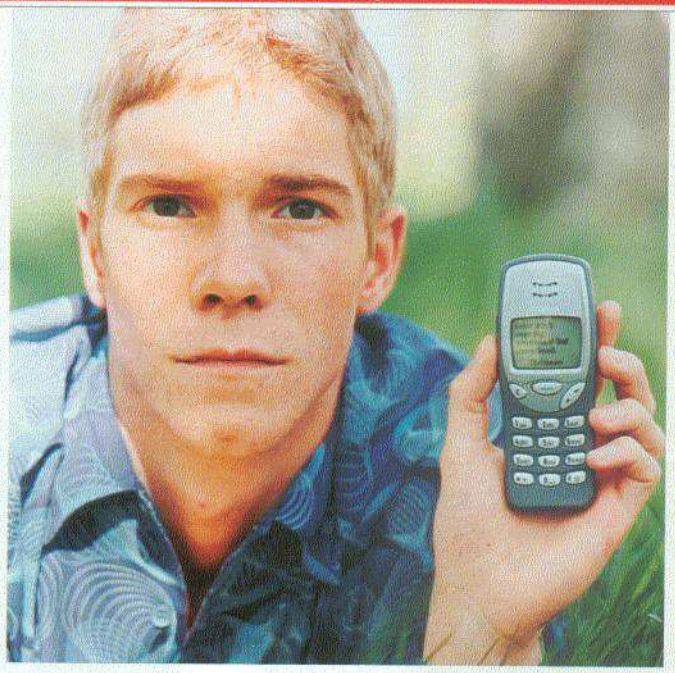
KEIN MITLEID FÜR DEN PORSCHE
Gnadenlos votierte das Publikum für das Ende des Sportwagens

Firmen entdecken SMS als Geschäftsidee. Nicht alle sind seriös. Der beliebte Dienst kann sich als teurer Spaß entpuppen

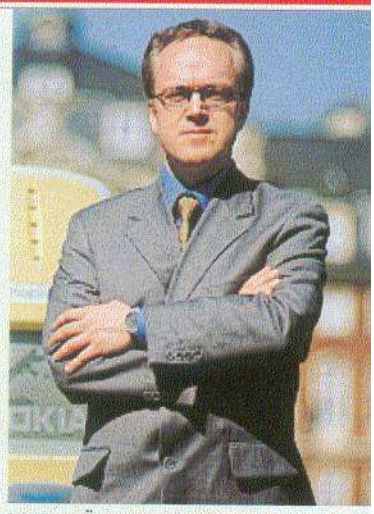
den Kosten für Telefongespräche in den vergangenen Jahren einen lautstarken Preiswettbewerb lieferten, halten sie beim Thema SMS-Gebühren einträchtig zusammen. So variiert der Preis für die getippte Nachricht– je nach Netz, Zielrufnummer und verwendetem Rechenzentrum – zwischen 15 und 59 Pfennig.

Den Überblick in diesem Tarifchaos zu bewahren ist selbst für Insider wie SMS-Fan Carsten Kovalski, 29, ein Problem. „Diese Art der Preisgestaltung ist schlicht schamlos", ereifert sich der Beamte aus Duisburg. Die Netzbetreiber wüssten ganz genau, dass kaum ein Kunde die Preise für SMS im Kopf habe. Der weitläufige Irrglaube, dass die schnell geschriebene Kurznachricht günstig sei, erledige den Rest. „Es ändert aber nichts daran, dass man im besten Fall über vier Minuten für den Preis einer einzigen SMS telefonieren kann." Kovalski, der seit über einem Jahr auf seiner Web-Seite SMS-Protest.de für niedrigere Gebühren kämpft, rät deshalb jedem, sich gezielt über die ▶

COOLE EVENTS
wie den Porsche-Absturz von Berlin veranstaltet YOC-Gründer Dirk Kraus. Weitere SMS-Aktionen sind im gesamten Bundesgebiet geplant

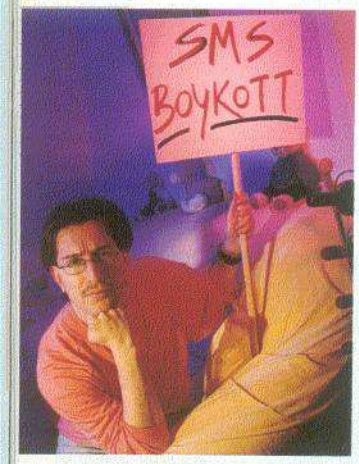


ARG GETÄUSCHT fühlt sich Lars Reigardt aus Husum. Auf die Venedig-Reise, die ihm ein österreichisches Unternehmen per SMS versprach, wartet er bis heute



UNERWÜNSCHTE WERBE-SMS bewertet TK-Rechtsexperte Michael Bohne als unrechtmäßigen Eingriff in die Privatsphäre

„Ich habe meine Lektion gelernt: Auf Gewinnbenachrichtigungen per SMS reagiere ich nicht mehr" LARS REIGARDT, AUSZUBILDENDER



ZUM PROTEST gegen die hohen Gebühren ruft SMS-Fan Carsten Kovalski auf

IMMER ÖFTER

Ein Ende des Wachstums ist nicht in Sicht.

Zahl der versandten SMS-Kurznachrichten in Deutschland
in Mio.

Quellen: T-Mobil, D2 Vodafone, E-Plus, Viag Interkom, eigene Recherchen

Kosten für SMS zu informieren. „Sonst kommt mit der nächsten Rechnung eine böse Überraschung."

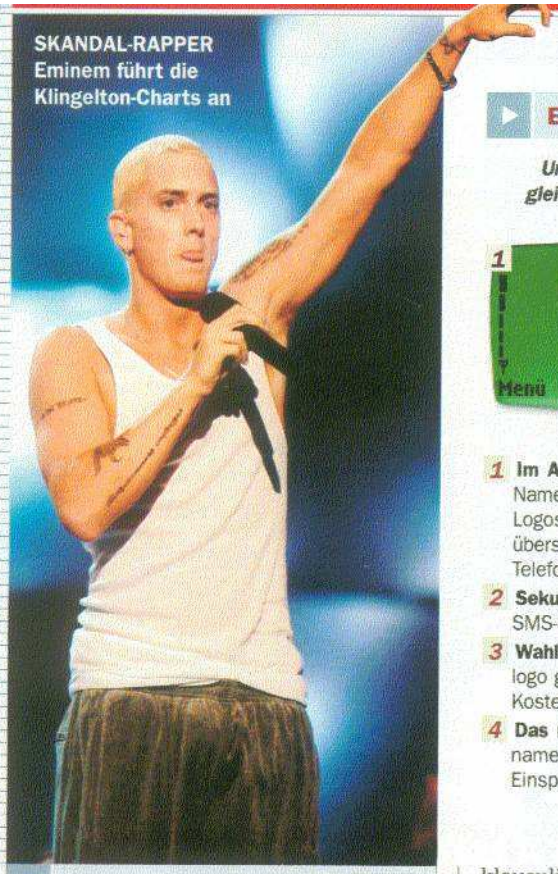
Im Schatten des SMS-Erfolgs treiben sich zunehmend auch schwarze Schafe mit fragwürdigen Methoden herum. So kann es durchaus passieren, dass den ahnungslosen Handy-Besitzer plötzlich eine Einladung zum teuren Telefonsex erreicht. Lars Reigardt aus Husum hatte dagegen anfangs allen Grund zur Freude. Er erhielt eine SMS, in der ihm der Gewinn einer Venedig-Reise versprochen wurde. Stutzig habe ihn gemacht, dass ihn der Absender in der SMS mit seinem Vornamen angesprochen habe – obwohl er in keinem Telefonverzeichnis registriert sei. „Alle meine Zweifel gingen allerdings in der Freude über den Gewinn unter."

Es kam, wie es kommen musste: Unbekümmert wählte der junge Mann die in der SMS angegebene Nummer. „Minutenlang hörte ich dort nichts sagende Tonbandansagen", so Reigardt. Auf die Reise nach Venedig wartet er bis heute. Die Rechnung für das sinnlose Telefonat ist hingegen eingegangen: „Jede Minute ist mir mit weit über drei Mark berechnet worden."

Für Bernd Krieger, den Leiter des Europäischen Verbraucherzentrums Kiel, ist so etwas nichts Neues. Mehrere Briefe, in denen Ähnliches geschildert wird, liegen seinem Institut vor. In allen Fällen wird „IVH" aus Wien als Absender der SMS genannt. „Nach unseren Recherchen gehört IVH zur EVD-Direktverkaufsgesellschaft", so Krieger. Diese Firma sei kein unbeschriebenes Blatt. In Zusammenhang mit unseriösen Geschäftspraktiken sei der Name EVD bereits mehrfach aufgetaucht. „Wir bereiten den Strafantrag vor."

Das betroffene Unternehmen in Wien sieht sich unterdessen keiner Schuld bewusst. Auf schriftliche Anfrage von FOCUS lässt EVD von seinen Anwälten mitteilen, jeder Gewinner habe die Reise erhalten. Ein Anruf des Betroffenen sei nicht zwingend gewesen, eine Postkarte hätte genügt. Dem von Seiten des Verbraucherschutzes erhobenen Vorwurf des Betrugs sieht EVD gelassen entgegen: Dieser Vorwurf – selbst verklausuliert – sei „stets rasch abgestellt" worden.

Die Erfolgsaussichten einer Klage wagt Michael Bohne, Rechtsexperte am Institut für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht der Uni Münster, dennoch nicht abzuschätzen. Dass in derartigen Fällen unlauterer Wettbewerb, mitunter sogar Betrug vorliegen könne, stehe außer Frage. „Den Gewinnanspruch durchzusetzen ist aber nahezu unmöglich. Bevor man sich versieht, sind die Firmen vom Erdboden verschwunden." Die Masche sei altbekannt. „In der Vergangenheit köderten dubiose Firmen Ahnungslose mit ver- ▶



SKANDAL-RAPPER Eminem führt die Klingelton-Charts an

TOP 10 der Klingeltöne

Filmmusik und Rap-Songs sind die beliebtesten Songs fürs Handy.

1. **„Stan“:** das bekannte Duett von Rap-Star Eminem und Sängerin Dido
2. **„Beverly Hills Cop“:** Titelmelodie des Filmklassikers mit Eddie Murphy
3. **„Country Grammar“:** Hit-Single des US-Newcomers Nelly
4. **„Halloween“:** die Gruselmelodie aus den gleichnamigen Horrorfilmen
5. **„Independent Women“:** die TOP-10-Single der R&B-Band Destiny's Child
6. **„Shit On You“:** Hardcore-Rap von Eminem und seiner Crew D12
7. **„Spiel mir das Lied vom Tod“:** Ennio Morricones bekannte Western-Melodie
8. **„The Way I Am“:** weiterer Hit aus Eminems aktuellem Album
9. **„Mission Impossible 1“:** Titelmelodie aus dem gleichnamigen Agententhriller
10. **„Exploration Of Space“:** bekannter Techno-Hit von Cosmic Gate

Quelle: Brodos

Ein neues Betreiberlogo verleiht dem Handy eine individuelle Note

Uneingeschränkt unterstützt wird dieser SMS-Service allerdings nur von Nokia. Wenngleich der Logo-Abruf von Anbieter zu Anbieter variiert, ist das Prinzip immer das gleiche.

1. **Im Ausgangszustand** zeigt das Handy den Namen des Netzbetreibers. Der Abruf eines Logos erfolgt per Anruf bei einer Hotline oder übers Internet. Abgerechnet wird über die Telefonrechnung oder ein Guthabenkonto.
2. **Sekunden später** meldet das Handy per SMS-Signal, dass ein Logo eingegangen ist.
3. **Wahlweise** kann die Grafik als Betreiberlogo gespeichert oder gelöscht werden. Die Kosten des Abrufs werden stets berechnet.
4. **Das neue Logo** ersetzt den Netzbetreibernamen. Gelöscht wird es bei Bedarf durch Einspielen eines Löschlogos.

ZU VORSICHT rät TK-Experte Kai Petzke beim Laden von Klingeltönen und Logos per SMS

klausulierten Briefen und Faxen, dann kam die E-Mail-Variante, und nun versucht man es per SMS."

Nicht kriminell, aber manchmal ebenfalls ein teurer Spaß ist auch der viel umworbene SMS-Versand von Klingeltönen und Betreiberlogos. „Was auf den ersten Blick wie eine alberne Spielerei aussieht, hat sich zu einem Riesengeschäft entwickelt", weiß Branchenkenner Kai Petzke vom Telekommunikationsportal Teltarif.de. „Was dem einen sein Manta, ist dem anderen sein Handy", so Petzke schmunzelnd. Das Prinzip des Tunings gelte für beide. „Der eine hantiert mit Zierstreifen und Felgen, der andere mit Logos und Klingeltönen."

Bei den Kosten, die diese Leidenschaft verschlingt, hört für den Experten der Spaß auf. Vorsicht sei vor allem bei Anbietern geboten, bei denen das Logo oder der Klingelton über eine teure 0190-Nummer zu bestellen ist. „Da kann eine kleine, neue Melodie oder das Herzchen fürs Display schnell mit zehn Mark auf der nächsten Gebührenabrechnung zu Buche schlagen", so Petzke. „Ich empfehle deshalb Anbieter, die jedes Gimmick zu einem festen Preis anbieten."

Die Kostenfalle SMS kann selbst dann zuschnappen, wenn ein Handy-Nutzer einen Dienst gar nicht nutzt, wie es Friedrich W. Fohsèl widerfahren ist. In weniger als drei Stunden sollte der Hochschullehrer laut D2 Vodafone 59 Kurznachrichten versandt haben. „Und das, obwohl ich nachweislich mit meinem Handy nie zuvor eine SMS verschickt habe und im fraglichen Zeitraum mit meinem Handy im Hörsaal lehrte."

Fohsèl blieb trotz mehrerer Mahnungen und Sperrung seines Handys hart. Er verlangte einen Einzelverbindungsnachweis mit den Zielrufnummern für alle SMS. Dass D2 diesen Nachweis aus technischen Gründen nicht liefern kann und aus Kulanz inzwischen auf die Gebühren verzichtet, besänftigt ihn nicht. Gerichtsurteile der vergangenen Wochen bestärken ihn. Seine Forderung: „Die Netzbetreiber müssen dafür sorgen, dass der Einzelverbindungsnachweis auch für SMS zum Standard wird." ■

ULF HANNEMANN

- www.brodos-sms.de
- www.sms-protest.de
- www.teltarif.de
- www.yoc.de

NOCH NIE hat Friedrich W. Fohsèl eine SMS per Handy verschickt – trotzdem sollte er zahlen

Fotos: C. Thomas, D. Röseler/beide FOCUS-Magazin