

## PRESSEMITTEILUNG

### Servicestudie: Computerhersteller 2015

#### **Fachkundige, aber oft oberflächliche Beratung – Lange Hotline-Wartezeiten – Vier Hersteller „gut“ – Testsieger ist Acer**

**Hamburg, 30.11.2015** – Bei PCs, Notebooks und Tablets ist der Beratungsbedarf des Verbrauchers hoch – sowohl vor als auch nach dem Kauf. Der Service der Hersteller fällt dagegen zu oft nur mittelmäßig aus. Das zeigt die Servicestudie, in der das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv elf Computerhersteller getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Hightech, Montag, 30.11.2015, 18:35 Uhr*).

„Der Service der Branche ist deutlich verbesserungswürdig. Insgesamt zeigen die Anbieter am Telefon, per E-Mail und im Internet nur eine befriedigende Leistung“, bringt Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, die Ergebnisse auf den Punkt. Vier Unternehmen sichern sich das Qualitätsurteil „gut“, weitere fünf sind „befriedigend“. Zwei Hersteller kommen nicht über das Gesamturteil „ausreichend“ hinaus.

#### **Beratung am Telefon nur mäßig**

Buchstäblich ein Dauerergernis sind die Wartezeiten. Im Schnitt über eine Minute müssen sich Anrufer gedulden, bis sie mit einem Berater verbunden werden. Die Auskünfte selbst sind zudem nicht immer verständlich und in mehr als jedem zweiten Gespräch unvollständig. Überraschend: Bei den Kaufberatungen für Interessenten traten größere Defizite zutage als an den Kunden-Hotlines für technische Anfragen. Erfreulich jedoch, dass die Berater sämtliche Fachfragen inhaltlich korrekt beantworten. Und: Eine Kostenfalle droht nur selten – selbst die technische Support-Hotline ist bei acht von elf Anbietern über eine Ortsvorwahlnummer oder sogar kostenfrei erreichbar.

#### **Service per E-Mail mit Licht und Schatten**

Die Antworten auf E-Mail-Anfragen gehen im Schnitt binnen eines Tages ein; konkrete Fragen werden hier fast ausnahmslos fachlich korrekt beantwortet. Jede zweite Auskunft fällt jedoch unvollständig aus, bei technischen Anfragen sogar in annähernd 60 Prozent der Fälle. Marktforschungsexperte Markus Hamer: „Viele Unternehmen machen es sich hier einfach und verweisen auf den Kontakt per Telefon. Das stellt den Verbraucher nicht zufrieden. Außerdem ist dies auch nicht immer ein guter Rat wie die teils dürftigen Testergebnisse im Bereich telefonischer Service zeigen.“

Als gute Informationsquelle erweisen sich dagegen die Internetauftritte der Computerhersteller. Die Websites bieten umfangreiche fachspezifische und meist verständliche Inhalte zu den Computerprodukten. Moniert wird von den Nutzern allerdings vergleichsweise häufig die mangelnde Übersichtlichkeit.

#### **Die besten Unternehmen**

Testsieger der Servicestudie ist Acer mit dem Gesamturteil „gut“. Der Computerhersteller bietet im Unternehmensvergleich den besten E-Mail-Service sowie den besten Internetauftritt. Die E-Mail-Antworten enthalten stets vollständige Informationen und sind ausgesprochen individuell. Technische Hintergründe erläutern die Berater leicht nachvollziehbar. Auf der Website überzeugen das umfangreiche Informationsangebot und die verständlichen Inhalte. So stehen beispielsweise ein Glossar zur Erläuterung von Fachbegriffen sowie hilfreiche Kundenbewertungen zu den angebotenen Geräten zur

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

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

Verfügung. Auf Platz zwei positioniert sich HP Hewlett-Packard, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Das Unternehmen gibt beim telefonischen Service der Konkurrenz das Nachsehen. Die souveränen Mitarbeiter führen aktiv durch die Gespräche und geben individuelle Auskünfte. Die Wartezeiten fallen im Test kurz aus. Darüber hinaus punktet der Computerhersteller mit umfangreichen fachspezifischen Informationen auf der Website. Den dritten Rang belegt Fujitsu (Qualitätsurteil: „gut“). Bei Anfragen per E-Mail reagiert der Hersteller im Schnitt innerhalb von gut fünf Stunden und damit am schnellsten. Die Auskünfte sind überwiegend vollständig und persönlich. Zudem gibt es eine kostenfreie Hotline – sowohl für Interessenten wie auch für Kunden mit technischem Anliegen. Mit Samsung auf Platz vier erzielt noch ein weiteres Unternehmen das Qualitätsurteil „gut“.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete insgesamt elf bedeutende Computerhersteller (Desktop-PC, Notebook und Tablet-PC). Die Servicequalität wurde bei jedem Unternehmen anhand von je zehn verdeckten Telefon- und E-Mail-Tests (Mystery-Calls und -Mails) und Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer sowie einer detaillierten Inhaltsanalyse jeder Website ermittelt. Insgesamt flossen 341 Servicekontakte zu den Computerherstellern in die Auswertung ein.

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

**Ansprechpartner:**

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