

## **P R E S S E M I T T E I L U N G**

### **Servicestudie: Computerhersteller**

#### **Defizite bei Beratung und technischem Support – Testsieger ist Samsung vor LG und Targa**

**Hamburg, 21.11.2008 (ots)** – Wenn das Notebook streikt, wenden sich viele Verbraucher an die technische Hotline ihres Anbieters. Doch die Hoffnung auf kompetente und schnelle Hilfe wird oft enttäuscht. Anstatt das Kundenproblem zu lösen, erfolgt zum Beispiel der Verweis auf die Internetseiten. Oder es wird ohne Angabe der Geräte-Seriennummer überhaupt keine technische Unterstützung am Telefon geboten. Auf allgemeine Fragen zu Produkten erfolgt der Hinweis, sich an einen Fachhändler vor Ort zu wenden. Drei Beispiele, die Testkunden bei ihrem Einsatz für das Deutsche Institut für Service-Qualität erlebt haben.

Das Marktforschungsinstitut führte jetzt in Zusammenarbeit mit dem Nachrichtensender n-tv bei 18 führenden Computerherstellern einen umfassenden Servicetest in den Bereichen Beratung und technischer Support durch. Im Rahmen von 550 Interessentenanfragen wurde die Kontaktqualität am Telefon und per E-Mail detailliert unter die Lupe genommen. Die Tester holten verdeckt Auskunft zu Produkten, Leistungsmerkmalen und technischen Problemen ein. Zudem wurden die Internetseiten der Unternehmen einer intensiven Analyse unterzogen.

Zum Gesamtsieger der Studie wurde Samsung gekürt. Das Unternehmen bot den besten telefonischen Service und überzeugte durch einen guten Internetauftritt. Der zweite Platz ging an LG Electronics, wo der beste E-Mail-Kontakt geboten wurde. Targa erzielte mit einem soliden Abschneiden in allen untersuchten Bereichen den dritten Rang.

Ein Drittel der Computerhersteller konnte beim Service nur mit „ausreichend“ bewertet werden. Große Defizite gab es bei der telefonischen Beratung. Zwei Drittel aller Anrufe begannen in einer Warteschleife und weniger als die Hälfte der Gespräche wurden als individuell und angenehm empfunden. Nur rund einem Viertel der Unternehmen bescheinigten die Tester eine gute oder sehr gute Kompetenz. Ähnlich verhielt es sich mit der Qualität der E-Mail-Beantwortung. Auch hier wurde nicht nur die geringe Individualität bei knapp der Hälfte aller Antworten bemängelt. Im Durchschnitt dauerte es 50 Stunden, bis die Anfragen beantwortet wurden. „Kunden erwarten inzwischen eine Beantwortung innerhalb von 24 Stunden. Daher ist es unverständlich, dass drei Unternehmen erst nach über vier Tagen reagiert haben“, kommentiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Unrühmlicher Höhepunkt: Apple antwortete auf keine der Anfragen.

Nur wenig besser, mit „befriedigend“, wurde der Internetauftritt der Unternehmen im Durchschnitt bewertet. Zwar boten fast alle Websites einen

großen Umfang an Informationen, detaillierten Produktabbildungen und Zusatzfunktionen, wie beispielsweise einer Online-Händlersuche. Doch bei der Nutzerbetrachtung überzeugte außer Packard Bell (Note „gut“) kein Unternehmen. Hauptgrund: Die mangelnde Verständlichkeit der Texte bei knapp der Hälfte aller Internetseiten.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, heute um 18:30 Uhr und Montag, 24. November 2008, 15:15 Uhr

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität in Zusammenarbeit mit n-tv

**Ansprechpartnerin:**

Bianca Möller  
Telefon: 040 / 41 11 69 25  
E-Mail: [b.moeller@disq.de](mailto:b.moeller@disq.de)  
[www.disq.de](http://www.disq.de)