

Roaming: Schweiz bis zu sieben Mal teurer als EU

Cablecom senkt die Roaminggebühren, Swisscom schafft sie ganz ab – so die Werbesprüche der letzten Monate. Doch das ist Augenwischerei.

Obwohl die Werbebotschaften von Kabelnetz- und Telekomfirmen in der Schweiz etwas anderes glauben machen wollen: Mobiltelefonieren im Ausland ist immer noch teuer. Wer mit einem Schweizer Handy telefoniert, zahlt deutlich höhere Roaminggebühren als Konsumenten aus den Nachbarstaaten in der EU. Dies zeigt ein Vergleich von Berec, dem Verbund der Europäischen Aufsichtsbehörden für die elektronische Kommunikation. Swisscom hat die Roaminggebühren

nur beim teuersten Abo (Infinity XL) abgeschafft. Dieses Abo kostet 2148 Franken pro Jahr! Und Cablecom ist mit 30 Rappen pro Minute für Anrufe im Ausland immer noch deutlich teurer als ihre Konkurrenzunternehmen in der EU (19,4 Rappen). Die Schweizer Roaminggebühren betragen im Durchschnitt 66 Rappen pro Minute. Das ist mehr als dreimal so viel wie in der EU.

Ankommende Anrufe: Sieben Mal teurer

Für im Ausland eingehende Anrufe zahlen EU-Bürger rund 4,7 Rappen. Schweizer im Ausland zahlen 36 Rappen – mehr als das Siebenfache. Das geht ins Geld. Der Roaming-Rechner auf der *saldo*-Website zeigt: Seit 2009 haben die Telefonkunden in der Schweiz 3,3 Milliarden Franken zu viel für Handygebühren bezahlt. *mmn*

HANDY IM AUSLAND

Hohe Kosten vermeiden

- Erkundigen Sie sich, ob Ihre Telekomfirma günstige Roamingangebote für einen beschränkten Zeitraum anbietet, sogenannte Optionen.
- Prüfen Sie, ob das Datenroaming auf dem Handy ausgeschaltet ist. Auf manchen Geräten ist diese Funktion im Ausland standardmässig deaktiviert, bei andern muss sie ausgeschaltet werden.
- Benutzen Sie im Ausland WLAN und telefonieren Sie über Internettelefon-Apps wie Skype.
- Schalten Sie die Mailbox aus: Für Swisscom ##004# und Anruftaste drücken. Für Sunrise: #145# und Anruftaste. Für Salt: #004# und Anruftaste.
- Kaufen Sie sich am Ferienort eine SIM-Karte eines lokalen Anbieters («K-Tipp» 5/15).



Post-Tochter Sobu.ch: 96 Internetläden angeschlossen

Post: Fragwürdiges Internetabenteurer

Die Post hat 2012 die Empfehlungsplattform Sobu.ch lanciert. Der Erfolg ist ausgeblieben.

Schliessung von Poststellen und Briefeinsparungen, reduzierte Öffnungszeiten und immer weniger Schalter für Bareinzahlungen: Im Kerngeschäft baut die Post ständig ab. Gleichzeitig versucht sie, im In- und Ausland in neue Geschäftsfelder vorzustossen.

Ein solcher Versuch ist die Empfehlungsplattform Sobu.ch. Die Idee: Kunden von Internetshops sollen ihren Freunden auf Plattformen wie Facebook oder Twitter mitteilen, wenn sie einen guten Kauf getätigt haben. Folgen die Freunde der Empfehlung und kaufen im selben Shop etwas,

erhält der ursprüngliche Käufer eine Gutschrift. Und die Neukäufer können in der Regel von einem Rabatt profitieren. Voraussetzung: Internetshop und Erstkäufer müssen bei Sobu.ch registriert sein. Für ihre Vermittlerdienste kassiert die Post vom Verkäufer eine Provision.

Grössere Internetshops sind abgesprungen

Rentiert das? Und was hat die Entwicklung der Plattform gekostet? Im Geschäftsbericht der Post steht nichts dazu, Antworten erhält *saldo* auch auf Anfrage keine. Post-Sprecher Bernhard Bürki sagt lediglich, es seien 96 Schweizer Online-shops angeschlossen und 35 000 Nutzer registriert.

Eine Erfolgsgeschichte scheint Sobu.ch nicht zu sein. Grössere Internetläden wie Ackermann, Soundme-

dia oder Steg Electronics sind wieder abgesprungen. Mirco Helbling von Steg Electronics begründet den Ausstieg mit den Vergütungen an die Kunden und an das Portal. Im Elektronikhandel mit seinen geringen Margen gehe die Rechnung nicht auf.

2013 schrieb der «Blick am Abend», Sobu werde bald in Deutschland und Österreich präsent sein. Auf Sobu-world.com steht, die Post plane eine Expansion in 21 Länder, darunter die USA und Singapur. Post-Sprecher Bürki sagt aber, ein genauer Zeitpunkt für die «geplante Expansion» könne noch nicht bekanntgegeben werden. Der Verdacht liegt nahe, dass Sobu.ch ein Flop ist und vor allem Geld gekostet hat. Finanziert haben das Experiment die Postkunden.

Thomas Lattmann

Zur sofortigen Unterschrift gedrängt

Eine spezielle Dienstleistung der Post ermöglicht Sunrise, Verträge mit Kunden an der Haustür abzuschliessen. Der Haken: Kunden haben keine Zeit, den Vertrag in Ruhe zu lesen.

Paolo Galeati aus Oberengstringen ZH bestellte bei Sunrise telefonisch ein Handyabo. Der Vertrag kam per Einschreiben. Galeati wunderte sich, als der Pöstler das Couvert vor seinen Augen aufriss, einen Vertrag hervorzog und ihn zur sofortigen Unterschrift drängte.

Doch Galeati weiss: «Man sollte nie etwas unterschreiben, ohne es genau gelesen zu haben.» Zudem ärgert es ihn, dass der Pöstler den Vertrag einsehen konnte. «Wo bleibt meine Privatsphäre? Es geht niemanden etwas an, was im Couvert steckt.» Das stimmt: Jeder hat laut Verfassung ein Anrecht auf privaten Briefverkehr. Die Verletzung des Postgeheimnisses ist sogar strafbar.

Sunrise nimmt ein Angebot der Post für Geschäftskunden in Anspruch: «Brief mit Vertragsunterzeichnung.» Der Pöstler handelte bei Paolo Galeati also auf Anweisung der Post: *saldo* liegt eine Checkliste für Briefträ-



EX-PRESS

Neue Aufgabe für Postboten: Trotz Zeitdruck Vertragsunterzeichnungen abwickeln

ger vor. Dort steht unter Punkt 1: «Verträge vom Kunden unterschreiben lassen.» Danach soll der Pöstler dem Kunden ein Vertragsexemplar aushändigen und dann den unterschriebenen Vertrag im Geschäftsantwortcouvert direkt an Sunrise zurückschicken.

Sunrise nutze diese Postdienstleistung, «weil der Empfänger in der Regel auch gleich sein neues Handy erhält und es dafür eine Vertragsunterzeichnung braucht», sagt Sunrise-Spre-

cher Markus Werner. Der Kunde werde bei der Bestellung über den Ablauf informiert. Galeati widerspricht: Er sei am Telefon nicht informiert worden. Denn er hätte diesem Vorgehen nie zugestimmt.

Post und Sunrise widersprechen sich

Laut Post erhält der Kunde vom Vertragspartner vorab den Vertrag zugeschickt, den er in Ruhe lesen könne. Das sei mit Sunrise vertraglich vereinbart. Nur: Galeati

hat im Voraus weder den Vertrag noch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen erhalten. Auch Sunrise-Sprecher Werner widerspricht der Post: «Der Kunde kann die Verträge direkt bei der Übergabe durch den Pöstler durchlesen.» Immerhin: Sunrise verspricht, künftig den Vertrag vorab per E-Mail zuzustellen.

Doch zwei Probleme bleiben ungelöst. Kunden können an der Haustür nicht prüfen, ob es der gleiche Vertrag ist wie im E-Mail. Und

das Briefgeheimnis wird weiterhin verletzt. Laut Post öffnet der Pöstler das Couvert nur mit Einwilligung des Kunden. Doch in der Anleitung für den Briefträger steht nichts davon.

Zu den Kosten der Dienstleistung wollten weder Sunrise noch die Post Auskunft geben. Aus Internetangaben der Post lässt sich aber schliessen, dass Sunrise der Post mindestens 24 Franken pro Brief mit Unterschrift zahlen muss.

Sibilla Bondolfi