

## PRESSEMITTEILUNG

### **Servicestudie: Antivirus-Software-Anbieter 2017**

#### **Mangelnde Kompetenz am Telefon und per E-Mail – Service insgesamt nur „ausreichend“ – Testsieger ist Avira**

**Hamburg, 19.07.2017** – Computernutzer, die Hilfe bei der Kaufentscheidung benötigen, werden von den Anbietern für Antivirus-Software oft enttäuscht. Die Branche offenbart deutliche Serviceschwächen. Das zeigt die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv 14 Antivirus-Software-Unternehmen getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 19.07.2017, 18:35 Uhr*).

#### **Service der Branche enttäuscht**

Kein einziges Unternehmen erzielt das Qualitätsurteil „gut“; gleich acht der 14 getesteten Software-Anbieter leisten nur einen insgesamt ausreichenden Service per Telefon, E-Mail und im Internet. Beispiel E-Mail-Service: Bei einem Anbieter gibt es gar keine Kontaktmöglichkeit für Interessenten, drei weitere beantworten weniger als die Hälfte der Test-Anfragen und zeigen eine mangelhafte Leistung. Insgesamt bleibt mehr als jede dritte Anfrage (36,9 Prozent) unbeantwortet – ein ernüchternd schlechtes Ergebnis. Verstärkt wird dies noch dadurch, dass von den eingegangenen Antworten zudem nahezu die Hälfte unvollständig ausfällt.

#### **Telefonischer Service mit drei Totalausfällen**

„Antivirensoftware ist dasselbe wie eine Firewall.“ „Malware ist ein anderer Begriff für Virus.“ Diese Falschaussagen zweier Hotline-Mitarbeiter stehen exemplarisch für eine wenig zufriedenstellende Beratungskompetenz der Anbieter. Unvollständige Auskünfte, oberflächliche Beratungen und inhaltlich schlecht verständliche Aussagen sind in der Branche eher die Regel als die Ausnahme. Zudem bieten drei der 14 Unternehmen vor Kaufabschluss der Software gar keine Servicehotline. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Ein echter Service beginnt für etliche Antivirus-Software-Anbieter wohl frühestens nach dem Kauf – zu lückenhaft und wenig kompetent ist die Beratung.“

#### **Internetauftritte als kleiner Lichtblick**

Besser sind die Anbieter online aufgestellt: Erklärungen zu Viren, Trojanern, Ransomware & Co., Hinweise zu aktuellen Sicherheitsrisiken, Testversionen und direkte Kaufmöglichkeit der Software – die meisten Websites liefern wichtige Informationen und Services. Doch auch hier besteht noch ein deutliches Verbesserungspotenzial. So gibt es beispielsweise nur selten eine direkte Kontaktmöglichkeit via Chat und Hilfe-Foren sind oft englischsprachig oder gar nicht vorhanden.

#### **Die drei besten Unternehmen**

Avira geht als Testsieger aus der Servicestudie hervor. Das Unternehmen bietet als einziges einen insgesamt guten telefonischen Service: An der kostenfreien Hotline kommen im Test alle Gespräche innerhalb von 20 Sekunden zustande. Die Mitarbeiter beantworten die Fragen fachlich korrekt und beraten sicher und verständlich. Auch im Internet ist Avira am besten

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:

Markus Hamer

Beirat:

Jochen Dietrich, Johann C. Lindenberg

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

aufgestellt: Kein Mitbewerber bietet online einen höheren Informationswert, beispielsweise mit einer Übersicht der Bedrohungsarten, dem Hinweis auf aktuelle Risiken und Sicherheitstipps für Smartphone-Nutzer.

Den zweiten Rang belegt G Data. Stärkster Servicebereich ist der Internetauftritt, der mit Bedienungsfreundlichkeit punktet und umfangreiche Informationen liefert, beispielsweise eine Datenbank mit Erläuterungen von Bedrohungsarten und diverse Sicherheitstipps. Antworten auf E-Mail-Anfragen werden häufig vollständig beantwortet und treffen überdurchschnittlich schnell ein. An der Hotline geben die Mitarbeiter zudem inhaltlich gut verständliche Auskünfte.

Auf Platz drei positioniert sich F-Secure. Die Servicemitarbeiter zeigen sich vergleichsweise kompetent: Die E-Mail-Antworten sind fachkundig und überdurchschnittlich individuell formuliert. Am Telefon sind die Auskünfte inhaltlich stets korrekt. Zudem fällt die Wartezeit bis zum Gesprächsbeginn kurz aus. Die Website überzeugt vor in puncto Bedienungsfreundlichkeit und Optik, weniger allerdings hinsichtlich des Informationswerts.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete 14 Anbieter von Antivirus-Software, deren Produktportfolio auch oder ausschließlich kostenpflichtige Programme (Premium-/Vollversionen) für Endanwender umfasste. Die Servicequalität der Unternehmen wurde anhand von jeweils zehn verdeckten Telefon- und E-Mail-Tests, zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer sowie einer detaillierten Inhaltsanalyse der Website ermittelt. Drei der 14 Anbieter boten für Interessenten im Testzeitraum keinen telefonischen Service, einer keinen Service per E-Mail; diese konnten im jeweiligen Bereich nicht getestet werden. Insgesamt flossen 394 Servicekontakte mit den Unternehmen in die Untersuchung ein.

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

**Pressekontakt:**

Martin Schechtel  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20  
E-Mail: m.schechtel@disq.de  
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91  
E-Mail: info@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.