

Im

Plus

Das Magazin für Leben und Geld

Ausgabe 2/2015



Die Stiftung für private
Überschuldungsprävention

Vorsicht, Falle!

Tipps & Tricks, wie Sie
Kostenfallen umgehen



Auch online:
www.im-plus.org

Schön geschummelt

Gefälschte Hotelbe-
wertungen im Netz

Wunschobjekt
Smartphone

Ist mein Kind
schon reif dafür?

EDITORIAL



Liebe Leser,

Kostenfallen lauern überall – ob nun bei der Online-Buchung von Reisen, beim Kauf eines Druckers oder bei der Nutzung unseres Smartphones. Sie schmuggeln sich wie ein trojanisches Pferd in unseren Alltag und sprengen im schlimmsten Fall unser Budget. Manche Kostenfallen nehmen wir sogar mehr oder weniger bewusst in Kauf, was auch auf die Kreativität von Marketingstrategen und Produktmanagern zurückzuführen ist. Bisweilen kann der „Blick dahinter“ weiterhelfen, bestimmte Kostenfallen zu umgehen (Seiten 4–7).

Das Smartphone hat sich zum ständigen Begleiter und multimedialen Alleskönner für Kinder und Jugendliche entwickelt. Um das Gerät und seine vielen Funktionen meistern zu können, ist ein ausgereiftes Maß an Medienkompetenz und -erfahrung erforderlich – gerade bei Kindern unter 12 Jahren ist diese nicht immer vorhanden. Was Sie tun können, damit Ihr Kind beim Umgang mit dem Smartphone gut abgesichert ist, erfahren Sie auf den Seiten 8–9.

Jeder zweite deutsche Internetnutzer hat bereits seine Erfahrungen über ein Produkt oder eine Dienstleistung online kommuniziert. Andere Nutzer informieren sich hier gerne und lassen sich gegebenenfalls von diesen Bewertungen in ihrer Kaufentscheidung beeinflussen. Doch Vorsicht – nicht allen Bewertungen ist wirklich Glauben zu schenken, viele sind nämlich frei erfunden (Seite 10–11).

Ich wünsche Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre.

Gudrun Scheller-Hesch
Gudrun Scheller-Hesch, Stiftung Deutschland im Plus

INHALT

Zwölf Grundregeln für finanziellen Wohlstand	3
Vorsicht, Falle!	4
Wunschobjekt Smartphone	8
Schön geschummelt	10
Gewinnspiel und Sudoku	12

Zwölf Grundregeln für finanziellen Wohlstand

1 1. Regel: Was nichts kostet, ist auch nichts wert

Diesen Spruch sollten Sie aus zwei Blickwinkeln betrachten: Seien Sie misstrauisch, wenn Ihnen jemand etwas schenkt und rechnen Sie nicht mit der Wertschätzung anderer, wenn Sie etwas hergeben.

Eine gefährliche „Geldvernichtungsmaschine“ ist der Trick von Finanzberatern, die Ihnen anbieten, kostenlos zu überprüfen, ob Sie optimal versichert sind und so wenig Steuern wie möglich zahlen. Das sind keine Wohltäter! Zum einen sind diese angeblich neutralen Berater nicht wirklich neutral. Sie erhalten je nach dem, was sie Ihnen aufschwätzen, höchst unterschiedliche Prämien. Verlassen Sie sich darauf, dass die Ihnen nur das verkaufen, was gut für sie selbst ist. Zum anderen ist die kostenlose Überprüfung der Einstieg in ein psychologisches Drückergeschäft: Wenn man schon mal so nett ist, für Sie eine kostenlose Analyse durchzuführen, dann werden Sie am Ende nicht so hartherzig sein und einfach keinen Vertrag abschließen wollen, oder?

Mit Ihrer Dankbarkeit spekulieren auch Anbieter von Waren oder Dienstleistungen, die Ihnen kostenlose Werbegeschenke zukommen lassen. Wir Menschen haben alle einen tiefen Instinkt, fair sein zu wollen. Wenn man uns etwas schenkt, möchten wir instinktiv dann auch nett zum Schenkenden sein. Solche psychologischen Prozesse laufen fast völlig im Unterbewusstsein ab. Wenn es dem Händler einmal gelungen ist, dass man ihm ein Geschenk dankend abnimmt, hat er beim nächsten Anlauf schon viel bessere Chancen, einem etwas zu verkaufen. Das ist das Erfolgsgeheimnis von Werbegeschenken. Auch am Urlaubsort bietet man Ihnen kostenlose Ausflüge sogar mit Begrüßungscocktails an. Wenn Sie das erst einmal angenommen haben, sind Sie auch so höflich, sich den jeweiligen Vortrag über wertvolle Zuchtperlen, günstige Ledertaschen und urgesunde Dinkelkissen anzuhören. Der Vortrag ist gepfeffert mit rhetorischen Psycho- und Verkaufstricks, denen Sie sich kaum entziehen können.

Mir wurde unlängst angeboten, ab sofort kostenlos eine Zeitschrift für Unternehmensberater und Trainer zu beziehen. Klar habe ich angekreuzt, man möge mir das tatsächlich gut gemachte Blatt in Zukunft schicken. Schon bei der zweiten Nummer lag ein vorgedrucktes Überweisungsformular für eine Spende dabei. Ich habe sie natürlich gleich entsorgt. Nun bekomme ich mit jeder zweiten Ausgabe hübsche Werbegeschenke, vom Ledermäppchen für Visitenkarten bis zu feinen Markenkugelschreibern mit eingraviertem Namen. Ich beobachte mit Interesse, wie man mich endlich so dankbar für die milden Gaben stimmen will, dass ich mich schließlich einmal revanchiere und etwas kaufe. Niemals!

Den Spruch „Was nichts kostet, ist auch nichts wert“ können Sie auch aus einer anderen Perspektive betrachten. Es kann vorkommen, dass Sie so nett sind, anderen etwas zukommen zu lassen, um sich beliebt zu machen oder um ganz einfach nett zu sein. Und dann müssen Sie leider feststellen, dass die Empfänger Ihre guten Gaben nicht zu würdigen wissen. Ein Bekannter von uns kann im Personaleinkauf seiner Firma billiger Sekt, Wein und andere edle Getränke bekommen. Er kaufte bislang immer nur für den Eigenbedarf ein. Irgendwann hat er mal Freunden eine Flasche besten Champagner als Geschenk mitgebracht. Irrigerweise dachten die Freunde, er bekäme die Sachen kostenlos. Ohne jede Hemmung baten sie ihn immer wieder um eine Flasche von diesem und von jenem Jahrgang. Sie verarbeiteten dann durchaus mal den edlen Wein zu Pudding oder mischten den guten Sekt mit süßem Sirup! Unser Bekannter hoffte wohl, dass die Freunde ihm das auch einmal bezahlen würden. Er fiel aus allen Wolken, als er durch Zufall mithörte, wie seine Freunde ihrerseits Freunden mitteilten: „Der Timo kann solche Getränke kostenlos besorgen.“ Kein Wunder, dass sie mit den guten Tropfen so barbarisch umgegangen waren!

Ich hatte einmal einer Freundin eines meiner fünfzehn Belegexemplare eines neuen Buches von mir geschenkt. Sie gab es gleich weiter und wollte noch mehr: „Dann hat man immer mal ein billiges Geschenk.“ Sie dachte wohl, ich hätte noch tausend kostenloser Exemplare unter dem Bett! Da musste ich ihr erst mal sagen, dass die Bücher im Laden ihren Preis haben!

Unsere Sekretärin glaubte, Karriere machen zu können. Sie war ständig bereit, Überstunden zu machen und sich sogar Arbeit mit nach Hause zu nehmen. Tief war ihre Enttäuschung, als dann die Kollegin zur Büroleiterin befördert wurde, die niemals eine unbezahlte Überstunde leistete. Im Gespräch mit dem Chef erfuhr sie, dass der Chef ihre kostenlosen Überstunden gar nicht wertschätzte. Er glaubte, die arme Frau sei zu Hause einsam und deshalb froh, abends länger in der Firma bleiben zu dürfen.

In jeder Ausgabe stellen wir Ihnen eine der „12 Grundregeln für finanziellen Wohlstand“ von Hedwig Kellner vor. Im nächsten Heft: „Wer hat, dem wird gegeben werden“.



Hedwig Kellner
Die Kunst, mit meinem Geld auszukommen
5. Auflage 2011, 160 Seiten
ISBN: 978-3-485-05044-9
12,99 EUR*D/ 13,40 EUR*A/ 19,90 CHF
nymphenburger



Vorsicht, Falle!

John D. Rockefeller hat schon vor 100 Jahren einen Verkaufstrick angewandt, auf den wir auch heute noch hereinfliegen: Er brachte seine Öllampen kostenlos unters Volk und verdiente mit dem Verkauf des teuren Brennöls ein Vermögen. Wir zeigen Ihnen, bei welchen Produkten Sie heute mit dem Rockefeller-Prinzip geködert werden und welche Kostenfallen Sie außerdem umgehen sollten.

Von Monika Mendat



John Davison Rockefeller ist einer der reichsten Männer der Welt gewesen. Er hat sich im Laufe seines Lebens ein Ölimperium geschaffen. Und er hat eine spezielle Marktstrategie, man könnte auch sagen einen Verkaufstrick, erfunden, der heute sogar seinen Namen trägt: das Rockefeller-Prinzip. Es besagt in aller Kürze: Kunden sollen mit günstigen Anschaffungspreisen für Produkte gelockt werden, die aber für die Käufer hohe Folgekosten im Nachgang produzieren – und eine hohe Rendite für den Unternehmer.

Für Verbraucher ist diese Verkaufsmasche nicht ganz einfach zu durchschauen, sie tappen sozusagen ahnungslos in die Rockefeller-Falle. Zwar ist es schon länger her, dass der Mega-Unternehmer Öllampen kostenlos oder sehr günstig abgegeben haben soll, um so den Nachverkauf seines vergleichsweise teuren Brennöls sicherzustellen. Doch das Rockefeller-Prinzip ist moderner und zeitgemäßer denn je.

Die Liste der Produkte, bei denen der Kostenteufel im Detail steckt, ist lang: Auf erschwingliche Nassrasierer folgen teure Rasierklingen, viele Kaffeeautomaten sind preisgünstig, Kaffee-Kapseln aber teuer – denn ein Kilo Kapselkaffee kostet viel mehr als normaler Kaffee. Oder: Handys und Smartphones werden häufig zum Nulltarif angeboten, aber Handyverträge mit einer Mindestlaufzeit von zwei Jahren können mächtig zu Buche schlagen. Online-Flugbuchungen, ein mannigfaltiges Kosten-Sammelsurium, waren lange Zeit der Klassiker für schwer kalkulierbare Gebühren, bis der Gesetzgeber kürzlich einen Riegel vorschob. Internettransaktionen sprudeln über vor versteckten Kosten.

„Die Einstiegshürde ist gering“, beschreibt Professor Dr. Karsten Kilian von der Hochschule Würzburg-Schweinfurt das Rockefeller-Prinzip. Man bezahle für das günstige Produkt erst im Zeitverlauf einen hohen Preis. „Das ist aber gerade bei knapper Kasse für manchen Kunden durchaus akzeptabel, da er sich das Produkt ansonsten gar nicht leisten könnte“, so Kilian. Bei Tintendruckerkartuschen zum Beispiel ist der Tintenliterpreis bis heute höher als ein Liter Chanel No. 5. (siehe Interview).

Ob also Druckerpatronen, Kaffee-Kapseln oder Handys – für Verbraucher hilft nur eines: hinschauen und nachrechnen. Eva-Maria Schönmetzler von der Verbraucherzentrale Bayern empfiehlt generell: „Wenn man sich beispielsweise ein Gerät anschaffen möchte, raten wir, sich im Vorfeld zu informieren, wie hoch die Folge-/Unterhaltskosten sind.“

Doch zunächst einmal muss man wissen, wo die Kostenfalle versteckt ist.

Kostenfalle Internet

Jede Menge Anbieter im Internet werben mit Gutscheinen und kostenlosen Warenproben. Was der Verbraucher nicht weiß: Die meisten Angebote sind kostenpflichtig, wenn man genauer hinschaut. Ein Hinweis findet sich oft ganz klein erst am Seitenende. „Immer häufiger verschleiern unseriöse Geschäftemacher die Kosten von Onlineangeboten [...] Erst wenn die Rechnung kommt, folgt das böse Erwachen“, stellt dazu das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz fest.

Mit welchen Tricks selbst namhafte Anbieter arbeiten, zeigt eine Übersicht vom Verbraucherzentrale Bundesverband. Dort sind gerichtliche Verfahren zu Kostenfallen im Internet aufgelistet. Ein Beispiel: Ein Internet-Unternehmen versandte an seine Kunden ein Werbeangebot mit einer „Treue-Dankeschön“-Aktion. „Als Dankeschön für Ihre Treue [...] haben wir für Sie eine sensationelle Überraschung reserviert: Genießen Sie ein Monat lang alle Vorteile [...] unseres Clubs. Zudem schenken wir Ihnen einen Einkaufsgutschein im Wert von 25 Euro!“ Der Nutzer bestätigt mit einem Häkchen in der unteren Hälfte der Werbeanzeige, dass er den Club einen Monat lang „kostenlos“ testen möchte. Drückt er auf den Button „Überraschung auspacken“, schnappt die Falle zu. Denn unterhalb des Anmeldevorgangs erklärt ein Sternchenhinweis: Die Mitgliedschaft ist gar nicht kostenlos. Kündigt man nach der einmonatigen Testphase nicht, verlängert sie sich vielmehr um weitere zwölf Monate zu einem Preis von fünf Euro pro Monat. Gesamtkosten: 60 Euro. Internetportale wie das Internet-ABC geben Ratschläge, wie man sich vor solchen Angeboten schützen kann. Bei

Adjektiven wie „gratis“ und „kostenlos“ sollten die Alarmglocken klingeln, der Verbraucher sollte auf alle Fälle bis zum Seitenende lesen, ob Preisinformationen im Angebot versteckt sind. Ein weiterer verdächtiger Hinweis: Das Unternehmen hat seinen Sitz im Ausland oder eine ausländische Unternehmensform. Grundsätzlich gilt laut Internet-ABC: „Frei zugängliche Inhalte gibt es so gut wie keine oder nur wenige.“

Kostenfalle Smartphone, Pad & Co.

In keinem anderen Geschäftsbereich gibt es so viele Kostenfallen wie beim Mobilfunk. Mit einem Klick antworten Verbraucher auf eine SMS-Nachricht mit dem Wortlaut „Sichern Sie sich gratis [...]“ und rufen Sie einfach zurück“, kontaktieren einen überbeuerten Dienst (Verkehrsmeldungen, Wettervorhersagen) oder surfen im Internet, ohne die Kosten im Blick zu haben. Manche Verbraucher haben eine zu geringe Flatrate fürs Internet, was zu einer satten Rechnung am Monatsende führt. Manche surfen in überbeuerten Internet-Paketen für Handy und Co.

Die Berliner Teltarif, eines der führenden Online-Portale im Bereich Telekommunikation, hat typische Fallen zusammengestellt. Marie-Anne Winter, Chefredakteurin News von Teltarif, gibt Tipps, wie man sie vermeiden kann:

Sonderrufnummern

In Telefonbüchern von Handys oder auf der SIM-Karte sind Sonderrufnummern in Form von Handy-Kurzahlen gespeichert, die vermeintlich nützliche Dienste wie Wettervorhersagen, Verkehrsmel-

dungen oder Auskunftservices anbieten. Informieren Sie sich vorab über die Kosten solcher Dienste. Um nicht versehentlich eine dieser teuren Sonderrufnummern anzuwählen, empfiehlt es sich, die voreingestellten Nummern aus dem Telefonbuch zu löschen.

Abo von Handy-„Mehrwertdiensten“

Klingelton-Downloads können mit sogenannten Premium-SMS bestellt und gleich bezahlt werden. Doch häufig sind es nur Köder für Klingelton-Abos mit längerer Laufzeit. Tipp: Der Versand von Premium-SMS lässt sich über den Mobilfunkanbieter sperren – per Drittanbietersperre. Besonders aufpassen sollten hier Eltern! Mit solchen Angeboten werden vor allem Kinder angelockt.

Mit dem Handy im Internet surfen

Viele Nutzer unterschätzen die anfallenden Datenübertragungskosten fürs mobile Internet und surfen mit einem unpassenden Datentarif. Deshalb gilt: Informieren Sie sich vor Abschluss eines Mobilfunkvertrages ausführlich über die Nutzungspreise. Und: Analysieren Sie Ihr Surfverhalten genau, um den richtigen Tarif zu finden.

Über Handyrechner und spezielle Ratgeberseiten (unter anderem bei teltarif.de) kann man den Handytarif finden, der zu einem passt.

Kostenfalle Flugbuchung im Internet

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) entschied vor kurzem, dass bei der Online-Flugbuchung von Anfang an der Endpreis angezeigt werden muss. Frü-

her war das anders. Mit jedem Mausklick kamen gefühlt neue Gebühren hinzu. Stiftung Warentest prüfte im März dieses Jahres, ob sich Airlines und Reiseportale tatsächlich auch an die rechtlichen Vorgaben halten. Das Ergebnis: Nur bei einem von fünf Flugportalen ist das der Fall. Die Internetseiten von Fluglinien verhalten sich hingegen korrekter. So zeigen Air Berlin und Lufthansa beispielsweise sofort den Endpreis an.

An die Weisungen des Gesetzgebers hält sich von den Internet-Flugportalen laut Stiftung Warentest nur lastminute.de. „Expedia schlägt im Laufe der Buchung, je nach Airline, unterschiedliche Zahlungsgebühren auf. Kostenlos ist es nur mit Visa Credit. fluege.de, flug.de und opodo.de schlagen während der Buchung üppige Gebühren auf“, heißt es bei Stiftung Warentest.

Die Verbraucherschutzorganisation rät grundsätzlich auch hier: Preise vergleichen. „Wer einen Flug buchen möchte, sollte nach der Anfrage bei der Flugsuchmaschine direkt bei der jeweiligen Airline buchen, die den günstigsten Flug anbietet.“ Vor einem Jahr hat sich die Stiftung sieben Flugsuchmaschinen angeschaut. Ergebnis: Fünf sind empfehlenswert, zum Beispiel skyscanner.de, swoodo.de oder billigflieger.de.

Aus der Not eine Tugend machen

Wenn die gebuchte Reise doch nicht angetreten werden kann, zeigen Internetportale wie Stornopool.de oder Jumpflight.de, wie man aus der Not eine Tugend machen kann. Auf diesen Plattformen werden „stornogefährdete“ Pauschalreisen oder Flüge weitervermittelt. Kann man eine Reise nicht antreten, zum Beispiel im Falle von Krankheit, fallen normalerweise satte Stornogebühren an, teilweise bis zu 100 Prozent, je näher man dem Reiseternin kommt. Wer sichergehen will, sollte im Vorfeld eine Reiserücktrittsversicherung abschließen.

Die beiden Internetportale funktionieren nach einem einfachen Prinzip: Dort bieten Verbraucher, die ihre Reise nicht antreten können, diese zum Weiterverkauf an. Urlaubsuchende können auf dem Stornopool-Markt nach Reisezielen suchen, sei es Kurzurlaub, Pauschalreise, Ferienhaus, Lastminute-Reisen oder Kreuzfahrt. Alle Beteiligten



profitieren von diesem Modell: Der, der storniert, spart sich hohe Gebühren, der Urlaubssuchende findet günstige Angebote, und Stornopool verdient an den Provisionen bei Erfolg. Ähnlich funktioniert Jumpflight. Bei der Second-Hand-Flugbörse werden Flüge weiterverkauft. Die Reise wird gegen eine Gebühr für ein Inserat vermittelt.

„Die meisten Menschen wissen gar nicht, dass sie ihre Flüge weiterverkaufen können“, ist auf jumpflight.de zu lesen. Deshalb findet sich dort auch eine Übersicht, bei welchen Fluggesellschaften man Tickets übertragen kann und bei welchen nicht. So ist dies bei Germanwings beispielsweise laut FAQs möglich, auch bei easyJet. Allerdings sind Gebühren für die Übertragung zu beachten. Neben einer Zahlung wegen Namensänderung, die auf dem Online-Weg 42 Euro und telefonisch 48 Euro pro Fluggast und Flug beträgt, wird bei easyJet zusätzlich die Differenz zwischen Flugpreis zum Zeitpunkt der ursprünglichen Buchung und dem Flugpreis zum Zeitpunkt der Umbuchung berechnet. Bei Germanwings liegen die Gebühren bei Kurz- und Mittelstrecke bei 60 Euro, Langstrecke (Eco) 120 Euro und Langstrecke (Business) bei 240 Euro. Bei Airlines wie Air Berlin ist hingegen die Übertragung des Tickets von der Tarifklasse abhängig.

Fazit: Die Liste von Produkten mit hohen Folgekosten ist lang. Die meisten Kunden „sind im System“ der Unternehmen gefangen, wie Karsten Kilian resultiert. Zudem verhalten sich Konsumenten oftmals loyal zu den Produkten der Hersteller. Viele kommen nach Auskunft der Verbraucherorganisationen gar nicht auf die Idee, sich nach günstigeren Folgeprodukten umzuschauen, weil sie zufrieden sind und die hohen Folgepreise, ohne nachzudenken, akzeptieren.

- www.vzbv.de/sites/default/files/mediapics/kostenfallen_im_internet.pdf
- www.internet-abc.de
- www.teltarif.de
- www.skyscanner.de
- www.swoodoo.de
- www.billigflieger.de
- www.stornopool.de
- www.jumpflight.de

Nachgefragt bei Professor Dr. Karsten Kilian

In welchen Branchen muss der Kunde besonders auf Folgekosten achten?

Das Rockefeller-Prinzip kommt in allen Branchen vor. Meist sind es technologische Produkte, die aus mehreren Komponenten bestehen, wie Kaffeeautomaten, PC-Drucker oder auch Rasierapparate. Die meisten technischen Geräte besitzen eine gewisse Komplexität, bei der auch der Aspekt Komfort eine Rolle spielt.



Was ist der Unterschied zwischen Folgekosten (Rockefeller-Prinzip) und versteckten Kosten?

Bei Systemprodukten à la Rockefeller ist zum Zeitpunkt des Kaufs meist nicht offensichtlich, wie hoch die Folgekosten sein werden. Die Produkte sind etwas günstiger in der Anschaffung, zum Teil geben die Hersteller die Waren zum Selbstkostenpreis ab. Sie holen sich das Geld über das Zubehör, also zum Beispiel beim Drucker über die Patronen. Bei versteckten Kosten erfährt man hingegen während des Kaufprozesses schrittweise, was einen das Produkt letztendlich kostet.

Gibt es dafür Beispiele?

Besonders beliebt: eine Einbauküche zum Beispiel für 1.999 Euro zu bewerben. Wenn man aber genau hinschaut, ist es dann doch mehr, wenn man nicht die Küchengeräte vom Billigheimer und eine Mikrowelle mit nur 600 Watt haben möchte. Die Hersteller reduzieren das Angebot auf extrem abgespeckte Varianten und werben damit. Wenn man dann im Geschäft steht und das angebotene Produkt leicht modifiziert, ergibt sich ein zum Teil deutlich höherer Gesamtpreis. Immerhin weiß man das aber schon vor dem eigentlichen Kauf – im Gegensatz zum sogenannten Rockefeller-Prinzip, bei dem der Gesamtpreis erst im Zeitverlauf ersichtlich wird.

Was raten Sie den Verbrauchern?

Nachrechnen und auf das Kleingedruckte achten! Zum Beispiel sollte man alle Folgekosten zusammenstellen und ermitteln, was zum Beispiel der Ausdruck von einem Blatt DIN A4 Papier in etwa kostet. Auch der Gesetzgeber und die Verbraucherverbände sind gefragt, hier für mehr Transparenz zu sorgen. So wären Modellrechnungen für den Verbraucher hilfreich oder rechtliche Regelungen, wie sie bereits heute bei der Online-Buchung von Flügen existieren.

Dr. Karsten Kilian ist Marken- und Medienprofessor an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt und gilt als einer der führenden Markenexperten Deutschlands. Er hat mit Markenlexikon.com das größte Markenportal Europas aufgebaut.

WUNSCHOBJEKT SMARTPHONE

Die kleinen Alleskönner stehen bei vielen Kindern und Jugendlichen ganz oben auf der Wunschliste – zum Leidwesen der Eltern, die meist tausend Fragen und Bedenken gleichzeitig im Kopf haben: Ab welchem Alter ist so ein Gerät überhaupt sinnvoll? Braucht mein Kind einen Vertrag? Und wie bekomme ich das Handy bei potenziell unbeschränkten Möglichkeiten kindersicher? Wir liefern Antworten auf die wichtigsten Fragen.

Ab welchem Alter ist ein Smartphone sinnvoll?

Schon Grundschüler wünschen sich häufig nichts sehnlicher als ein eigenes Smartphone. Es ist nicht nur ein mobiles Unterhaltungszentrum, sondern auch Zeichen der Zugehörigkeit und des Erwachsenwerdens. Ab welchem Alter Kinder ein voll funktionsfähiges Smartphone mit mobilem Internetzugang sicher und verantwortungsvoll bedienen können, ist nicht einfach einzuschätzen: Ortungseinstellungen und WLAN müssen aktiviert/deaktiviert werden können, Apps richtig bewertet und das eigene Telefonier- und Surfverhalten kontrolliert werden. Laut Klicksafe – einer EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz – können Kinder unter 12 Jahren dies in der Regel noch nicht leisten. Auf www.klicksafe.de finden Sie eine Checkliste, die Ihnen helfen soll herauszufinden, ob Ihr Kind bereits reif genug für ein Smartphone ist.

Welcher Tarif ist der richtige für mein Kind?

Im sich ständig ändernden Tarifdschun- gel ist die Verwirrung groß: Klassische Mobilfunkanbieter bieten oft nur Zwei- jahresverträge, Discounter locken mit günstigen Paketoptionen und manche Anbieter bieten sogar spezielle Tarife für Kinder und Jugendliche. Welcher Tarif letztendlich für Ihr Kind der richtige ist, hängt davon ab, welche Funktionen am häufigsten genutzt werden: Will ein Teenager vor allem Facebook-Nachrich-

ten schreiben oder online Musikvideos auf YouTube anschauen, ist ein hohes Datenvolumen entscheidend – es sei denn, er surft meist zuhause im heimischen WLAN. Wird hauptsächlich per SMS kommuniziert, ist hingegen eine SMS-Flatrate unverzichtbar. Auf jeden Fall gilt: Lesen Sie bei allen Angeboten das Kleingedruckte! Dort verstecken sich Einschränkungen und Sonderbedingungen, beispielsweise für das Internet-Datenvolumen.

Grundschulkinder sind mit einem Spezialtarif, wie ihn zum Beispiel Toggo mobile (ab 4,95 Euro/Monat) bietet, gut bedient: Hier können Eltern festlegen, wie viel das Kind vertelefonieren darf. Sonder-Rufnummern, Auslandstelefonate und mobiles Internet sind von vornherein ausgeschlossen. Der Anruf bei den Eltern ist jederzeit kostenlos möglich – selbst wenn das Guthaben verbraucht ist. Und besorgte Eltern können ihr Kind bis zu achtmal monatlich kostenlos orten.

Für etwas ältere Kinder, die wenig telefonieren, eignen sich Discounter-Angebote. Dort sind für 7,99 € zum Beispiel 300 Einheiten (Gesprächsminuten oder SMS) und 300 MB Datenvolumen zu bekommen. Die Angebote sind monatlich kündbar. Wichtig: Achten Sie darauf, dass das Guthaben nicht automatisch nachgeladen wird.

Jugendliche sind meist mit einer All-Net-Flat am besten beraten: Sie können unbegrenzt ins deutsche Festnetz und in alle deutschen Mobilfunknetze telefonieren und SMS verschicken. Doch auch hinter einer All-Net-Flat verstecken

sich Beschränkungen beim Internet-Datenvolumen: Meist liegen sie zwischen 500 MB und 1 GB. Ist das Flat-Volumen erschöpft, lässt sich aber oft mit einer eingeschränkten Datenrate weitersurfen. Es dauert dann nur länger, bis Inhalte geladen sind.

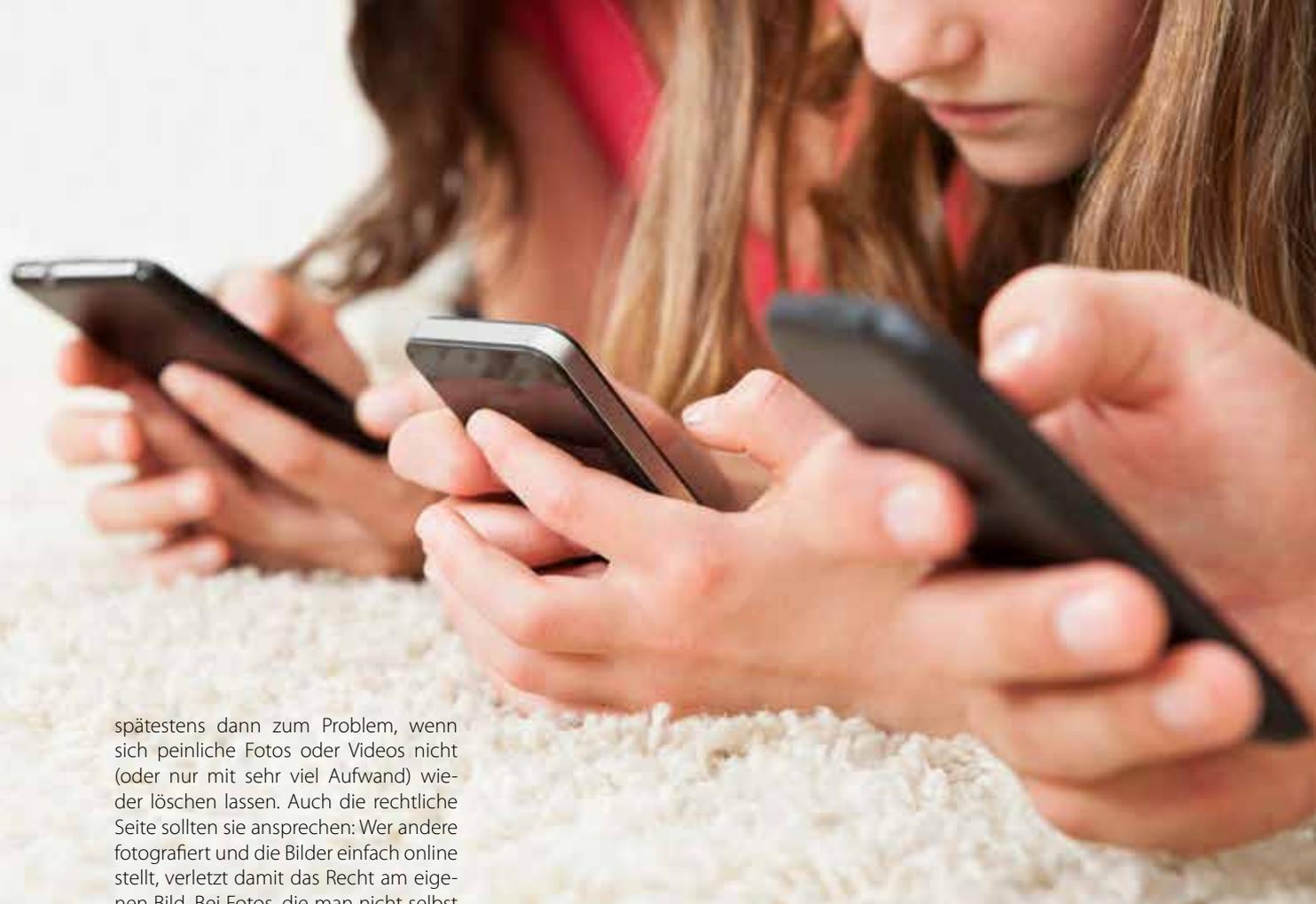
Wie bekomme ich das Smartphone kindersicher?

Selbst wenn Kinder noch kein eigenes Smartphone besitzen, erobern sie es zeitweise von den Eltern zum Spielen oder Videos schauen. Da ist es hilfreich festzulegen, welche Apps benutzt werden dürfen und welche nicht. Bei Apple-Geräten ist diese Möglichkeit in den allgemeinen Einstellungen unter „Einschränkungen“ zu finden. Dort können einzelne Apps freigegeben und In-App-Käufe gesperrt werden. Bei Android-Geräten kann man für vergleichbare Funktionen eine Sicherheitssoftware herunterladen, zum Beispiel die App „Kids Place“.

Noch wichtiger als die technische Kontrolle ist ab einem gewissen Alter allerdings das offene Gespräch.

Was ist bei sozialen Netzwerken zu beachten?

Viele Jugendliche sind Dauerbesucher sozialer Netzwerke wie Facebook, WhatsApp und Co. Nicht alle machen sich jedoch ausreichend Gedanken darüber, was und wie viel Informationen sie dort von sich preisgeben – das wird



spätestens dann zum Problem, wenn sich peinliche Fotos oder Videos nicht (oder nur mit sehr viel Aufwand) wieder löschen lassen. Auch die rechtliche Seite sollten sie ansprechen: Wer andere fotografiert und die Bilder einfach online stellt, verletzt damit das Recht am eigenen Bild. Bei Fotos, die man nicht selbst gemacht hat, wie auch beim Hochladen von Musik oder Filmen drohen Urheberrechtsverletzungen – und das kann schnell sehr teuer werden. Besprechen Sie diese Punkte am besten, bevor sich die Kinder überhaupt bei den sozialen Netzwerken anmelden.

Für Jugendliche ist es faszinierend durch Facebook und Co. rund um die Uhr mit dem Freundeskreis in Kontakt bleiben zu können – quasi minütlich gibt es neue Nachrichten, Fotos oder Status-Updates. Aber gerade weil das Smartphone zu einer Dauernutzung verleitet, sollten Sie gemeinsam handyfreie Zeiten vereinbaren: zum Beispiel beim gemeinsamen Essen, bei den Hausaufgaben oder aber zu einer bestimmten Uhrzeit – und am wichtigsten natürlich: Gehen Sie mit gutem Beispiel voran.

- www.klicksafe.de/smartphones
- www.handysektor.de
- www.schau-hin.info/medien/mobile-geraete.html
- www.kindergesundheit-info.de/themen/medien/medienarten/smartphones

72%

der 13 – 19-Jährigen haben ein Smartphone (JIM-Studie 2013)

57%

12 – 13 Jahre

72%

14 – 15 Jahre

78%

16 – 17 Jahre

80%

18 – 19 Jahre



SCHÖN GESCHUMMELT

Viele Hotelbewertungen im Netz sind Eigenlob. Aber welche?
Von Caterina Lobenstein

Das schönste Restaurant Italiens liegt in der Altstadt von Bologna, in einer ruhigen Straße. Draußen sitzt man unter großen Schirmen, drinnen unter verziertem Gebälk. Im Ristorante Victoria kommt das Brot ofenwarm auf den Tisch, die Pasta ist hausgemacht, der Service makellos.

So steht es in einem Kommentar auf TripAdvisor. TripAdvisor ist die weltweit größte Online-Verbraucherplattform zu Hotels und Restaurants, 200 Millionen Menschen besuchen sie jeden Monat. Das Ristorante Victoria haben 126 von ihnen bewertet (Stand 2013). Manche finden es gut, manche finden es schlecht.

Und manche haben offenbar gemogelt. Denn oben auf der Seite prangt ein rot unterlegter Warnhinweis: „Einige Kommentare zu diesem Restaurant sind nicht vertrauenswürdig.“

Opinion-Spam nennt man solche Schummeleinträge – Meinungsmüll. Je beliebter die Onlineportale, umso größer der Müllberg. Etwa ein Drittel der Bewertungen auf Portalen wie TripAdvisor sind unglaubwürdig, zeigt eine Studie der Fachhochschule Worms. Der Verband der Internet-Reiseportale hält die Zahl zwar für übertrieben. Doch gefälschte Kommentare sind ein Problem. „Onlineportale sind für die Gastronomie von existenzieller

Bedeutung“, sagt Markus Luthé vom Hotelverband Deutschland. Manche Hotelbesitzer fürchteten sich so sehr vor negativen Kommentaren, dass sie sich von Kunden erpressen ließen. Andere Hoteliers dagegen nutzen die Portale, um bewusst zu schummeln. Sie beauftragen Marketingagenturen, Gutes über das eigene Haus zu schreiben – und Schlechtes über die Konkurrenz. „Die Portale tun nicht genug, um solche Betrüger herauszufiltern“, sagt Luthé. „Die müssten technisch kräftig aufrüsten.“

Wie aber soll man unterscheiden, ob der Nutzer eines Verbraucherportals die hausgemachte Pasta lobt, weil er sie

köstlich fand – oder weil er dafür bezahlt wird? An der Cornell University in New York entwickeln Informatiker derzeit einen Lügendetektor, der genau das erkennen soll. Das Verfahren dazu heißt Sentimentanalyse. Computerlinguisten versuchen damit den subjektiven Gehalt eines Textes maschinell zu erfassen. Mithilfe von Textanalysesoftware legen die Informatiker das linguistische Skelett gefälschter Kommentare frei und versuchen, wiederkehrende Muster zu erkennen: Welche Wörter werden wann benutzt? Wie lang ist der Text? Sie zählen Personalpronomen und Adjektive, Negationswörter, Kraftausdrücke und Hunderte weitere Merkmale. Und sie ziehen Linguisten und Psychologen zurate.

Aus der Lügenforschung weiß man zum Beispiel, dass ehrliche Aussagen oft konkreter und weniger euphorisch sind als vorgetäuschte. Wer bei TripAdvisor schreibt: „Der Pensionsbesitzer Herr Schumann hat uns freundlich empfangen“, der wäre demnach weniger verdächtig als jemand, der sich begeistert: „Diese Pension hat das freundlichste Personal der Welt!“ Zusätzlich untersuchen die New Yorker Forscher das Umfeld, aus dem die Kommentare stammen: Hat der Verfasser eine glaubwürdige E-Mail-Adresse? Bewertet er häufiger viele Hotels innerhalb kurzer Zeit?

2011 haben sie zum ersten Mal eine große Zahl von Onlinekommentaren analysiert: 1.600 Bewertungen der 20 beliebtesten Hotels in Chicago. 800 davon waren echt – sie stammten von Personen, die tatsächlich dort übernachtet hatten. Die anderen 800 hatte eine Online-Marketing-Agentur gefälscht. Rund 90 Prozent des Meinungsmülls hätten sie mit ihrem Lügendetektor herausfiltern können, schreiben die Forscher. Das Antibetrugsteam bei TripAdvisor arbeitet mit einem ähnlichen Algorith-

mus. Wie der genau funktioniert, ist Betriebsgeheimnis, aber ein paar Prinzipien darf man nennen. Werden etwa für ein Hotel in Oberfranken überdurchschnittlich viele Kommentare von indischen IP-Adressen aus versendet, schlägt das System Alarm. Wenn diese IP-Adressen auch in der Bewertungsliste anderer deutscher Hotels auftauchen, erhärtet sich der Betrugsverdacht. Sind all diese Kommentare auch noch besonders euphorisch, ist womöglich eine Agentur am Werk, die von Indien aus ihren Meinungsmüll ausschüttet.

„Plumpe Betrugsversuche können wir mit solchen Filtern schnell aufdecken“, sagt Adam Medros, der Leiter der Antibetrugseinheit bei TripAdvisor. Enttarnen sie ein Schummel-Hotel, setzen Medros und seine Leute einen Warnhinweis auf dessen Bewertungsseite – wie beim Ristorante Victoria. Manchmal meldet sich daraufhin der Besitzer bei TripAdvisor, gibt den Betrug zu und bittet darum, das Warnfeld zu entfernen. Adam Medros willigt dann ein – aber nur, wenn der Besitzer ihm von den Machenschaften der Meinungsmüll-Agenturen erzählt. „So lernen wir unsere Gegner kennen.“

Auf den Lügendetektor der Cornell University will Medros aber nicht zurückgreifen, der sei längst nicht ausgereift, sagt er. Er sortiere zwar gefälschte Kommentare aus, aber auch nachweislich glaubhafte Bewertungen, angeblich 30 bis 40 Prozent. Das ist Medros zu riskant. Sein Geschäftsmodell basiert darauf, dass möglichst viele Nutzer möglichst viele Kommentare posten. „Wir wollen niemanden verprellen, nur weil wir

vermuten, er könnte ein Betrüger sein“, sagt er. „Im Zweifelsfall werden wir uns immer dafür entscheiden, einen Kommentar zu veröffentlichen.“ Ohnehin glaubt Medros, dass sich das Problem bei den häufig besuchten Plattformen von selbst löse. Weil eine große Masse an Nutzern auch eine große Masse verdächtiger Kommentare melden könne. Weil ein Gastwirt, der sich besser bewertet, als er ist, am Ende an dieser Bewertung gemessen werde. Und weil unter Hunderten glaubhafter Kommentare eine falsche Bewertung nicht ins Gewicht falle.

In der Praxis sieht das allerdings anders aus: Einige Hotels haben bei TripAdvisor nicht einmal ein Dutzend Bewertungen. Schon ein einziger gefälschter Kommentar kann dann das Gesamtbild extrem verzerren. Deshalb hat der Hotelverband Deutschland dem Onlineportal Verbesserungsvorschläge gemacht: Bewertungen sollten erst für alle Nutzer sichtbar sein, wenn mindestens zehn Gäste einen Kommentar geschrieben haben. Und jeder Gast, der ein Hotel bewertet, sollte eine Kopie seiner Rechnung einschicken, die belegt, dass er dort übernachtet hat. Eine Antwort, sagt der Verbandssprecher, habe er bis heute nicht bekommen.

Am Ende bleibt den Gästen nur eine einzige verlässliche Lösung: Rechner ausschalten, Tisch reservieren. Und die Pasta selber probieren.

Tipp der ImPlus-Redaktion:
Vertrauen Sie nie nur auf ein Portal, sondern vergleichen Sie!
www.tripadvisor.de
www.trivago.de
www.kayak.de
www.check24.de
www.holidaycheck.de

Gewinnspiel

kleines Kriebstier	↓	altröm. Politiker und Redner	Kettenring	↓	Vorrichtung zum Heizen, Kochen	↓	Beweisperson	Dienstschwur	↓	Drachentöter der Sage	↓	Schiffseigner	wenn es sein muss	↓	Zank, Auseinandersetzung	↓
Raum des Hauses, der Wohnung	→				1								Platz, Stelle	→		4
Wirtschaftsrechnung			Einfall, Gedanke	→				Zuspruchspender	→							
↓		2			Hart-schalen-frucht	←	6			gefrorener Tau	→			8	Hobbyarbeit	
untere Rückenpartie	→				↓	Schau-spiel-, Ballett-schüler		kläffen	↓	frei von Unebenheiten; rutschig			Schulabschlussprüfung (Kzw.)	→		
Geliebte Tristans	↓	süd-deutsch: Lohn, Gehalt	Zupf-instrument	↓	dt. Chemiker (Justus von)					7	Auf-sehen, Skandal	→				
↓					12	Bruder d. Mutter oder des Vaters	früherer österr. Adelstitel	→					europ. Kultur-TV-Kanal	↓		Fluss zur Rhone
dumme oder lustige Einfälle		frühere schwed. Pop-gruppe		gefüllt	→				11	alt-nordischer Donnergott		griechische Göttin	italienische Wein-stadt	→		
↓			5			großer Nacht-vogel				Abkür-zung für senior	→				Bad an der Lahn	
Kloster-vorsteher	←	9			Kfz-Zeichen Bautzen	Meeres-ufer	→						Fremd-wort-teil: fern	→		10
↓								3		Wein-glas	→					
hydraul. Gerät der Auto-werkstatt			Angehöriger eines Bantu-stammes	→				bibl. Stamm-vater (Arche)	→						Roman von Stephen King	→



	9	4	8	2												
1	5		7	3					8							7
4			3	5	8	7	6									
		7				8										
	3	8	6	1	7											5
9																
	7			6	3				2	1						
				7	2	5	3									

Wir verlosen:

4 Gutscheine à 50€ von www.erlebnisgeschenke.de



Senden Sie die richtige Lösung bis 01.03.2016 an: Stiftung Deutschland im Plus, Beuthener Straße 41, 90471 Nürnberg oder an info@deutschland-im-plus.de. Die Gewinner werden persönlich benachrichtigt.



Besuchen Sie uns auch bei Facebook!

www.facebook.com/StiftungDeutschlandimPlus

Im Plus – Das Magazin für Leben und Geld erscheint alle sechs Monate.

Herausgeber: Stiftung Deutschland im Plus – Die Stiftung für private Überschuldungsprävention, Beuthener Straße 41, 90471 Nürnberg, www.deutschland-im-plus.de, info@deutschland-im-plus.de. Redaktion: Stiftung Deutschland im Plus, Kommunikation.

Konzeption, Gestaltung und Herstellung: Wißner-Verlag GmbH & Co. KG, Im Tal 12, 86179 Augsburg, info@wissner.com.

Fotos: Titel Shutterstock_M/Shutterstock.com, S. 4/5 gpointstudio/Shutterstock.com, S. 6 Studio_3321/Shutterstock.com, S. 8/9 Andrey_Popov/Shutterstock.com,

S. 10 Barbol/Shutterstock.com, S. 11 scyther5/Shutterstock.com. Druck: Druckerei Joh. Walch GmbH & Co. KG, Augsburg.

