

Werber texten Telefone zu

Autor: Tom Ramoser



In keinem anderen Land schreibt man so viele SMS wie in China. Das Handy gilt für Werber als verlockendes Instrument.

„Sie haben 31 Nachrichten“, meldete mein Mobiltelefon heute Morgen. „Mache schnelles Geld“, lautet die erste SMS, gefolgt von „Heißbegehrtes Apartment! Es gehört Ihnen ab 8000 Yuan. Genießen Sie das Luxusleben. Wir geben einen Garten und Balkon umsonst dazu.“ Und so ging es weiter.

Textnachrichten übers Telefon sind in China die beliebteste Kommunikationsart, billiger als ein Anruf und oft bequemer, weil die Lautstärke hier oft kein entspanntes Gespräch zulässt. Chinas bald 600 Millionen aktive Handynutzer schreiben gut 55 Milliarden SMS pro Monat. Das sind durchschnittlich 1100 SMS pro Nutzer im Jahr. Großmutter Meng mitgerechnet. China ist damit weltweit das Land mit den meisten SMS pro Handy.

Dass sich die Werbeindustrie dieses großen Mediums zu bedienen sucht, ist also kein Wunder, zumal es in China keine Gesetze gegen den Handel mit persönlichen Nutzungsdaten gibt. Die „China Internet Society“ hat unlängst den Anteil der SMS-Werbenachrichten am Gesamtvolumen mit rund sieben Prozent beziffert.

„Piep!“ – gerade kommt die nächste SMS. „Wir haben gute Lehrer mit viel Erfahrung im Einzelunterricht. Wir



Nachrichtenflut: Werbe-SMS sind in China für die fast 600 Millionen Mobiltelefon-Nutzer eher ein Fluch, selten ein Segen.

lösen jedes Lernproblem für Ihr Kind. Wir verhindern Probleme in der Zukunft! Goldener Lehrer, gutes Investment, persönlicher Service, effektiv.“

Ein wahrer Tsunami aus Werbe-SMS fegte im Frühjahr über ganz China. Bei mehr als 200 Millionen Handys ging gleichzeitig und über mehrere Tage hinweg eine Flut mit unerwünschter Werbung ein. Durch eine technische Lücke im System der Netzbetreiber konnten sieben große Agenturen ihre Werbung ungehindert versenden. Damit war dann eine Grenze überschritten. Liu Yue, der stellvertretende Chef der staatlichen Behörde zur Korrektur von Fehlverhalten, bestellte die Geschäftsführer der betroffenen Agenturen und Netzbetreiber zum Rapport. Sie entschuldigten sich darauf brav öffentlich und gelobten mehr Selbstkontrolle.

„Piep!“ – die nächste SMS kommt. „Hassen Sie jemanden? Schuldet Ihnen

jemand Geld und gibt es nicht zurück? Rufen Sie uns an, wir erledigen alles für Sie.“

Die Zahl meiner unerwünschten Eingänge ging von gut 30 auf weniger als zehn Werbe-SMS pro Tag zurück. Nur: Das große Aufatmen währte nicht lange. Wang Xiaofeng, einer der beliebtesten Blogger im Land, hat aktuell 144 SMS mit Spam in den letzten drei Monaten gezählt, obwohl schon seit Jahren jede SMS vor Zustellung mit immer aufwendigeren Filterprogrammen überprüft wird – auf politisch und sozial unliebsame Nachrichten.

Fluch und Segen: Die Zensur dieser chinesischen Kurzmeldungen stellt eine der größten Herausforderungen für Filterprogramme dar. Der Absender kann die Zeichen eines sensiblen Begriffs mit einem völlig gleich lautenden Wort in einer anderen Schreibweise so verändern, dass jeder weiß, was damit gemeint ist, und es dennoch kein Filter erkennt.

Wie auch immer, die Werbe-SMS erlauben immer einen guten Einblick in die chinesische Gesellschaft. Vor Jahren haben noch Spams mit geschmuggelten Zigaretten und Autos, gefälschten Universitätszeugnissen und Prostitution dominiert. Heute sind es Immobilienangebote, Nachhilfeunterricht, Geld-eintreiber und gefälschte Quittungen zum Steuerbetrug. ←

TOM RAMOSER

Unser Autor arbeitet als Managing Partner von „Rosebud – The Strategic Brand Development Group“ in Peking. Sie erreichen ihn unter Tom@Ramoser.net.