

aboalarm

Einfach kündigen!

Früher im TV und der Fußgängerzone, heute 24/7 online abgezockt – Abofallen damals und heute

- **WEB.DE Clubmitgliedschaft, Jamba Sparabo oder Drückerkolonne – die Top-Abzockemaschen von früher gibt es zum Teil bis heute**
- **86.031 WEB.DE Clubmitgliedschaften wurden zwischen 2013 und 2016 über aboalarm gekündigt**
- **Und auch Jamba gibt es noch immer – 1.687 Abos wurden zwischen 2013 und 2016 allein über aboalarm beendet**
- **Heute lauern die größten Abofallen bei Drittanbietern auf dem Handy, in der dreisten Datenautomatik oder bei vermeintlichen Gratisangeboten**

München, 15. März 2017: Das Verbraucherportal aboalarm (www.aboalarm.de) hat die dreistesten Abofallen-Klassiker der 1990er und 2000er Jahre unter die Lupe genommen und den Top-Drei Abzocke-Maschen von heute gegenübergestellt. Der Verbraucher-Experte Dr. Bernd Storm van's Gravesande, Mitgründer und Geschäftsführer von aboalarm, kommentiert die fragwürdigen Praktiken und liefert Einblicke in die Kündigungszahlen der letzten Jahre: Denn bis heute sitzen viele Verbraucher in den Abofallen von damals fest.

Abofallen damals: Für viele Verbraucher bis heute ein Thema

1. WEB.DE Clubmitgliedschaft: „Premium“-Abzocke vom Feinsten

Jahrelang haben Freemail-Anbieter wie WEB.DE und gmx.net Verbraucher hinters Licht geführt: Als Geburtstagsgeschenk verpackte Angebote entpuppten sich als zahlungspflichtige Premiummitgliedschaften. Denn wer beim virtuellen „Auspacken“ nicht genau hinsah, bemerkte nicht, dass die Geburtstagsüberraschung nur Mittel zum Zweck war, um dem Nutzer das Geld aus der Tasche zu ziehen. Zwischen 2013 und 2016 wurden über aboalarm insgesamt 86.031 WEB.DE Clubmitgliedschaften gekündigt, davon 31.198 im letzten Jahr.

„Sicherlich befinden sich darunter auch zahlreiche Leidtragende, denen der Vertragsschluss gar nicht bewusst war. Seit 2012 sollte dieses verbraucherfeindliche Vorgehen mit der „Button Lösung“ unterbunden sein. Doch auch wenn dem Verbraucher nun mit einem entsprechenden Kaufen-Button kenntlich gemacht werden muss, dass es sich hierbei um einen kostenpflichtigen Dienst handelt, wird die Sorglosigkeit der Internetnutzer nach wie vor bewusst ausgenutzt. Wir scheuen uns nicht, genau hinzusehen und solche Maschen immer wieder öffentlich anzuprangern“, so Storm van's Gravesande.

2. Das Jamba Sparabo – von der Werbung geködert, bis heute auf der Rechnung

Nervig und teuer – das war das Jamba Sparabo in den 2000er Jahren und ist es für einige Verbraucher noch heute: Zwischen 2013 und 2016 wurden immerhin noch 1.687 Jamba Abos über aboalarm gekündigt, 465 davon alleine im Jahr 2016*. Insgesamt sind die Jamba-Nutzerzahlen laut [Statista](#) stark rückläufig – im genannten Zeitraum betrug der Rückgang 38,5 Prozent.

„Jamba hat den aufkommenden Hype um das Handy und die Personalisierung in Form von Klingeltönen genutzt, um vor allem junge Nutzer an ein kostspieliges Abo zu binden. Noch immer zahlen Verbraucher wöchentlich bis zu fünf Euro. Vor allem in den 2000er Jahren zog der Anbieter mit „Crazy Frog“, „Partybiene“ und Co. ahnungslosen Jugendlichen das Geld aus der Tasche und sorgte für reichlich Ärger mit den Eltern. Auch wenn sich Jamba auf dem absteigenden Ast befindet, gehört Jamba definitiv zu den gewinnorientiertesten Anbietern und größten Abofallen der letzten 20 Jahre“, so Dr. Bernd Storm van's Gravesande, Geschäftsführer und Mitgründer von aboalarm.

abotalarm

Einfach kündigen!

3. Drückerkolonnen: Betrug „to Go“

Das ist nicht nur dreist, das ist Betrug: Bereits vor der Jahrtausendwende tummelten sich sogenannte Drückerkolonnen in Fußgängerzonen und drängten Passanten vermeintlich kostenlose Abos für einen guten Zweck auf. Stattdessen unterschrieben die Passanten aber kostenpflichtige Zeitschriften- und Zeitungsabos – geschickt gefaltet, sodass der wahre Vertragsgegenstand nicht ersichtlich war. „Dieses Vorgehen war und ist nicht rechtens und Betroffene können gerichtlich dagegen vorgehen. Denn es liegt eine bewusste Täuschung vor“, so Storm van's Gravesande. Entsprechende Vorfälle werden immer seltener – nicht zuletzt, weil laut [Statista](#) die Zahlen der Straßenverkäufe bei Zeitungen seit Ende der 90er Jahre insgesamt zurückgehen. „Schmutziges Geld lässt sich heute besser woanders verdienen: Etwa über das Smartphone. Daher ziehen sich auch die Drückerkolonnen zurück. Denn immer weniger Leute in Deutschland abonnieren eine Zeitung, das sehen wir auch an unseren steigenden Kündigungszahlen von Zeitschriften- und Zeitungsabos: 200.999 Abos wurden 2016 gekündigt, 2015 waren es 199.281 und 185.847 im Jahr 2014. Das ist ein Anstieg von 8,2 Prozent innerhalb von drei Jahren“, weiß Storm van's Gravesande.

Abofallen heute: Dreist, versteckt und abgezockt

1. Drittanbieterfallen: Per Klick in die Abofalle

Eine nützliche App werbefrei nutzen oder Werbeeinblendungen auf dem Smartphone schließen. Ein oder zwei Klicks genügen und lästige Werbebanner verschwinden. Die Überraschung folgt dann mit der monatlichen Handyrechnung, auf der plötzlich zusätzliche Kostenpunkte von sogenannten Drittanbietern aufgeführt sind. „Ähnlich wie früher WEB.DE & Co. zocken Drittanbieter heute Smartphone Nutzer ab – ein falscher Klick auf einen aufpoppenden Werbebanner kann schon genügen. Besonders fatal ist das für Prepaid Kunden – denn wer keine monatliche Abrechnung erhält, der bekommt von den Abbuchungen schlimmstenfalls gar nichts mit. Hier hilft alleine eine Drittanbietersperre beim Mobilfunkanbieter“, rät Storm van's Gravesande. „Für uns ist nicht nachvollziehbar, warum Zahlungen an Drittanbieter nicht von vorneherein gesperrt sind und der Handynutzer die Abbuchungen erst explizit erlauben muss. Doch dafür ist das Modell wohl zu lukrativ für die Mobilfunkanbieter.“

2. Die Datenautomatik – der Wolf im Service-Schafspelz

„Die Datenautomatik stellt für Verbraucher nichts anderes als eine Kostenfalle dar, getarnt als nutzerfreundlicher Service. Hier wird eine rechtliche Grauzone bewusst auf Kosten der Verbraucher ausgenutzt“, so Storm van's Gravesande. Das Ganze funktioniert so: Ist das monatliche Surfvolume aufgebraucht, buchen viele Mobilfunkanbieter ihren Kunden automatisch neue – kostenpflichtige – Datenpakete hinzu. Greift diese Datenautomatik mehrmals hintereinander, so gehen einige Anbieter noch weiter und buchen ihre Kunden ungefragt in höhere Tarife. Nur wer die Datenautomatik aktiv abbestellt, erhält keine Zubuchungen mehr. Ein Vorgehen, das übrigens schon mehrmals abgemahnt wurde, zu dem es aber leider unterschiedliche Urteile gibt.

3. Gratis Testwochen – das trojanische Pferd unter den Abofallen

Abo-Anbieter nutzen die Vergesslichkeit von Verbrauchern aus: Zunächst klingt es attraktiv, einen Service einige Wochen lang gratis zu testen oder eine Prämie geschenkt zu bekommen. Diese Gratis-Mentalität machen sich Anbieter zu Nutze, um Verbrauchern über kostenlose Testwochen oder Prämien unbemerkt Abos unterzujubeln. Nur wer das Kleingedruckte liest, stellt fest, dass nach dem Ende der Gratisphase automatisch ein kostenpflichtiges und oft langwieriges Abonnement startet. Das ist verbraucherunfreundlich, denn die Bedingungen, die nach der Testphase gelten werden oft nur im Kleingedruckten

aboalarm

Einfach kündigen!

aufgeführt. Zwar haben die Verbraucher die Chance, gegen ein solches Vorgehen zu klagen, dennoch sollten Verbraucher lieber von Vorneherein vorsichtig sein – gutmütige Vertrags-Anbieter, die etwas zu verschenken haben, gibt es nicht. Suchen Sie bei Gratis-Angeboten immer nach dem Haken“, so Storm van’s Gravesande.

Bei einer aboalarm-Umfrage von 2016 gaben 74,4 Prozent der über 7.000 Befragten an, Prämien seien sehr wichtig, wichtig oder etwas wichtig. Zwei von drei Befragten (68,3 Prozent) haben sogar schon einmal einen Vertrag nur aufgrund der zugehörigen Prämie abgeschlossen.

**betrachtet wurden die versendeten Kündigungsfaxe sowie die Downloadzahlen der Musterkündigungsschreiben zwischen 2013 und 2016 des Verbraucherportals aboalarm.*

Über aboalarm

Mit aboalarm (www.aboalarm.de) kündigen, widerrufen und verwalten Verbraucher schnell, einfach und rechtssicher ihre Verträge von Mobilfunk und Internet bis hin zu Fitnessstudio, Online Dating oder KfZ-Versicherung. Ferner bietet das Verbraucherportal mit dem Wechselkompass eine besonders verbraucherfreundliche Orientierungshilfe für den Vertragswechsel. Durch den aboalarm-Service [Vertragscheck](#) haben Verbraucher die Möglichkeit, sich schnell einen Überblick über alle laufenden Verträge und Abos zu verschaffen, sie zu verwalten und direkt zu kündigen. Automatisiert und in wenigen Minuten prüfen Verbraucher mit Hilfe einer Schnittstelle zu ihrem Onlinebanking-Account, welche Verträge aktuell bestehen. Die Technologie hinter dem Service erkennt Abos und Verträge, ohne dabei Daten dauerhaft zu speichern. Bei Kündigungen über aboalarm gewährt das Verbraucherportal für einen Großteil der Anbieter eine [Kündigungsgarantie](#), durch die zum Beispiel im Streitfall die anwaltlichen Kosten abgedeckt werden.

Seit der Gründung im Jahr 2008 durch Dr. Bernd Storm van’s Gravesande und Stefan Neubig verschickte aboalarm bereits über 4 Millionen erfolgreiche Kündigungen. Über 10 Millionen vollständige Kündigungsschreiben wurden zudem von Nutzern erstellt, heruntergeladen und selbst verschickt.

aboalarm verschickt Kündigungen auch bequem mit den aboalarm-Apps für [Android](#), [iPhone](#), [iPad](#) und [Amazon Kindle](#), die insgesamt bereits über eine Millionen Mal heruntergeladen wurden. [Finanztip](#) zeichnete aboalarm als besten Kündigungsdienst 2015 und 2016 aus und der TÜV stufte die iOS-App hinsichtlich des Datenschutzes als sicher ein.

aboalarm ist ein B2C-Service der Aboalarm GmbH. Unter deren Dach ist auch die B2B-Software fintracer (www.fintracer.de) zu Hause, die Banken und Versicherern bei der Analyse von Transaktionsdaten hilft.