

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Handyhersteller

Defizite bei der Freundlichkeit, aber gute Kompetenz – Testsieger ist Samsung vor Nokia und Sony Ericsson

Hamburg, 19.11.2009 (ots) – Das Mobiltelefon ermöglicht heute viel mehr als nur das Telefonieren: Es gilt als Multifunktionsgerät, das aus dem Alltag vieler Deutscher nicht mehr wegzudenken ist. Häufig ersetzt es die Digitalkamera oder den MP3-Player und empfängt auch E-Mails. Jeder Siebte macht vom Internetzugang seines Handys Gebrauch. Je intensiver Mobiltelefone genutzt werden, desto wichtiger wird der Service der Hersteller. Wer berät am kompetentesten und wen erreicht man am schnellsten? Auf welchen Hersteller ist Verlass, wenn konkrete Fragen zu den Produkten zu klären sind oder technische Probleme auftreten?

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte jetzt die wichtigsten 10 Handyhersteller. Im Rahmen eines umfassenden Servicetests wurde die telefonische Kontaktqualität sowie die Beantwortung von E-Mail-Anfragen verdeckt überprüft. Außerdem erfolgte die detaillierte Analyse der Internetseiten der Mobiltelefonhersteller. Insgesamt wurden 270 verdeckte Kontakte analysiert.

Zum Gesamtsieger der Studie wurde Samsung gekürt. Das Unternehmen überzeugte mit der besten telefonischen Beratung. Der zweite Platz ging an Nokia, das Unternehmen beantwortete E-Mails am besten. Sony Ericsson positionierte sich knapp dahinter mit einer ausgewogenen Leistung auf Platz drei. Apple konnte nicht überzeugen, da zum Beispiel die E-Mails erst nach durchschnittlich drei Wochen beantwortet wurden – dieses Defizit konnte auch der beste Internetauftritt im Testfeld nicht ausgleichen. Im Durchschnitt war der Service der Handyhersteller nur „befriedigend“, lediglich die drei Top-Platzierten lieferten eine „gute“ Leistung ab.

Große Defizite gab es bei der Freundlichkeit am Telefon, die Kommunikationsqualität war lediglich ausreichend. Positiv anzumerken ist, dass die Gespräche schnell angenommen wurden und die Mitarbeiter mit Kompetenz punkteten. „Alle gestellten Fachfragen wurden von den Kundenberatern am Telefon richtig beantwortet. Die gute Kompetenz gibt es aber nicht umsonst - lediglich Apple bot eine kostenfreie Servicehotline“, kommentiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Instituts.

Zwei der analysierten Anbieter schafften es nicht, mehr als 50 Prozent der E-Mails innerhalb einer Woche zu beantworten. Apple brauchte dafür sogar über drei Wochen. Die weiteren Hersteller antworteten jedoch meistens innerhalb von 15 Stunden. „Nur etwa die Hälfte aller Antworten war grammatikalisch und orthographisch fehlerfrei, Schnelligkeit sollte also nicht zulasten der Qualität gehen“, kommentiert Serviceexperte Hamer.

Die Internetauftritte der Unternehmen wurden im Durchschnitt mit „befriedigend“ bewertet, drei der Hersteller waren „gut“. Die optische Aufbereitung der Internetseiten wurde von fast der Hälfte der Fälle bemängelt. Die Inhalte waren in etwa einem Drittel der Betrachtungen nicht gut strukturiert und nicht ausreichend verständlich.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität 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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Telefon: 040 / 41 11 69 27

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de