



Fach: Wirtschaft

# Vertrag oder Karte

## Das sollte ich wissen

Nahezu jeder Jugendliche besitzt mindestens ein Handy. Genutzt wird es vor allem für das Senden und Empfangen von SMS. Erst an zweiter Stelle steht das Telefonieren. Im Monat fallen durchschnittlich 20 Euro Kosten an, von denen die jungen Handybesitzer etwa 18 Euro selbst bezahlen. Apropos bezahlen: Acht Prozent von ihnen haben damit Probleme und immerhin sechs Prozent haben schon mal Schulden für ihr Handy gemacht.<sup>1</sup>

Die meisten Jugendlichen nutzen eine Prepaid-Karte (Prepaid = voraus bezahlt). Spätestens mit 18 steigen die meisten auf einen Laufzeitvertrag um. Ob Prepaid- oder Laufzeitvertrag, abschließen darf ihn nur, wer volljährig ist. Wer das nicht ist, braucht die Einwilligung der Eltern.

### Bedürfnisse klären

Was sinnvoller ist – Prepaid- oder Vertragshandy – hängt davon ab, wie oft und für was man das Handy nutzen möchte.

Bei einem Prepaid-Vertrag sind die Einheiten meist etwas teurer als bei einem Laufzeitvertrag. Aber: Die Kostenkontrolle sticht. Ist das Guthaben abtelefoniert, muss die Karte neu aufgeladen werden. Und das kostet. Für Einsteiger und Menschen, die das Handy wenig nutzen, ist die Prepaid-Variante eine gute Wahl.

Beim Laufzeitvertrag sticht die niedrigere Gebühr für SMS- und Telefoneinheiten; häufig kann sogar eine Flatrate gewählt werden. Aber: Eine Grundgebühr und oft auch ein Mindestumsatz fallen monatlich an. Wer das Handy also mehr als ab und zu nutzt, telefoniert mit einem Vertragshandy besser.

### Achtung, hohe Kosten!

Was das ...	... kostet
<b>Premium-SMS</b> Logos, Klingeltöne, Spiele, Flirt-SMS, SMS-Chat, Gewinn-SMS	bis zu 6 Euro pro Premium-SMS
<b>Gratisangebote</b> Logos, Klingeltöne, Spiele	Bestellung immer in Verbindung mit Abo, ab 3 Euro pro Woche
<b>Sonderrufnummern</b> oder 0900-Nummern (ehemals 0190)	bis 2 Euro pro Minute, mit PIN-Eingabe auch mehr möglich
<b>MMS</b> Fotos in Nachrichten verschicken	mind. 39 Cent bis 1,29 Euro je nach Datengröße
<b>Ausland</b> telefonieren im ausländischen Mobilfunknetz (Roaming)	58 Cent eigene, 29 Cent pro Minute angenommene Gespräche (Europa)

### Den passenden Tarif finden

Entscheidung gefällt, nächste Hürde: Tarifdschungel. Eine gute Hilfe kann sein, wenn zunächst ein paar grundsätzliche Fragen geklärt sind und man sich ein kleines Profil zusammengestellt hat (z. B. nach einem Punktesystem: 10 für »ja, voll zutreffend«, 0 für »nein, gar nicht«).

- ✓ Verschicke ich hauptsächlich SMS?
- ✓ Telefoniere ich mehr als eine halbe Stunde insgesamt im Monat?
- ✓ Rufe ich immer die gleichen Leute an (auch SMS)?
- ✓ Telefoniere ich meistens zu bestimmten Zeiten (z. B. morgens, abends, Wochenende)?
- ✓ Telefoniere ich mehr ins eigene Netz, andere Netze oder ins Festnetz?
- ✓ Telefoniere ich fast immer nur in meiner eigenen Stadt?
- ✓ Nutze ich oft Multimedia-Angebote (MMS u. a.)?

(Nach: »Tarifprobleme« bei [www.checked4you.de](http://www.checked4you.de))

<sup>1</sup>Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (LFK): JIM 2006 – Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger; abrufbar unter [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)

### Linktipps:

[www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de) [www.checked4you.de](http://www.checked4you.de) [www.netzcheckers.de](http://www.netzcheckers.de) [www.handysektor.de](http://www.handysektor.de) [www.o2online.de/goto/jugendschutz](http://www.o2online.de/goto/jugendschutz)

### Aufgaben:

1. Erstellt ein eigenes Handyprofil: Prepaid oder Vertrag? Was passt zu euren Bedürfnissen und eurer Altersgruppe am besten? Stellt die Ergebnisse in der Klasse vor und diskutiert diese.
2. Wählt einen Handyanbieter und erstellt eine Tarifliste nach eurem Handyprofil für ein Prepaid- oder Vertragshandy mit folgenden Kriterien für SMS und telefonieren  
a) ins Festnetz, b) ins eigene Netz, c) in ein anderes Netz.  
Tragt die Ergebnisse in der Klasse zusammen und vergleicht diese.
3. Habt Ihr schon Erfahrungen mit »Premium-SMS«, sogenannten »Gratisangeboten« oder »Sonderrufnummern« gemacht? Berichtet davon. Diskutiert Nutzen und Kosten solcher Angebote.