

PRESSE-INFORMATION



Hotline hält unerwünschte Telefonanrufe fern:

- **„Frank geht ran“ unter (0 163) 1 73 77 43**
- **Anrufer werden durch Ansage abgewimmelt**
- **Es fallen nur die normalen Telefongebühren an;
keine versteckten Kosten**

Kettelstorf, 10.10.2006: Steffen Persiel ärgert sich schon wieder über den Anruf einer Lottogesellschaft, die seine Telefonnummer vermutlich aus einem Adresspool angekauft hat. Auch nachdem er Informationsmaterial von Unternehmen anforderte oder ein Zeitungsabonnement testete, erhielt der 24-jährige Student kurze Zeit später nervige Anrufe von Callcentermitarbeitern, die ihm etwas verkaufen wollten.

Am besagten 10. Oktober 2006 startete Steffen Persiel daher die Internetseite www.frank-geht-ran.de, um eine von ihm erfundene „Abwimmel-Hotline“ über das Internet bekannt zu machen. Dazu bespielte er die Mailbox eines unbenutzten Handys mit einer einfachen aber deutlichen Ansage:

„Guten Tag liebe Anruferin, lieber Anrufer. Ich bin Frank und nehme im Auftrag Ihres erhofften Gesprächspartners diesen Anruf entgegen. Ich darf Ihnen ausrichten, dass eine telefonische Kommunikation nicht gewünscht ist. Daher bedaure ich sehr, die Verbindung nun trennen zu müssen.“

Die Handynummer **(0 163) 1 73 77 43** kann von jedermann mitgenutzt werden, und zum Beispiel in Infocoupons oder Gewinnspielkarten eingetragen werden. Alle Anrufer auf der Hotline hören dann die obige Ansage, welche von einem professionellen Sprecher aufgenommen wurde. Insgesamt investierte Steffen Persiel kaum mehr als 40 Euro in

www.frank-geht-ran.de
www.frankgehtran.de

Initiator:
Steffen Persiel
Kettelstorf 6
29584 Himbergen
T 0 58 28 / 96 86 56
F 0 58 28 / 96 86 55
sp@kettelstorf.de

Bildmaterial wird auf Anfrage
zur Verfügung gestellt.

„Seeding“:
trnd GmbH
Winzererstr. 47d
80797 Muenchen
T 0 89 / 307 668 149
F 0 89 / 307 668 123
info@trnd.com
www.trnd.com

PRESSE-INFORMATION

Frank-geht-ran.de. Selbst die Handynummer erhielt er kostenlos von simyo, einem preisgünstigen Mobilfunk-Discounter. Simyo hatte zuvor auf trnd.com – einer Plattform für Mund-zu-Mund-Marketing – seine Angebote testen lassen. Zu den Testern gehörte auch Steffen Persiel, der die Handynummer nach der Testphase behalten durfte und so das „Projekt Frank“ umsetzen konnte.

Bekannt gemacht wurde Franks Website ebenfalls durch trnd.com. Das sogenannte „Seeding“ der Internetadresse erfolgte einzig und allein über einen Blogeintrag auf trnd.com (<http://viralmarketingbuch.trnd.com>). Gleichzeitig diente das Projekt als Praxisbeispiel für die Verbreitung viraler Botschaften. Während in den ersten Monaten nur wenige Besucher auf frank-geht-ran.de aufmerksam wurden, fand der Durchbruch Mitte Januar 2007 statt: Mehrere bekannte Blogs wie lawblog.de und blog.fefe.de trugen die Idee der Abwimmel-Hotline in die Öffentlichkeit und sorgten für einen großen Besucherstrom. Nach anfangs 10.000 Besuchern täglich pendelte sich die Masse bei etwa 500 Abrufen pro Tag ein.

Wieviele Website-Besucher Franks Nummer tatsächlich nutzen, lässt sich nur erahnen, da keine Anrufstatistiken geführt werden. In Internetforen beklagten sich Nutzer jedoch schon darüber, dass „bei Frank ständig besetzt“ sei.

Auch immer mehr klassische Medien wurden auf die Idee von Steffen Persiel aufmerksam, wie z.B. der Bayerische Rundfunk, die Stiftung Warentest sowie der Spotlight Verlag. So verwundert es auch nicht, dass die pfiffige Idee bereits Nachahmer findet.

PRESSE-INFORMATION

Einige immer wieder gern gestellte Fragen an Steffen Persiel

1. Was machen Sie beruflich?

Ich studiere Betriebswirtschaft an der Universität Lüneburg mit dem Schwerpunkt Marketing. Nebenbei betreibe ich den Onlineshop stroh24.de und verkaufe dort Stroh- und Heuballen.

2. Wie sind Sie auf die Idee der Abwimmel-Hotline gekommen?

Ich bin oft von Unternehmen angerufen und mit Werbung genervt worden. Schon seit längerer Zeit hatte ich die Idee, solche Anrufe auf eine eigene Rufnummer umzuleiten und automatisch abwimmeln zu lassen. Als mir eine Handynummer von simyo und trnd gratis zur Verfügung gestellt wurde, konnte ich die Idee schließlich umsetzen. Die Rufnummer habe ich ins Internet gestellt, damit auch andere Menschen davon profitieren.

3. Können Sie uns etwas Skurilles berichten?

Nach dem Wochenende treffen immer ein paar SMS ein. Die Absender haben Franks Nummer offenbar von einer Flirtbekanntschaft erhalten und senden erwartungsvolle Liebesgrüße, die allerdings nicht beantwortet werden.

4. Wie sind Sie auf den Namen Frank-geht-ran gekommen?

Der Name ist eine kleine Anspielung auf die Internetseite peter-zahlt.de. Der Sprecher hat den Namen Frank bekommen, weil es sich von der Wortmelodie her am besten anhört.

5. Wie sieht das Ganze rechtlich aus?

Unternehmen dürfen Privatpersonen nicht mit Werbeanrufen belästigen, sofern kein Einverständnis vorliegt (sog. Cold Calls). Franks Nummer ist eine gewöhnliche Handynummer und kann von jedermann zum normalen Tarif angewählt werden. Es besteht

PRESSE-INFORMATION

keine Möglichkeit, die Anrufer auf Franks Hotline zu identifizieren. Eingehende SMS werden automatisch gelöscht.

6. *Ich habe das mit trnd.com noch nicht ganz verstanden.*

Trnd.com ist eine Plattform, über die Unternehmen gezielt Mundpropaganda unter Konsumenten auslösen können. Frankgeht-ran.de ist hierzu ein anschauliches Beispiel, da sich die Website ebenfalls nur von Mund-zu-Mund im Internet verbreitete.

7. *Bleibt Franks Hotline auch künftig kostenlos?*

Ja! Niemand muss befürchten, dass die Nummer abgeschaltet wird oder auf einen teureren Tarif umgestellt wird. Ich betreibe das Projekt uneigennützig und verdiene damit nichts.

8. *Ich habe eine Frage, die hier nicht aufgeführt ist.*

Sie können mir gern eine E-Mail an sp@kettelstorf.de schicken. Da die meisten Pressevertreter aber lieber telefonieren, dürfen Sie auch anrufen: 0 58 28 / 96 86 56.

Über trnd.com

Die trnd GmbH bietet Unternehmen die Möglichkeit, innovative Produkte und Services über ihr Mundpropaganda-Netzwerk trnd.com bekannt und erfolgreich zu machen. trnd - die Abkürzung für "the real network dialogue" - ist ein Netzwerk von mehreren tausend Meinungsführern und Multiplikatoren in Deutschland, Österreich und der Schweiz, die über die neue Webplattform www.trnd.com verbunden sind. Im Rahmen von Mundpropaganda-Kampagnen testen die trnd Mitglieder Produkte und Services und machen für diese Mundpropaganda, wenn die Qualität der Produkte überzeugt. Neben Mundpropaganda-Kampagnen können Unternehmen trnd auch für Marktforschungszwecke einsetzen, um beispielsweise für neue Produkte oder Kampagnen vor dem Marktstart Feedback von Meinungsführern einzuholen.