

**PRESSEMITTEILUNG****Servicestudie: Computerhersteller 2013****Beratungen und Wartezeiten verbesserungswürdig –  
Testsieger ist Samsung vor Fujitsu und Acer**

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91  
info@disq.de, www.disq.de

**Hamburg, 25.11.2013** – Der Notebookbildschirm flackert, die Festplatte streikt oder das Heimnetzwerk will sich einfach nicht einrichten lassen? In diesen und ähnlichen Fällen sind viele Computernutzer auf fremde Hilfe angewiesen – zum Beispiel vom Hersteller, der Beratung und Support verspricht. Doch wie gut ist der Service gegenüber dem Kunden und Interessenten tatsächlich? Stehen die Mitarbeiter dem Hilfesuchenden immer mit Rat und Tat zur Seite? Das testete das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv bei 14 Computerherstellern.

Der Service der Unternehmen fiel im Test insgesamt befriedigend aus und war damit etwas besser als im Vorjahr. Sechs Hersteller erzielten das Qualitätsurteil „gut“, sechs schnitten befriedigend ab. Zwei Unternehmen boten nur einen ausreichenden Service.

Insgesamt befriedigend war auch der telefonische Service. Dabei gab es nur eine einzige Falschaussage in den 137 zustande gekommenen Gesprächen. Allerdings wurden die Fragen in etwa jeder zweiten Beratung unvollständig beantwortet. Ein weiteres Manko stellten die Hotline-Wartezeiten dar: Im Schnitt mussten die Anrufer 42 Sekunden warten, bis sich ein Mitarbeiter meldete. Drei Hersteller baten ihre Kunden bei technischen Fragen ordentlich zur Kasse: Die Gespräche kosteten hier zwischen 0,99 Euro und 1,59 Euro pro Minute. „Im Gespräch mit Interessenten waren die Berater zudem deutlich freundlicher als gegenüber den eigenen Kunden, die ein Problem mit ihrem Computer hatten“, weist Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, auf ein weiteres Testergebnis hin.

Defizite gab es zudem bei der Bearbeitung von E-Mail-Anfragen. Neben langen Wartezeiten bis zum Erhalt einer Antwort (im Schnitt rund 32 Stunden) fielen die E-Mails auch ähnlich lückenhaft aus wie die telefonischen Beratungen: Nicht einmal bei der Hälfte der Anfragen wurden diese umfassend beantwortet. Die Internetauftritte der Hersteller verfehlten dagegen nur knapp ein gutes Ergebnis. So gab es etwa zumeist umfangreiche Produktinformationen, Treiber-Downloads und Antworten auf häufige Fragen. Kontakthilfen wurden aber oft stiefmütterlich behandelt: So gab nur ein Hersteller eine Hotline-Rufnummer direkt auf der Startseite preis.

Testsieger wurde – wie im Vorjahr – Samsung. Der Hersteller bot den im Test besten telefonischen Service. Die Hotline-Mitarbeiter punkteten mit Freundlichkeit und inhaltlich korrekten Antworten. Ein sehr gutes Ergebnis erzielte Samsung zudem beim E-Mail-Service. Beim Internetauftritt fiel die vergleichsweise hohe Bedienungsfreundlichkeit positiv ins Gewicht. Auf Platz zwei landete Fujitsu mit den im Anbietervergleich kürzesten Wartezeiten: E-Mail-Antworten gingen im Schnitt nach knapp zweieinhalb Stunden ein; beim Anruf der Hotline vergingen bis zum Gesprächsbeginn weniger als neun Sekunden. Die Kompetenz der Mitarbeiter am Telefon war die zweitbeste im Test. Den dritten Rang belegte Acer. Das Unternehmen sicherte sich im Bereich E-Mail-Service Platz eins. Die Antworten erfolgten vergleichsweise schnell, waren inhaltlich korrekt und individuell formuliert. Gut fiel auch der telefonische Service aus.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Hightech, Montag, 25.11.2013, um 18:35 Uhr.

Geschäftsführung:  
Bianca Möller, Markus Hamer  
Beirat:  
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,  
Johann C. Lindenberg  
Ust.-Id.-Nr. DE249603922  
Amtsgericht Hamburg HRA 104009  
Persönlich haftende Gesellschafterin:  
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,  
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte im Rahmen einer Serviceanalyse 14 Computerhersteller. Der Service wurde bei jedem Anbieter anhand von jeweils zehn anonymen, verdeckten Interessenten- und Kundenanfragen über Telefon sowie über E-Mail („Mystery-Tests“) ermittelt. Darüber hinaus erfolgten jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und eine detaillierte Inhaltsanalyse der Websites eines jeden Unternehmens. Insgesamt flossen 434 Servicekontakte in die Untersuchung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

**Ansprechpartner:**

Markus Hamer  
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11  
Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40  
E-Mail: [m.hamer@disq.de](mailto:m.hamer@disq.de)  
[www.disq.de](http://www.disq.de)

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.