

Stichprobe bei 30 Firmen zu Abo- und Vertragskündigung

Abschied mit Hindernissen

Ein Zeitschriftenabo, ein Handyvertrag oder eine Clubmitgliedschaft lassen sich rasch und einfach via Internet und Telefon abschließen. Doch wer der Bindung überdrüssig ist, bekommt oftmals Probleme. Unterschiedliche Kündigungsabläufe machen es den Kunden zusätzlich schwer. Das zeigt eine Stichprobe der Verbraucherzentrale bei 30 Firmen.

Die Probleme sind vielfältig. Mal läuft ein Abo trotz verschicktem Trennungswunsch einfach weiter. Mal sind Kündigungsregeln online kaum zu finden. Mal sorgen Anbieter mit sogenannten Kündigungsvormerkungen für Ärger.

Gründe genug für die Verbraucherzentrale NRW, sich bei 30 Firmen die Kündigungsusancen für ein Abo anzuschauen - per Umfrage und Blick auf die Internetseite. Im Fokus standen dabei zumeist Verreiber von Mobilfunkverträgen und Medien-Abos.

Das Ergebnis: Alle Unternehmen wollten eine Kündigung in Textform akzeptieren - dazu gehörte auch die E-Mail. Selbst fürs Fax-Gerät stellten 20 Anbieter noch Anwahl-Nummern bereit. Acht wiederum offerierten im Internet ein Formular.

Jede dritte Firma im Check (10) verwies auf ein Kundencenter als alternativen Weg. Dort könnten Kunden ihre Abos und Mitgliedschaften eigenständig verwalten - und teilweise, einfach per Maus-Klick, auch kündigen.

Weniger beliebt war das Tschüssi per Telefon. Lediglich sieben Unternehmen, darunter Amazon, Freenet und

Spiegel, boten ihren Abonnenten diese Form des vertraglichen Abschieds.

Mittlerweile kommen auch die sozialen Medien als Überbringer der Nachricht in Frage. Per Facebook und Twitter ermöglichten fünf Firmen die Kündigung.

Und wer es noch exklusiver wollte, bemühte bei o2 die Chat-Funktion auf der Internetseite. Bei der Telekom waren per Chat immerhin einzelne Zusatzleistungen kündbar. o2 und Sprachlehrer Babbel versprachen, das „Good-bye“ und „Adieu“ ihrer Kundenschaft auch per App zu akzeptieren.

Welcher Weg auch immer gewählt wird: Wichtig ist es, stets eine Bestätigung nebst Angabe des Beendigungszeitpunkts anzufordern. Bleibt die aus, muss man die Kündigung im Streitfall selbst beweisen. Klappt das nicht, verlängert sich das Abo. Notfalls empfiehlt es sich deshalb, erneut und beweisbar zu kündigen: postalisch per Einschreiben mit Rückschein.

Clevere Abonnenten vermeiden diesen Zeitdruck, kündigen darum vorsorglich schon direkt nach Abschluss des Vertrages und fordern eine Bestätigung an.

Doch Vorsicht: Nicht verwechseln sollte man das mit sogenannten „Kündigungsvormerkungen“, die einige Firmen auf ihrer Seite propagieren. Der Haken: Die so ausgesprochene Kündigung wird nur wirksam, wenn Kunden innerhalb weniger Tage noch mal den Anbieter kontaktieren und den Wunsch abnicken.

Eine prima Gelegenheit für die Hotline, Abonnenten das firmenschäd-

liche Vorhaben mit allen Tricks und Kniffen auszureden. Und wer den Anruf verschwitzt, muss weiter bei der Stange bleiben.

Andere Firmen wiederum schicken nach einer Kündigung erst mal die E-Mail: „Bitte bestätigen Sie uns Ihre Kündigung kurz per Telefon.“ Mal als irreführende Aufforderung, mal auch als Bettelei: „Bevor Sie uns verlassen, lassen Sie uns bitte kurz reden.“

Unterschiede in der Stichprobe fand die Verbraucherzentrale auch bei der Übergabe der Bestätigung: Die wollten neun Firmen generell per E-Mail rauschicken. Vom Eingang des Scheidungsbegehrens - per E-Mail oder Brief - machten das zwölf abhängig.

Fünf (darunter Freenet und Unitymedia) hielten es klassisch und versandten ihr OK ausschließlich auf dem Postweg.

Speziell war Vodafone. Wer einen Mobilfunkvertrag kündige, dem würde das per SMS bestätigt; läge eine Mail-Adresse vor, solle eine E-Mail eintrudeln. Festnetz-Kunden wiederum erhielten einen Brief.

Wer nach dem definitiven Adenrige Nachfass-Aktionen fürchtet, sollte den Anbieter auffordern, von weiteren Kontaktaufnahmen abzusehen. Möglicher Nachteil allerdings: Bisweilen rücken Firmen nach einer Kündigung mit billigeren und besseren Verträgen und Abos heraus.

Diesen Text finden Sie im Internet:
www.verbraucherzentrale.nrw/VA07